



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN LIBRO DIDÁCTICO QUE AYUDE A DESARROLLAR LA MOTRICIDAD FINA EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS DE EDAD, EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE INGENIERO/A EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA. C.P.A**

AUTORES

LÓPEZ CUASAPUD MICHAEL DAVID

SUÁREZ CHICAIZA ALEXANDER GABRIEL

DIRECTOR(A):

ING. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN Msc.

IBARRA, JUNIO, 2019

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene como objetivo la introducción de libros didácticos que ayuden a desarrollar la motricidad fina en niños de 6 a 8 años de edad, en la provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, esta empresa se denominará “Magic Abilities”. Se determinó la oportunidad de contribuir al progreso económico a través de la creación de la microempresa; además favorecerá al desarrollo de conocimientos, habilidades motrices y minimizar el uso excesivo de aparatos tecnológicos para los estudiantes que cursan de primero a cuarto año de educación básica; para lo cual, es necesario la inversión para la puesta en marcha de la empresa. El proyecto consta de VII capítulos en los que se detallan el diagnóstico situacional que se desarrolló con el fin de conocer el estado actual del mercado, en el estudio de mercado se analizó la oferta, la demanda y las preferencias del consumidor potencial. Para continuar el estudio técnico se enfocó en investigar la ubicación y tamaño óptimo del proyecto. También se puede detallar el estudio financiero en el cual se desarrolló los estados e indicadores financieros que permiten establecer y respaldar la viabilidad de la empresa. La estructura organizacional se creó con el fin de establecer la filosofía empresarial, políticas para los grupos de interés, la estructura administrativa para determinar la adecuada segregación de funciones de los empleados de la empresa, entre otros. Concluyendo con la evaluación de y análisis de impactos. Cada uno de estos capítulos ayudaron a determinar que es factible la implementación del proyecto objeto de estudio.

ABSTRACT

The objective of this project is the introduction of didactic books that help develop fine motor skills in children from 6 to 8 years of age, in the province of Imbabura, Ibarra city, this company will be called "Magic Abilities". The opportunity to contribute to economic progress through the creation of the microenterprise was determined; it will also favor the development of knowledge, motor skills and minimize the excessive use of technological devices for students who are in the first to fifth year of basic education; for which, the investment is necessary for the start-up of the company. The project consists of VII chapters that detail the situational diagnostic that was developed in order to know the current state of the market, in the market study the supply, demand and preferences of the potential consumer were analyzed. To continue the technical study, he focused on investigating the location and optimal size of the project. You can also detail the financial study in which the financial statements and indicators were developed to establish and support the viability of the company. The organizational structure was created with the purpose of establishing the business philosophy, policies for the interest groups, the administrative structure to determine the appropriate segregation of functions of the employees of the company, among others. Concluding with the evaluation of and impact analysis. Each of these chapters helped determine the feasibility of implementing the project under study.

AUTORÍA

Los autores, **MICHAEL DAVID LÓPEZ CUASAPUD** y **ALEXANDER GABRIEL SUÁREZ CHICAIZA**, portadores de cédula de ciudadanía Nro. 100403653-7; Nro. 100383313-2, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN LIBRO DIDÁCTICO QUE AYUDE A DESARROLLAR LA MOTRICIDAD FINA EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS DE EDAD, EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, es de nuestra autoría y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación y sus respectivas fuentes bibliográficas se detallan en el presente documento.

Ibarra, 28 de junio del 2019



Michael David López Cuasapud

100403653-7



Alexander Gabriel Suárez Chicaiza

100383313-2

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por los egresados Michael David López Cuasapud y Alexander Gabriel Suárez Chicaiza, para optar por el título de Ingenieros en Contabilidad y Auditoría C.P.A, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN LIBRO DIDÁCTICO QUE AYUDE A DESARROLLAR LA MOTRICIDAD FINA EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS DE EDAD, EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se dirige.

Dado en la ciudad de Ibarra, a los 28 días del mes de junio del 2019



Msc. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN

100145806-4

DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|-----------------------------|-----------|--|--|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | DE | 100403653-7 100383313-2 | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Y | López Cuasapud Michael David Suárez Chicaiza Alexander Gabriel | |
| DIRECCIÓN: | | Troncal y Galápagos (Coop. Imbabura) Colinas del sur | |
| EMAIL: | | mdlopezc@utn.edu.ec agsuarez@utn.edu.ec | |
| TELÉFONO FIJO: | | 2558478 2631365 | TELÉFONO MÓVIL: 0939450081 0986152958 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO: | ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN LIBRO DIDÁCTICO QUE AYUDE A DESARROLLAR LA MOTRICIDAD FINA EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS DE EDAD, EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA. |
| AUTOR (ES): | López Cuasapud Michael David Suárez Chicaiza Alexander Gabriel |
| FECHA: DD/MM/AA | 28 de junio del 2019 |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
| PROGRAMA: | <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA |
| ASESOR /DIRECTOR: | Msc. Anita Arciniegas |

2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan 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 son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de junio de 2019.



Michael David López Cuasapud

100403653-7



Alexander Gabriel Suárez Chicaiza

100383313-2

DEDICATORÍA

Dedico el presente trabajo a mis padres en reconocimiento a la constancia, a los consejos, a la guía necesaria para alcanzar las metas propuestas al principio de este ciclo, gracias por el apoyo incondicional que ha sido importante para levantar la autoestima después de esos días difíciles y cansados han pasado.

A mi madre Piedad Germania López, mi amiga, mi protectora, la cual hizo todo por brindarme palabras de aliento para ser una persona de bien.

A mi padrastro Jaime Yazán, que me brindo cariño de padre cuando uno más lo necesita, estabilidad emocional, y porque gracias a él hoy estoy aquí en esta ciudad logrando una meta más en mi corta vida.

Michael López

Dedico este trabajo a mi madre y a mi padre por su incondicional apoyo, esfuerzo y trabajo, por la confianza que me brindaron en cada etapa de mi vida y por enseñarme a superarme y ser perseverante para lograr todos los objetivos que me proponga.

Alexander Suárez

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por darme la sabiduría necesaria para enfrentar las situaciones difíciles que se han presentado en el transcurso de mi carrera universitaria y así cumplir otra meta más.

A mi madre quién me ha formado como una persona de bien y por la cual siempre me apoyado en todo momento, a mi padrastro que me ha inculcado la responsabilidad en el trabajo.

A los dos porque he han hecho conocer que si quieres algo en específico se debe conseguirlo y valorarlo por que hoy se tiene y mañana se esté necesitando de lo que se mal gasta.

A mi familia porque a pesar de los buenos y malos momento vividos, siempre hemos estado unidos.

A Jessica Casa, mi fiel y mejor amiga, la que ha estado en las malas, la incondicional, la única persona que me ha visto llorar por cualquier suceso difícil que pase en este tiempo.
A Gabriel Suárez, mi amigo, mi pana, con el que hemos pasado momentos buenos y malos.
A los dos, por la paciencia que tuvieron conmigo, en especial por mi carácter.

A la Msc. Anita Arciniegas por la guía para realizar el presente proyecto.

Finalmente, agradecer a todos los docentes por compartir sus conocimientos en las aulas de clases.

Michael López

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la sabiduría y ayuda constante en todos los momentos de la vida, permitiendo alcanzar mis objetivos.

A mis padres por su apoyo incondicional, por inculcarme los valores y sus consejos que forjaron en mí una persona de bien.

A los docentes que me impartieron su cátedra, compartiendo sus conocimientos y experiencias.

A nuestra tutora Msc. Anita Arciniegas que con sus conocimientos y paciencia nos ayudó a desarrollar este proyecto.

Alexander Suárez

PRESENTACIÓN

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de un libro didáctico que ayude a desarrollar la motricidad fina en niños de 6 a 8 años de edad, en la Parroquia El Sagrario, Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, cuyo fin es minimizar el uso de los aparatos electrónicos, obtener conocimientos y mejorar los movimientos motrices de los dedos de la mano.

La investigación realizada contiene VII capítulos, los cuales se detallan a continuación:

El diagnóstico situacional se analiza los aspectos geográficos, socio demográficos, económicos, culturales, educativas y la competencia actual del mercado para realizar la matriz AOOD, las mismas que influyen para la puesta en marcha del negocio.

El marco teórico se investiga en fuentes bibliográficas, científicas y linkograficas para sustentar el proyecto de estudio y así facilitar la comprensión a lector. Entre los importantes conceptos necesarios son empresa, proyecto, serigrafia, motricidad, mercado, oferta, demanda, los 5P del marketing, estados e indicadores financieros.

El estudio de mercado se realizó con el fin de conocer los requerimientos actuales del mercado potencial para el proyecto, en este capítulo se analizó la demanda y oferta actual para obtener la demanda insatisfecha; las herramientas utilizadas son las encuestas, entrevistas y observación directa para la obtención de datos.

En el estudio técnico se estableció la ubicación, tamaño óptimo, capacidad instalada, y los procesos de producción, diseño e impresión; además del requerimiento de mano de obra, maquinaria y equipo necesario para la puesta en marcha del proyecto.

En el estudio financiero se elaboraron los estados financieros proformas, los indicadores económicos como VAN, TIR, Costo de oportunidad, TRM, Costo/Beneficio, Periodo de

recuperación de la inversión, Punto de equilibrio; para terminar con el resumen del capítulo con el tablero de indicadores.

La estructura administrativa se creó la filosofía empresarial, políticas empresariales, la estructura administrativa, manual de funciones y procedimientos para cada empleado de la empresa para concluir con la constitución jurídica del negocio y reglamento interno de “Magic Abilities”.

Para el estudio de impactos se realizó la matriz de valoración de impactos de los aspectos positivos y negativos de cada indicador para determinar las consecuencias de la creación del proyecto.

TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UN LIBRO DIDÁCTICO QUE AYUDE A DESARROLLAR LA MOTRICIDAD FINA EN NIÑOS DE 6 A 8 AÑOS DE EDAD, EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de libros didácticos que ayuden a desarrollar la motricidad fina de los niños de 6 a 8 de años de edad, en la parroquia EL Sagrario, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, mediante técnicas e instrumentos de investigación para determinar si el proyecto es rentable.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Elaborar un diagnóstico situacional de la zona de influencia mediante el estudio macro y microentorno, con la finalidad de obtener un amplio conocimiento de las características del lugar donde se va a desarrollar el proyecto.
- Elaborar un marco teórico, mediante la recopilación de información documental y científica con la finalidad de sustentar correctamente los términos a ser utilizados en el proyecto.
- Realizar un estudio de mercado, mediante la investigación de las variables como: oferta, demanda, producto, precio, plaza, promoción y publicidad, con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha y el nivel de aceptación que tendría el producto en el mercado.
- Realizar un estudio técnico a través del establecimiento de procesos, la cuantificación y destino de la inversión inicial que permita garantizar el correcto funcionamiento del proyecto.
- Efectuar un estudio económico a través de la construcción de estados financieros proforma, flujo de caja proyectada y la aplicación de indicadores para la evaluación de proyectos

como TIR, VAN, Punto de equilibrio, entre otros para determinar la viabilidad del proyecto.

- Plantear una propuesta de estructura organizacional mediante la elaboración de un organigrama que describa la jerarquía y las funciones a desempeñar por cada una de las personas que trabajarían en la empresa; así como su filosofía empresarial con la finalidad de garantizar su correcto funcionamiento administrativo.
- Determinar los impactos positivos y negativos en el ámbito; educativo, social, económico, cultural y ambiental mediante la utilización de técnicas de investigación que permita mitigar los efectos negativos y potencializar los posibles efectos positivos que se generen de la ejecución del proyecto.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| RESUMEN EJECUTIVO | ii |
| ABSTRACT | iii |
| AUTORÍA | ¡Error! Marcador no definido. |
| DEDICATORÍA | viii |
| AGRADECIMIENTO | ix |
| PRESENTACIÓN | xi |
| TEMA..... | xiii |
| OBJETIVO GENERAL | xiii |
| OBJETIVO ESPECIFICO | xiii |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | xxix |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xxxiv |
| SIGLAS UTILIZADAS | xxxvi |
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL..... | 1 |
| 1.1. Antecedentes | 1 |
| 1.2. Problema de estudio..... | 2 |
| 1.3. Formulación del problema | 2 |
| 1.4. Justificación | 3 |
| 1.5. Objetivos del diagnostico..... | 4 |
| 1.5.1. Objetivos generales..... | 4 |

| | | |
|---------|---|----|
| 1.5.2. | Objetivos específicos..... | 4 |
| 1.6. | Variables..... | 4 |
| 1.7. | Indicadores..... | 4 |
| 1.7.1. | Aspecto geográfico..... | 4 |
| 1.7.2. | Aspecto socio demográficos..... | 5 |
| 1.7.3. | Actividades económicas..... | 5 |
| 1.7.4. | Aspectos culturales..... | 5 |
| 1.7.5. | Situación de mercado..... | 5 |
| 1.7.6. | Educación básica..... | 5 |
| 1.8. | Matriz de relación diagnostica..... | 5 |
| 1.9. | Metodología de la investigación..... | 7 |
| 1.9.1. | Fuentes secundarias..... | 7 |
| 1.9.2. | Fuentes primarias..... | 7 |
| 1.9.3. | Entrevista..... | 7 |
| 1.10. | Análisis de las variables diagnósticas..... | 7 |
| 1.10.1. | Aspecto geográfico..... | 7 |
| 1.10.2. | Aspectos socio demográficos..... | 9 |
| 1.10.3. | Actividades económicas..... | 9 |
| 1.10.4. | Aspectos culturales..... | 11 |
| 1.10.5. | Situación del mercado..... | 12 |

| | | |
|----------------------------|---------------------------------|----|
| 1.11. | Matriz AOOD..... | 14 |
| 1.11.1. | Análisis de la Matriz AOOD..... | 14 |
| 1.12. | Oportunidad de inversión..... | 15 |
| CAPÍTULO II | | 17 |
| 2. | MARCO TEÓRICO | 17 |
| 2.1. | Objetivo general..... | 17 |
| División de términos | | 17 |
| 2.2. | Términos generales | 17 |
| 2.3. | Empresa..... | 18 |
| 2.3.1. | Clasificación de empresas | 18 |
| 2.4. | Proyecto | 20 |
| 2.4.1. | Proyecto de inversión | 21 |
| 2.4.2. | Evaluación de proyectos..... | 22 |
| 2.4.3. | Clasificación..... | 22 |
| 2.5. | Inversión | 23 |
| 2.6. | Innovación..... | 23 |
| 2.7. | Plan de negocios | 24 |
| 2.8. | Términos específicos | 24 |
| 2.9. | Proceso..... | 25 |
| 2.9.1. | Producción..... | 25 |
| 2.9.2. | Serigrafía | 26 |

| | |
|--|----|
| 2.9.3. Comercialización..... | 26 |
| 2.10. Libros | 27 |
| 2.11. Psicología..... | 27 |
| 2.11.1. Psicología educativa | 27 |
| 2.11.2. Psicología infantil | 28 |
| 2.12. Motricidad..... | 28 |
| 2.12.1. Psicomotricidad | 29 |
| 2.12.2. Motricidad fina | 29 |
| 2.12.3. Motricidad gruesa | 30 |
| 2.12.4. Importancia de la motricidad..... | 30 |
| 2.12.5. Problemas de la motricidad | 30 |
| 2.12.6. Soluciones para la motricidad..... | 31 |
| 2.13. Tecnología..... | 31 |
| 2.14. Problemas de las TIC´s | 32 |
| 2.14.1. Los niños y las familias frente a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (tics)..... | 32 |
| 2.14.2. Abuso de pantallas táctiles causa fallas motrices en niños..... | 32 |
| 2.14.3. Soluciones..... | 33 |
| 2.15. Términos técnicos | 33 |
| 2.16. Estudio de Mercado | 34 |
| 2.16.1. Mercado | 35 |
| 2.16.2. Oferta..... | 35 |

| | | |
|-------------------|--------------------------------|----|
| 2.16.3. | Demanda..... | 35 |
| 2.16.4. | Producto..... | 36 |
| 2.16.5. | Precio..... | 36 |
| 2.16.6. | Plaza..... | 37 |
| 2.16.7. | Promoción..... | 37 |
| 2.16.8. | Publicidad..... | 38 |
| 2.16.9. | Segmentación..... | 38 |
| 2.17. | Estudio técnico..... | 39 |
| 2.17.1. | Tamaño del Proyecto..... | 39 |
| 2.17.2. | Localización del proyecto..... | 39 |
| 2.17.3. | Ingeniería del proyecto..... | 40 |
| 2.18. | Estudio Financiero..... | 41 |
| 2.18.1. | Presupuesto..... | 41 |
| 2.18.2. | Ingresos..... | 42 |
| 2.18.3. | Costos de producción..... | 42 |
| 2.18.4. | Estados financieros..... | 44 |
| 2.18.5. | Indicadores financieros..... | 44 |
| 2.19. | Estudio administrativo..... | 46 |
| 2.19.1. | Organigrama..... | 46 |
| 2.19.2. | Filosofía Empresarial..... | 46 |
| CAPITULO III..... | | 48 |

| | |
|---|----|
| 3. ESTUDIO DE MERCADO | 48 |
| 3.1. Introducción | 48 |
| 3.2. Objetivo general..... | 48 |
| 3.3. Objetivos específicos | 48 |
| 3.4. Variables..... | 49 |
| 3.5. Indicadores..... | 49 |
| 3.5.1. Producto | 49 |
| 3.5.2. Oferta..... | 49 |
| 3.5.3. Demanda..... | 50 |
| 3.5.4. Precio..... | 50 |
| 3.5.5. Plaza | 50 |
| 3.5.6. Publicidad..... | 50 |
| 3.5.7. Promoción | 50 |
| 3.5.8. Comercialización..... | 50 |
| 3.6. Matriz de estudio de mercado | 51 |
| 3.7. Identificación del producto | 53 |
| 3.8. Segmento de mercado | 55 |
| 3.8.1. Variables de segmentación | 55 |
| 3.9. Información primaria | 56 |
| 3.9.1. Encuesta | 56 |
| 3.9.2. Entrevista..... | 56 |

| | |
|--|----|
| 3.9.3. Información secundaria | 56 |
| 3.10. Tabulación y análisis de la encuesta | 59 |
| 3.11. Identificación de la demanda | 81 |
| 3.11.1. Demanda consumidora potencial..... | 81 |
| 3.11.2. Determinación de la demanda | 81 |
| 3.11.3. Identificación de la oferta | 82 |
| 3.11.4. Oferta actual | 82 |
| 3.11.5. Proyección de la oferta | 83 |
| 3.12. Balance oferta-demanda..... | 84 |
| 3.13. Demanda potencial a satisfacer..... | 85 |
| 3.13.1. Oferta objetivo del proyecto | 86 |
| 3.14. Precios..... | 86 |
| 3.14.1. Análisis de precio de la competencia | 86 |
| 3.14.2. Análisis de precio de venta | 90 |
| 3.14.3. Proyección de precios | 90 |
| 3.15. Comercialización | 91 |
| 3.15.1. Canales de comercialización y distribución | 92 |
| 3.15.2. Políticas de ventas y precios | 92 |
| 3.16. Conclusiones del estudio de mercado | 93 |
| CAPITULO IV | 94 |
| 4. ESTUDIO TÉCNICO | 94 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 4.1. | Introducción | 94 |
| 4.2. | Objetivo general..... | 94 |
| 4.3. | Objetivos específicos | 94 |
| 4.4. | Macro localización del proyecto | 94 |
| 4.4.1. | Ibarra | 95 |
| 4.4.2. | Micro localización del proyecto | 95 |
| 4.4.3. | Análisis de los factores del sector asignado | 96 |
| 4.5. | Tamaño del proyecto..... | 98 |
| 4.5.1. | Capacidad instalada..... | 98 |
| 4.6. | Ingeniería del proyecto | 100 |
| 4.7. | Descripción del proyecto | 100 |
| 4.8. | Diseño del proceso productivo..... | 101 |
| 4.8.1. | Proceso de Diseño e impresión | 102 |
| 4.8.2. | Proceso de Producción del Libro | 103 |
| 4.9. | Requerimiento de mano de obra | 104 |
| 4.9.1. | Disponibilidad de los materiales..... | 104 |
| 4.10. | Inversiones en propiedad, planta y equipo..... | 104 |
| 4.10.1. | Maquinaria y equipo para la producción depreciable..... | 104 |
| 4.10.2. | Maquinaria y equipo para la producción no depreciable..... | 105 |
| 4.10.3. | Muebles y enseres..... | 105 |
| 4.10.4. | Equipo de computo..... | 106 |

| | | |
|------------------|---|-----|
| 4.10.5. | Resumen de propiedad, planta y equipo | 106 |
| 4.11. | Costos de producción..... | 106 |
| 4.11.1. | Materia prima directa..... | 106 |
| 4.11.2. | Mano de obra directa | 107 |
| 4.11.3. | Costos indirectos de fabricación..... | 108 |
| 4.11.4. | Resumen de costos de producción..... | 108 |
| 4.12. | Determinación del precio de venta | 109 |
| 4.12.1. | Presentación..... | 109 |
| 4.13. | Gastos de administración | 109 |
| 4.13.1. | Servicios básicos administrativos..... | 109 |
| 4.13.2. | Suministros de oficina | 110 |
| 4.13.3. | Resumen de gastos administrativos..... | 111 |
| 4.14. | Gastos de venta | 111 |
| 4.14.1. | Gastos de publicidad..... | 111 |
| 4.15. | Costos y gastos..... | 112 |
| 4.16. | Inversión | 113 |
| 4.16.1. | Inversión inicial | 113 |
| 4.17. | Financiamiento..... | 114 |
| CAPÍTULO V | | 115 |
| 5. | ESTUDIO FINANCIERO..... | 115 |
| 5.1. | Introducción | 115 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 5.2. | Objetivo general..... | 115 |
| 5.3. | Objetivos específicos | 115 |
| 5.4. | Ingresos..... | 115 |
| 5.4.1. | Proyección de ingresos..... | 116 |
| 5.5. | Egresos..... | 117 |
| 5.5.1. | Determinación de egresos | 117 |
| 5.6. | Costos de producción..... | 117 |
| 5.6.1. | Materia prima directa | 117 |
| 5.6.2. | Mano de obra directa..... | 119 |
| 5.6.3. | Costos indirectos de fabricación | 120 |
| 5.6.4. | Total, de costos de producción proyectados..... | 122 |
| 5.7. | Gastos..... | 122 |
| 5.7.1. | Gastos administrativos | 122 |
| 5.7.2. | Gasto de ventas..... | 124 |
| 5.7.3. | Resumen de gasto de ventas..... | 124 |
| 5.8. | Gastos financieros..... | 125 |
| 5.9. | Depreciación | 126 |
| 5.9.1. | Depreciación de propiedad, planta y equipo | 126 |
| 5.9.2. | Maquinaria y equipo..... | 126 |
| 5.9.3. | Muebles de oficina | 127 |
| 5.9.4. | Equipos de computación | 127 |

| | | |
|------------------|---|-----|
| 5.10. | Proyección de costos y gastos..... | 128 |
| 5.11. | Estados financieros | 130 |
| 5.11.1. | Estado de Situación Financiera Inicial | 130 |
| 5.11.2. | Estado de Resultados Integro Proyectado | 131 |
| 5.11.3. | Estado de flujo de caja proyectado | 132 |
| 5.12. | Indicadores financieros | 132 |
| 5.12.1. | Costo de oportunidad..... | 133 |
| 5.12.2. | Tasa de rendimiento medio TRM | 133 |
| 5.12.3. | Valor Actual Neto (VAN)..... | 134 |
| 5.12.4. | Tasa Interna de Retorno (TIR)..... | 135 |
| 5.12.5. | Costo / Beneficio | 136 |
| 5.12.6. | Periodo de Recuperación de la Inversión | 137 |
| 5.12.7. | Punto de equilibrio..... | 138 |
| 5.13. | Tablero de indicadores financieros | 141 |
| 5.14. | Resumen del capítulo..... | 142 |
| CAPÍTULO VI..... | | 143 |
| 6. | ESTRUCTURA ORGANIZATIVA | 143 |
| 6.1. | Introducción | 143 |
| 6.2. | Objetivos..... | 143 |
| 6.2.1. | Objetivo general | 143 |
| 6.2.2. | Objetivos específicos..... | 143 |

| | | |
|---------|-------------------------------------|-----|
| 6.3. | Filosofía empresarial..... | 143 |
| 6.4. | Actividad económica | 144 |
| 6.5. | Logotipo..... | 144 |
| 6.6. | Slogan | 144 |
| 6.7. | Misión | 145 |
| 6.8. | Visión | 145 |
| 6.9. | Objetivos Organizacionales | 145 |
| 6.10. | Valores corporativos..... | 146 |
| 6.11. | Principios | 147 |
| 6.12. | Políticas empresariales..... | 147 |
| 6.12.1. | Política para los clientes | 148 |
| 6.12.2. | Política para los proveedores | 148 |
| 6.12.3. | Políticas para la entidad | 149 |
| 6.12.4. | Políticas para el personal | 149 |
| 6.13. | Niveles administrativos..... | 150 |
| 6.13.1. | Nivel directivo | 150 |
| 6.13.2. | Nivel administrativo | 151 |
| 6.13.3. | Nivel operativo | 151 |
| 6.14. | Estructura administrativa | 151 |
| 6.14.1. | Organigrama estructural | 151 |
| 6.14.2. | Organigrama Funcional | 152 |

| | | |
|-------------------|---|-----|
| 6.15. | Manual de funciones | 152 |
| 6.15.1. | Manual de funciones del Gerente | 153 |
| 6.16. | Manual de procedimientos | 157 |
| 6.16.1. | Procedimiento de adquisición de materiales | 157 |
| 6.16.2. | Procedimiento de producción | 158 |
| 6.16.3. | Procedimiento de venta del producto | 159 |
| 6.16.4. | Procedimiento de pago de impuestos | 160 |
| 6.17. | Constitución de la empresa. | 161 |
| 6.18. | Permisos de funcionamiento. | 161 |
| 6.18.1. | Requisitos para el registro único de contribuyente (RUC)..... | 161 |
| 6.18.2. | Requisitos para la patente municipal | 161 |
| 6.18.3. | Requisitos de la licencia de funcionamiento anual..... | 161 |
| 6.18.4. | Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos..... | 162 |
| 6.19. | Reglamento interno de la microempresa “Magic Abilities” | 162 |
| CAPÍTULO VII..... | | 167 |
| 7. | ESTUDIO DE IMPACTOS..... | 167 |
| 7.1. | Introducción | 167 |
| 7.2. | Objetivo general..... | 167 |
| 7.3. | Evaluación de impactos | 167 |
| 7.3.1. | Matriz de valoración de impactos | 167 |
| 7.4. | Impacto empresarial..... | 168 |

| | |
|---|-----|
| 7.4.1. Análisis del impacto empresarial | 168 |
| 7.5. Impacto económico | 169 |
| 7.5.1. Análisis del impacto económico | 169 |
| 7.6. Impacto educativo | 170 |
| 7.6.1. Análisis del impacto educativo | 170 |
| 7.7. Impacto Social | 171 |
| 7.7.1. Análisis del impacto Social | 171 |
| 7.8. Impacto Ambiental..... | 172 |
| 7.8.1. Análisis del impacto ambiental | 172 |
| 7.9. Impacto general..... | 173 |
| 7.9.1. Análisis de impacto general | 173 |
| CONCLUSIONES | 175 |
| RECOMENDACIONES | 177 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 179 |
| ANEXOS..... | 184 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla N° 1 Total de estudiantes de 6 a 8 años de edad..... | 2 |
| Tabla N° 2 Matriz de relación diagnóstica | 6 |
| Tabla N° 3 Creciente poblacional 2018 | 9 |
| Tabla N° 4 Distribución de los negocios y aporte según clasificador CIIU..... | 10 |
| Tabla N° 5 Clasificación de empresas..... | 18 |
| Tabla N° 6 Matriz estudio de mercado | 51 |
| Tabla N° 7 Producto a comercializar | 53 |
| Tabla N° 8 Tamaño de la muestra | 54 |
| Tabla N° 9 Segmento de mercado | 55 |
| Tabla N° 10 Niños matriculados de primero a cuarto año de educación básica | 57 |
| Tabla N° 11 Edad de los padres de familia | 59 |
| Tabla N° 12 Representante del niño | 60 |
| Tabla N° 13 Nivel de ingresos mensuales de los padres de familia..... | 61 |
| Tabla N° 14 Existencia de niños de 6 a 8 años de edad | 62 |
| Tabla N° 15 Conocimiento de productos didácticos | 63 |
| Tabla N° 16 Frecuencia de compra | 64 |
| Tabla N° 17 Características que se toman en cuenta al momento de la compra..... | 65 |
| Tabla N° 18 Disponibilidad de compra | 66 |
| Tabla N° 19 Deseo de compra..... | 67 |
| Tabla N° 20 Elementos que conforman un producto de calidad | 68 |
| Tabla N° 21 Tipo de diseño | 69 |
| Tabla N° 22 Presentación del libro..... | 70 |
| Tabla N° 23 Colores de la portada | 71 |
| Tabla N° 24 Tamaño del libro a ofertar | 72 |
| Tabla N° 25 Gráficos que ayuden al aprendizaje | 73 |

| | |
|---|----|
| Tabla N° 26 Valor dispuesto a pagar por el comprador..... | 74 |
| Tabla N° 27 Forma de pago | 75 |
| Tabla N° 28 Medios de distribución..... | 76 |
| Tabla N° 29 Lugares de compra del producto..... | 77 |
| Tabla N° 30 Publicidad a realizar para el proyecto | 78 |
| Tabla N° 31 Promociones para la venta del producto a ofertar..... | 79 |
| Tabla N° 32 Lugar de establecimiento de la empresa | 80 |
| Tabla N° 33 Demanda consumidora..... | 81 |
| Tabla N° 34 Tasa de crecimiento..... | 81 |
| Tabla N° 35 Formula de la demanda proyectada | 82 |
| Tabla N° 36 Demanda proyectada..... | 82 |
| Tabla N° 37 Determinación de la oferta actual en las papelerías y librerías de Ibarra | 83 |
| Tabla N° 38 Registro de actividades económicas de la Cámara de Comercio..... | 83 |
| Tabla N° 39 Formula de la oferta proyectada | 84 |
| Tabla N° 40 Oferta proyectada..... | 84 |
| Tabla N° 41 Balance oferta y demanda..... | 85 |
| Tabla N° 42 Demanda potencial a satisfacer..... | 85 |
| Tabla N° 43 formula de la oferta proyectada | 86 |
| Tabla N° 44 Oferta proyectada del proyecto..... | 86 |
| Tabla N° 45 Precio de venta al público de la competencia en Ibarra..... | 87 |
| Tabla N° 46 Precio de venta al público de la competencia a nivel nacional..... | 88 |
| Tabla N° 47 Precio de venta al público | 90 |
| Tabla N° 48 Inflación promedio anual 2013 – 2017 | 90 |
| Tabla N° 49 Formula del precio proyectado | 91 |
| Tabla N° 50 Proyección de precios de venta..... | 91 |

| | |
|---|-----|
| Tabla N° 51 Calificación según el factor del sector asignado..... | 96 |
| Tabla N° 52 Método cualitativo por puntos | 97 |
| Tabla N° 53 Capacidad instalada | 99 |
| Tabla N° 54 Simbología para el flujograma..... | 101 |
| Tabla N° 55 Proveedores de materiales para el proyecto..... | 104 |
| Tabla N° 56 maquinaria y equipo para la producción depreciable | 105 |
| Tabla N° 57 Maquinaria y equipo para la producción no depreciable | 105 |
| Tabla N° 58 Muebles y enseres | 105 |
| Tabla N° 59 Equipo de computo | 106 |
| Tabla N° 60 Resumen de inversión PPE | 106 |
| Tabla N° 61 Materia prima directa..... | 107 |
| Tabla N° 62 Remuneración de mano de obra directa..... | 107 |
| Tabla N° 63 Costos indirectos de fabricación (CIF)..... | 108 |
| Tabla N° 64 Resumen de costos de producción | 108 |
| Tabla N° 65 Precio de venta al público | 109 |
| Tabla N° 66 Servicios básicos administrativos | 110 |
| Tabla N° 67 Suministros de oficina | 110 |
| Tabla N° 68 Resumen de gastos administrativos | 111 |
| Tabla N° 69 Publicidad | 111 |
| Tabla N° 70 Costos y gastos..... | 112 |
| Tabla N° 71 Inversión inicial del proyecto..... | 113 |
| Tabla N° 72 Financiamiento del proyecto..... | 114 |
| Tabla N° 73 Inflación promedio anual | 116 |
| Tabla N° 74 Capacidad instalada | 116 |
| Tabla N° 75 Proyección de ingresos | 117 |

| | |
|---|-----|
| Tabla N° 76 Materia prima directa proyectada | 118 |
| Tabla N° 77 Índice de creciente del salario sectorial | 119 |
| Tabla N° 78 Costo de mano de obra directa mensual | 119 |
| Tabla N° 79 Mano de obra proyectada..... | 120 |
| Tabla N° 80 Costos indirectos de fabricación proyectados..... | 121 |
| Tabla N° 81 Resumen de costos de producción proyectados..... | 122 |
| Tabla N° 82 Gastos de administración proyectados..... | 123 |
| Tabla N° 83 Gasto transporte proyectado | 124 |
| Tabla N° 84 Gasto publicidad proyectada..... | 124 |
| Tabla N° 85 Resumen de gastos de venta | 124 |
| Tabla N° 86 Datos de crédito | 125 |
| Tabla N° 87 Amortización del crédito..... | 125 |
| Tabla N° 88 Depreciación propiedad, planta y equipo | 126 |
| Tabla N° 89 Depreciación de maquinaria y equipo para la producción..... | 126 |
| Tabla N° 90 Depreciación de muebles de oficina | 127 |
| Tabla N° 91 Depreciación de equipos de cómputo del año 1 al 3..... | 127 |
| Tabla N° 92 Depreciación de equipos de cómputo del año 4 al 5..... | 128 |
| Tabla N° 93 Resumen de costos y gastos proyectados..... | 129 |
| Tabla N° 94 Estado de situación inicial | 130 |
| Tabla N° 95 Estado de resultados proyectado..... | 131 |
| Tabla N° 96 Estado de flujo proyectado | 132 |
| Tabla N° 97 Fórmula del Valor Actual Neto | 134 |
| Tabla N° 98 Cálculo del VAN | 134 |
| Tabla N° 99 Cálculo del VAN con tasa superior | 135 |
| Tabla N° 100 Costo de oportunidad | 133 |

| | |
|---|-----|
| Tabla N° 101 Fórmula de la tasa de rendimiento medio | 133 |
| Tabla N° 102 Relación costo/beneficio | 136 |
| Tabla N° 103 Flujos netos actualizados de la inversión..... | 137 |
| Tabla N° 104 Información de producción año 1 | 138 |
| Tabla N° 105 Punto de equilibrio..... | 139 |
| Tabla N° 106 Fórmula para determinar punto de equilibrio en dólares del año 1 | 139 |
| Tabla N° 107 Resumen del punto de equilibrio año 1 | 140 |
| Tabla N° 108 Tablero de indicadores financieros | 141 |
| Tabla N° 109 Matriz de valoración de impactos | 167 |
| Tabla N° 110 Matriz de impacto empresarial..... | 168 |
| Tabla N° 111 Matriz de impacto económico | 169 |
| Tabla N° 112 Matriz de impacto educativo..... | 170 |
| Tabla N° 113 Matriz de impacto social | 171 |
| Tabla N° 114 Matriz de impacto Ambiental..... | 172 |
| Tabla N° 115 Matriz de impacto general..... | 173 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico N° 1 División política administrativa de la ciudad de Ibarra..... | 8 |
| Gráfico N° 1 División política administrativa de la ciudad de Ibarra..... | 8 |
| Gráfico N° 2 Actividades económicas de la población imbabureña | 11 |
| Gráfico N° 3 Terminología general | 17 |
| Gráfico N° 4 Terminología específica..... | 25 |
| Gráfico N° 5 Terminología técnica | 34 |
| Gráfico N° 6 Edad de los padres de familia | 59 |
| Gráfico N° 7 Representante del niño | 60 |
| Gráfico N° 8 Ingresos mensuales de los padres de familia..... | 61 |
| Gráfico N° 9 Padres de familia que tiene hijos de 6 a 8 años de edad..... | 62 |
| Gráfico N° 10 Conocen de productos didácticos para desarrollar la motricidad | 63 |
| Gráfico N° 11 Compra de productos didácticos para desarrollar la motricidad | 64 |
| Gráfico N° 12 Características que toma en cuenta el comprador | 65 |
| Gráfico N° 13 Disposición de compra | 66 |
| Gráfico N° 14 Deseo de compra | 67 |
| Gráfico N° 15 Características que conforman un producto de calidad..... | 68 |
| Gráfico N° 16 Tipo de diseño del libro | 69 |
| Gráfico N° 17 Presentación del libro | 70 |
| Gráfico N° 18 Colores de la portada | 71 |
| Gráfico N° 19 Tamaño de la presentación del libro | 72 |
| Gráfico N° 20 Tipo de diseños que ayuden al aprendizaje | 73 |
| Gráfico N° 21 Valor dispuesto a cancelar por el producto a ofertar | 74 |
| Gráfico N° 22 Formas de pago..... | 75 |
| Gráfico N° 23 Medios de distribución | 76 |

| | |
|--|-----|
| Gráfico N° 24 Lugares de compra del producto | 77 |
| Gráfico N° 25 Publicidad a realizar | 78 |
| Gráfico N° 26 Promoción..... | 79 |
| Gráfico N° 27 Lugar de establecimiento de la empresa..... | 80 |
| Gráfico N° 28 Hojas de los libros ofertados por la competencia | 87 |
| Gráfico N° 29 Portada de los libros ofertados por la competencia en Ibarra..... | 88 |
| Gráfico N° 30 Portada de los libros ofertados por la competencia a nivel nacional..... | 88 |
| Gráfico N° 31 Portada de los libros ofertados por la competencia a nivel nacional..... | 89 |
| Gráfico N° 32 Portada de los libros ofertados por la competencia a nivel nacional..... | 89 |
| Gráfico N° 33 Macro localización del proyecto | 95 |
| Gráfico N° 34 Micro localización del proyecto | 98 |
| Gráfico N° 35 Ingeniería del proyecto | 100 |
| Gráfico N° 36 Proceso de diseño e impresión | 102 |
| Gráfico N° 37 Proceso de producción del producto..... | 103 |
| Gráfico N° 38 Punto de equilibrio año 1..... | 140 |
| Gráfico N° 39 Logotipo | 144 |
| Gráfico N° 40 Niveles administrativos | 150 |
| Gráfico N° 41 Organigrama estructural | 151 |
| Gráfico N° 42 Organigrama funcional..... | 152 |

SIGLAS UTILIZADAS

PDOT: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial

INEC: Instituto nacional de estadística y censo

GAD-I: Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra

IEPI: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

UTN: Universidad Técnica del Norte

PIB: Producto interno bruto

SENADI: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

AOOR: Aliados, Oportunidades, Oponentes, Riesgos

PEA: Población económicamente activa

PVP: Precio de venta al público

MPD: Materia prima directa

MOD: Mano de obra directa

CIF: Costos indirectos de fabricación

VAN: Valor actual neto

TIR: Tasa interna de retorno

PE: Punto de equilibrio

TRM: Tasa de rendimiento medio

BCE: Banco Central del Ecuador

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Imbabura está ubicada en la zona 1, parte norte del Ecuador, está limitada al norte por las provincias del Carchi y Esmeraldas (río Chota), al sur, la provincia de Pichincha (río Guayllabamba), al este, las provincias de Sucumbíos y Napo (Pimampiro y Oyacachi) y al oeste, la Provincia de Esmeraldas (Intag y Lita).

Según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) en el año 2010, Imbabura es una provincia que tiene seis cantones y posee una población de 398.244 habitantes, de los cuales 204.850 son mujeres, representando el 51%, mientras que 196.664 son hombres; la proyección del crecimiento poblacional para el año 2018 es de 463.957 habitantes de los cuales 236.618 mujeres y 227.339 hombres.

De la Población Económicamente Activa (PEA), la mayoría de los imbabureños tienen empleados privados con el 29%, mientras que el 30% tienen emprendimientos, estos porcentajes fueron obtenidos del censo poblacional 2010.

San Miguel de Ibarra fue creada en el año 1606 por el capitán Cristóbal de Troya, en sus cuatrocientos doce años de vida han existido aspectos positivos como la llegada del ferrocarril Quito-Ibarra y algunos negativos como el terremoto de 1868, que devastó a toda la ciudad.

Según las proyecciones del INEC, en el 2018 residen 210.616 personas en la ciudad de Ibarra estableciendo una tasa de crecimiento del 1,9% anual, por lo que la población está en constante crecimiento.

En el registro administrativo 2017 – 2018 establecido por el Ministerio de educación se matricularon 6.242 estudiantes de primero a cuarto grado de educación básica en la parroquia El Sagrario.

Tabla N° 1
Total de estudiantes de 6 a 8 años de edad

| Estudiantes | Primer año | Segundo año | Tercer año | Cuarto año | Total |
|--------------|------------|-------------|------------|------------|--------------|
| Hombres | 754 | 765 | 777 | 802 | 3.098 |
| Mujeres | 762 | 771 | 792 | 819 | 3.144 |
| Total | 1.516 | 1.536 | 1.569 | 1.621 | 6.242 |

Fuente: Ministerio de educación

La cantidad escolar de primero a cuarto año de educación básica en la parroquia El Sagrario permite identificar el segmento de mercado potencial al cual va dirigido el producto a ofertar, con el fin de disminuir el uso de aparatos tecnológicos que dificultan el aprendizaje de los niños.

En la actualidad, el uso excesivo de la tecnología e internet se considera un problema que genera dependencia, ansiedad, sedentarismo; los más afectados son los niños de educación básica inicial y básica elemental, pues al estar expuestos sin el respectivo control de un adulto ha generado que parte de este sector de la población adquiera déficit de atención, problemas de aprendizaje y coordinación de movimientos.

1.2. Problema de estudio

Los niños de 6 a 8 años de edad acostumbran a utilizar aparatos electrónicos y tecnológicos de forma excesiva, esto genera problemas de motricidad, de salud y personalidad debido a la falta de control por parte de sus padres respecto al uso prolongado de dispositivos electrónicos.

1.3. Formulación del problema

¿La creación de libros didácticos para desarrollar la motricidad fina ayudaría a los niños a mejorar sus destrezas?

El proyecto de estudio tiene como finalidad crear libros didácticos que ayuden a desarrollar las habilidades que se han ido perdiendo por el uso excesivo de aparatos electrónicos y tecnológicos, esto ha provocado que los niños vivan en sedentarismo y se sumerjan en el mundo virtual.

1.4. Justificación

Con el pasar de los años, la tecnología ha causado impactos positivos y negativos en nuestra sociedad, el avance continuo y la necesidad de comunicarse ha hecho que todas las personas adquieran un dispositivo móvil, el consentimiento de los padres hacia los hijos permite que estos tengan fácil acceso a su uso, sin embargo, sin la adecuada supervisión de los adultos a los hijos respecto a las diferentes plataformas que ofrece el internet y el mal uso de la tecnología genera que los niños se aparten de la sociedad, para llevarlos a la vida virtual; se vuelven dependientes de las redes sociales o juegos en línea que al pasar el tiempo provoca problemas de salud visual, aumenta la irritación ocular por la sobreexposición a productos tecnológicos (celulares, IPod, tablets, entre otros), como también: adicción al uso de este tipo de aparatos, falta de sociabilidad y problemas de aprendizaje en los niños.

Hace años atrás, el padre buscaba que el niño se mantuviera ocupado en actividades educativas como: lecturas y escrituras mientras que, en la actualidad, los padres para mantener distraídos a los niños les otorgan dispositivos tecnológicos, generando sedentarismo, bajo rendimiento académico y no se los estimula al desarrollo de actividades para aumentar destrezas.

El proyecto pretende reducir el uso de la tecnología en niños de 6 a 8 años, con el propósito de incentivar la creación de libros que causen interés en ellos y desarrollar habilidades como la motricidad fina, creatividad, concentración y entretenimiento.

Este tipo de libros tiene características diferentes a los existentes sobre aprendizaje o libros desarrollo de actividades artísticas, la finalidad de este libro es cognitivo, evitando que el niño se canse fácilmente y genere interés al momento de usarlo.

1.5. Objetivos del diagnóstico

1.5.1. Objetivos generales.

Elaborar un diagnóstico situacional de la zona de influencia mediante el estudio macro y microentorno, con la finalidad de obtener un amplio conocimiento de las características del lugar donde se va a desarrollar el proyecto.

1.5.2. Objetivos específicos.

- Determinar la zona geográfica del objeto de estudio.
- Estudiar el aspecto socio demográfico del lugar de posicionamiento del proyecto.
- Investigar las actividades económicas de la población de influencia.
- Investigar los aspectos culturales.
- Investigar las instituciones educativas y el número de estudiantes de educación básica en la actualidad.

1.6. Variables

Las variables analizadas para el presente proyecto son las siguientes:

- Aspecto geográfico
- Aspecto socio demográficos
- Actividades económicas
- Aspectos culturales
- Situación de mercado actual
- Instituciones de educación básica

1.7. Indicadores

Los indicadores que se utilizarán para medir las variables son los siguientes.

1.7.1. Aspecto geográfico.

- Ubicación
- Límites

1.7.2. Aspecto socio demográficos.

- Población
- Tasa de crecimiento poblacional
- Género

1.7.3. Actividades económicas.

- Actividades económicas
- Situación socio económica de la población
- Nivel de ingresos

1.7.4. Aspectos culturales.

- Tradiciones
- Costumbres

1.7.5. Situación de mercado.

- Ubicación
- Innovación
- Políticas empresariales

1.7.6. Educación básica.

- Número de unidades educativas
- Número de estudiantes de educación básica

1.8. Matriz de relación diagnóstica

La matriz de relación diagnóstica sirve para analizar los factores positivos y negativos que afectan al proyecto.

Tabla N° 2
Matriz de relación diagnóstica

| Objetivo General | Objetivos específicos | Variables | Indicadores | Fuente de información | Técnicas | Informantes |
|--|--|--------------------------------|--|-----------------------|----------------------------|---|
| <i>Elaborar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra mediante el estudio del macro y microentorno, con la finalidad de obtener un amplio conocimiento de la zona donde se va a desarrollar el proyecto.</i> | Determinar la zona geográfica de posicionamiento del proyecto de estudio. | Aspecto geográfico | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicación ➤ Límites | ➤ Secundaria | ➤ Investigación documental | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Página web del GAD de San Miguel de Ibarra ➤ PDOT de San Miguel de Ibarra 2015 – 2035 |
| | Establecer el aspecto socio demográfico del lugar de posicionamiento del proyecto. | Aspecto socio demográficos | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Población ➤ Tasa de crecimiento poblacional ➤ Género | ➤ Secundaria | ➤ Investigación documental | <ul style="list-style-type: none"> ➤ PDOT de San Miguel de Ibarra 2015 - 2035 ➤ Publicaciones INEC – censo 2010 |
| | Investigar las actividades económicas de la zona del proyecto. | Actividades económicas | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Actividades económicas ➤ Generación de empleo | ➤ Secundaria | ➤ Investigación documental | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicaciones INEC – censo 2010 ➤ Publicaciones de la Cámara de comercio |
| | Investigar los aspectos culturales de la ciudad de Ibarra | Aspectos culturales | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tradiciones ➤ Costumbres | ➤ Secundaria | ➤ Investigación documental | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Página web del GAD de San Miguel de Ibarra ➤ PDOT de San Miguel de Ibarra 2015 – 2035 |
| | Identificar la situación de mercado actual referente a productos sustitutos. | Situación de mercado | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicación ➤ Innovación | ➤ Secundaria | ➤ Investigación documental | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicaciones de la Cámara de comercio ➤ Publicaciones INEC censo 2010 ➤ Resoluciones del SRI |
| | Investigar las instituciones de educación básica en la zona de influencia. | Existencia de educación básica | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Número de unidades educativas ➤ Número de estudiantes de educación básica | ➤ Secundaria | ➤ Investigación documental | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Resoluciones emitidas por el Ministerio de educación ➤ Publicaciones INEC – censo 2010 |

Fuente: Propia
Elaborado por: Autores

1.9. Metodología de la investigación

Según Morone, en el artículo Métodos y técnicas de la investigación científica publicado en el año 2015, establece que las técnicas de investigación son las herramientas que se utilizan para conseguir conocimientos científicos, históricos, entre otros.

1.9.1. Fuentes secundarias.

Se considera fuentes secundarias todo tipo de información o datos recopilados por otros investigadores, los cuales se puedan utilizar en otros proyectos de investigación.

En el proyecto de estudio se utilizará fuentes bibliográficas como el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Imbabura, este documento servirá para analizar los aspectos geográficos, socios demográficos, económicos, culturales, situación de mercado, además de varias resoluciones y publicaciones del INEC, SRI y GAD de Ibarra.

1.9.2. Fuentes primarias.

Las fuentes primarias es la información o datos la cual obtiene información nueva que el investigador actualmente realiza y recopila.

1.9.3. Entrevista.

Para Laura Díaz-Bravo, en el artículo científico Metodología de investigación en educación publicado en el 2013, la entrevista es una conversación entre dos personas, la cual se utiliza para conseguir datos acerca un tema que se quiere conocer.

1.10. Análisis de las variables diagnósticas

1.10.1. Aspecto geográfico.

El cantón San Miguel de Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, está ubicada en la zona 1 del Ecuador, los límites son: al norte, la provincia del Carchi, al sur, la provincia de Pichincha, al oeste, los cantones imbabureños: Urcuquí, Antonio ante y Otavalo, al este, el cantón Pimampiro según publicación de la Secretaria Nacional de Riesgos del año 2013.

Ibarra se encuentra dividida en doce parroquias, cinco urbanas: **1** Alpachaca, **2** El Sagrario, **3** San Francisco, **4** Priorato y **5** Caranqui y siete rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochahua, Ambuquí, Salinas y La Carolina.

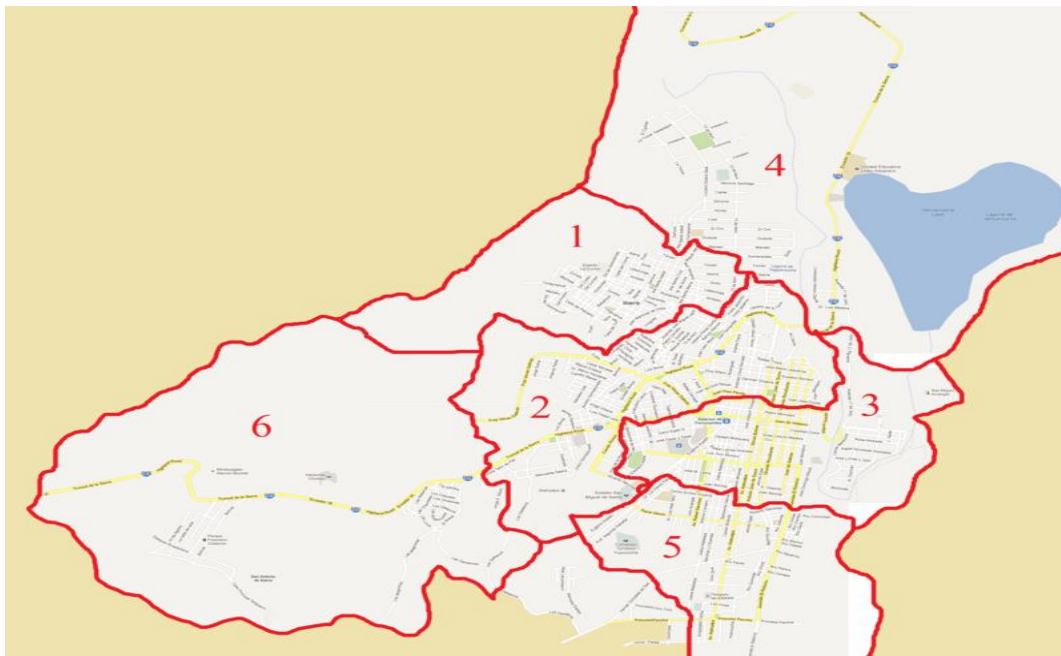


Gráfico N° 1
División política administrativa de la ciudad de Ibarra

Fuente: Google map

Elaborado por: Buitron Richard



Gráfico N° 2
División política administrativa de la ciudad de Ibarra

Fuente: Secretaria Nacional de Riesgos

Elaborado por: Equipo Técnico UTN

El cantón Ibarra posee una diversidad de clima desde el frío, trópico seco y húmedo, en la población urbana la temperatura bordea los 15.90°C hasta un máximo de 25°C y un mínimo de 7°C.

Es importante previamente seleccionar el área el lugar, clima, población en donde se va a instalar la empresa con el fin de establecer estrategias de comercialización y distribución que requiera el consumidor final.

1.10.2. Aspectos socio demográficos.

En la provincia de Imbabura existen 398.244 habitantes según el censo realizado por el INEC en el año 2010, en la ciudad de Ibarra 181.175 personas, divididas en 87.786 hombres y 93.389 mujeres, con un crecimiento poblacional de 1,9%, en comparación a nivel país es de 1,52%.

En el registro del Censo 2010, la creciente poblacional femenina es 3.09% mayor a la masculina, la tendencia se mantiene con relación del 2001.

En la actualidad, al mantener la tasa poblacional (1,9%) otorgada por el INEC, la población al 2018 asciende a 210.616 personas.

*Tabla N° 3
Creciente poblacional 2018*

| INEC 2010 | Tasa Poblacional | Año 11 | Año 12 | Año 13 | Año 14 | Año 15 | Año 16 | Año 17 | Año 18 |
|----------------------|-----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 181.175 | 1.9% | 184.617 | 188.125 | 191.699 | 195.342 | 199.053 | 202.835 | 206.689 | 210.616 |

Fuente: INEC
Elaborado por: Autores

Para el proyecto de estudio se tiene una población de 6.242 estudiantes matriculados de primero a cuarto año de educación básica en las escuelas fiscales, fiscomisionales y particulares de la parroquia El Sagrario.

1.10.3. Actividades económicas.

El Ministerio de Comercio Exterior establece que el 95% de los negocios son MiPymes, las cuales generan el 50% del Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador; además de fortalecer al

sector empresarial, comercio y productividad, estas empresas promueven un alto índice de crecimiento de puestos de trabajo establecidos.

La distribución de MiPymes son el 90% son micro, el 8,6% son pequeñas y el 1,4% son medianas, estas consisten en 54% comerciales, 36,4 manufacturas y 9,5% de servicios.

El campo a desarrollar para la empresa objeto de estudio es manufacturera debido a que se dedicada a la producción de bienes.

En el Plan de Ordenamiento Territorial de Ibarra se contabilizó 10547 establecimientos registrados en el catastro de negocios del Municipio de la ciudad de Ibarra sin tomar en cuenta los mercados.

El siguiente cuadro permite determinar que la actividad tipo G es la que mayor ingreso genera con 4557 negocios representando el 43,21% del total de actividades, es importante este dato ya que el proyecto a ser implementado será de actividad comercial y de producción.

*Tabla N° 4
Distribución de los negocios y aporte según clasificador CIIU*

| Tipo | Clasificación | Nro. Act. | % | Ingresos Totales | % |
|-------------|---|------------------|----------|-------------------------|----------|
| A | Agricultura, ganadería, caza y silvicultura | 124 | 1,18 | 10.039.119 | 1,09 |
| B | Pesca. | | | | |
| C | Explotación de minas y canteras. | 9 | 0,09 | 3.320.717 | 0,36 |
| D | Industrias manufactureras. | 515 | 4,88 | 65.103.209 | 7,06 |
| E | Suministros de electricidad, gas y agua. | 7 | 0,07 | 108.059 | 0,12 |
| F | Construcción. | 69 | 0,65 | 5.103.313 | 0,55 |
| G | Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos. | 4.557 | 43,21 | 612.064.701 | 66,4 |
| H | Hoteles y restaurantes | 1.300 | 12,33 | 26.042.255 | 2,83 |
| I | Transporte, almacenamiento y comunicaciones. | 1.560 | 14,79 | 67.241.299 | 7,29 |
| J | Intermediación financiera. | 64 | 0,61 | 77.784.804 | 8,44 |
| K | Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler. | 1.357 | 12,87 | 657.059 | 3,76 |
| L | Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria. | 7 | 0,07 | 1.018.954 | 0,11 |
| M | Enseñanza. | 64 | 0,61 | 959.975 | 0,1 |
| N | Actividades de servicios sociales y de salud. | 455 | 4,31 | 13.690.214 | 1,49 |

| | | | | | |
|--------------|---|---------------|------------|----------------|------------|
| O | Otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios. | 453 | 4,3 | 3.645.419 | 0,4 |
| P | Hogares privados con servicio doméstico. | | | | |
| Q | Organizaciones y órganos extraterritoriales. | | | | |
| R | Bajo relación de dependencia sector privado | 6 | 0,06 | 0 | 0 |
| S | Bajo relación de dependencia sector publico | | | | |
| T | Sin actividad económica - CIU | | | | |
| Total | | 10.547 | 100 | 779.098 | 100 |

Fuente: Rentas Municipales- GAD IBARRA-2013, PD y OT, 2015

Según el INEC, las principales actividades económicas de la población imbabureña son: microempresarios 30,3%, empleados privados 28,8%, jornaleros 14,1%, empleados públicos 11,8%. Según la gestión tributaria del GAD – I, en el 2018 se registraron 12.752 personas como personas naturales que poseen un trabajo e ingresos económicos, 2.562 personas comerciantes de mercados, 4 empresas de economía mixta que contratan a personas para un servicio determinado.

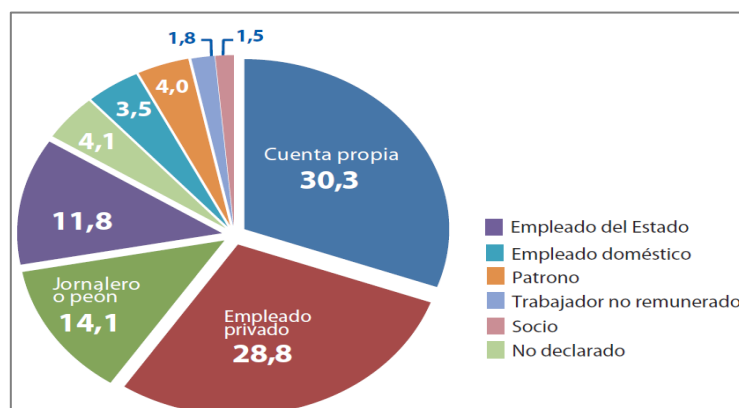


Gráfico N° 3

Actividades económicas de la población imbabureña

Fuente: INEC

Estos datos son relevantes porque se conoce cuál es la población que compraría el producto que se va a ofertar, ya que ellos pueden tener hijos, hermanos o nietos de 6 a 8 años.

1.10.4. Aspectos culturales.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) de San Miguel de Ibarra 2015 – 2023 la propuesta en el cantón referente a manifestaciones culturales, tienen como propósito una agenda en la cual promocionan la danza, el teatro, diferentes géneros de música, manifestaciones literarias, cuentan con una infraestructura para la proyección de películas y

artes plásticas, una biblioteca, centro de publicaciones, convenios con emprendimientos referentes a talleres de artes gráficas, ballet, danza, teatro, impulsados en vacaciones los cuales son independientes de la planificación de la agenda.

Actualmente este aspecto es negativo porque un estudio realizado en América, los niños de 6 a 8 años utilizan el internet por varias horas al día, logrando así dependencia en aparatos tecnológicos; como resultado de las encuestas realizadas, el 19% utilizaban correctamente un celular, mientras que el 9% lograba atarse las agujetas de los zapatos.

Por tal motivo, el producto trata de ayudar a los niños a desarrollar los movimientos motrices de sus manos y así generar independencia al realizar algunas cosas como el atarse las agujetas de los zapatos; al igual de evitar problemas oculares, adicción, sociabilidad, entre otros.

1.10.5. Situación del mercado.

Según el INEC de los resultados obtenidos en el 2010, la ciudad de Ibarra tiene los siguientes sectores productivos son: agropecuario, de industrias y de servicios, siendo el más representativo con el 58,02%, con actividades como el comercio al por mayor y al por menor, enseñanza, administración pública y transporte, el sector industrial representa el 19,38% con actividades relacionadas a la manufactura, construcción, el sector agropecuario representa el 11,61% con actividades referentes a la ganadería, agricultura, silvicultura y pesca y otros representando el 10,93%.

Según el PDOT de San Miguel de Ibarra 2015 – 2023, se conformaron organizaciones sociales, en las parroquias urbanas y rurales vinculadas y registradas en La Superintendencia de Economía popular y solidaria, que tienen relación con sectores estratégicos nacionales como la producción de café, cacao, artesanías y otros productos que pueden ser susceptibles de introducirlos en la propuesta de cambio de matriz productiva, ya que cuentan además con cajas de ahorro comunitarias.

Financiamiento

El mercado crediticio está concentrado en el segmento macro y medianos negocios, estos segmentos tienen una tasa baja de interés con relación a las microempresas; las cooperativas tienen mayor confianza en este sector representando un 43,7%.

Derechos del autor

En Ecuador existe el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), la cual es una entidad pública que regula y controla los derechos de propiedad intelectual, la creatividad e Innovación, se reconoce como derechos intelectuales al autor, patente, marca, diseño industrial, lema comercial, entre otros.

Una de las políticas que promueve el SENADI es el apoyo a las pequeñas y medianas empresas a través de los sistemas de propiedad intelectual que benefician a la creación de negocios.

Educación básica.

Según el Ministerio de Educación en el Informe de Rendición de Cuentas Dirección Distrital de Educación 10D01 Enero – Diciembre 2017, dentro de la Coordinación Zonal de Educación Zona 1, se encuentra la Dirección Distrital 10D01 integrado por los cantones de Ibarra, Pimampiro y San Miguel de Urququí, cuya sede administrativa se encuentra ubicada en la ciudad de Ibarra perteneciente al cantón Ibarra, Parroquia San Francisco, Ciudadela Pilanquí, calle Luis Jaramillo Pérez y Fray Bartolomé de las Casas, la misma que está conformada por 16 Circuitos educativos , 149 instituciones educativas, distribuidas en 89 Fiscales, 12 Fisco misionales, 47 Particulares y 1 Municipal, las mismas que cuentan con un total de 67.191 estudiantes en los tres niveles Inicial 5.417, Educación General Básica 47.161 y Bachillerato 14.613.

En la parroquia El Sagrario existen 38 establecimientos escolares divididos en 17 fiscales, 4 fiscomisionales y 17 particulares; tienen estudiantes de primero a cuarto año de básica a 6.242; segmento de mercado al cual va dirigido.

1.11. Matriz AOOR

Tabla N° 2

Matriz AOOR (Aliados, Oportunidades, Oponentes, Riesgos)

| Aliados | Oponentes |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Las entidades financieras a nivel local han implementado líneas de crédito con intereses preferenciales a la creación de nuevos emprendimientos. El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) encargado de proteger los derechos de autor. Apoyo del Estado para impulsar emprendimientos El segmento de mercado al cual va dirigido la venta del producto es grande en el sector de influencia. | <ul style="list-style-type: none"> Competencia en el mercado por productos similares. Costos elevados en la adquisición de maquinaria, materia prima y alquiler del local. Desconfianza de los clientes con relación a las características que otorga el producto. Los consumidores se han vuelto dependientes de la tecnología |
| Oportunidades | Riesgos |
| <ul style="list-style-type: none"> Existe la posibilidad de introducir productos nuevos en el mercado. El comercio es la actividad que genera más ingresos en la ciudad. El producto a desarrollarse es beneficioso para los consumidores. | <ul style="list-style-type: none"> Cumplir los requerimientos necesarios para la consecución del crédito. Productos sustitutos que generen competencia. No lograr posicionamiento en el mercado. |

Fuente: Propia

Elaborado por: Autores

1.11.1. Análisis de la Matriz AOOR.

➤ Aliados-oportunidades.

Las entidades financieras a nivel local han implementado líneas de crédito con intereses preferenciales para financiar nuevos emprendimientos permitiendo la fabricación de los productos necesarios para satisfacer a la demanda y cubrir los costos de inversión.

El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales se encarga de preservar los derechos de autor permitiendo minimizar el riesgo de copias o mal uso de la patente de la empresa en la creación de nuevos productos que se van a introducir el mercado.

➤ Aliados – Oponentes.

El segmento de mercado al cual va dirigido el producto es grande en el sector y es favorable para que los clientes adquieran el producto y se beneficien al minimizar el riesgo de uso de aparatos tecnológicos en los niños.

➤ Aliados-Riesgos.

La ayuda del estado impulsando la creación de nuevos emprendimientos, las capacitaciones que brindan las instituciones públicas y la entrega de créditos a tasas bajas de interés, genera oportunidades de posicionamiento en el mercado.

➤ Oportunidades-Oponentes.

La creación de productos innovadores con características beneficiosas que desarrolle habilidades motrices y conocimientos en los niños atraerá a la decisión de compra por parte del cliente.

La actividad principal en la ciudad de Ibarra es el comercio, la empresa al generar más ingresos podrá solventar los costos de producción.

➤ Oportunidades- Riesgos.

La introducción de productos nuevos en el mercado con características diferentes a la demás creará un valor agregado con lo cual se espera atraer a nuevos clientes y facilitará superar a la competencia.

1.12. Oportunidad de inversión

Una vez realizado el estudio diagnóstico mediante la aplicación de las diferentes técnicas de investigación utilizadas, se puede establecer que los niños comprendidos entre 6 a 8 años de

edad presentan cierto nivel de adicción a la tecnología, lo que ha impedido su normal desarrollo de la motricidad, habilidades y destrezas; por lo que, la realización del proyecto puede considerarse como una oportunidad de mercado para los inversionistas y a su vez ayudaría a los padres de familia a mantener a sus niños ocupados en actividades educativas, lo que reduciría considerablemente los problemas de uso desmedido de la tecnología.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico es una herramienta para recopilar conceptos bibliográficos, científicos y linkográficos que permitan sustentar la investigación y así entregar al lector ideas específicas del proyecto.

2.1. Objetivo general

Elaborar un marco teórico, mediante la recopilación de información documental y científica con la finalidad de sustentar correctamente los términos a ser utilizados en el proyecto.

División de términos

El marco servirá de sustento científico de la problemática detectada por lo que se considera necesario dividir los términos a utilizar en generales, específicos y técnicos tomado en cuenta las publicaciones realizadas por diferentes autores tanto en libros como en revistas digitales y artículos científicos.

2.2. Términos generales

En este subtítulo se detallan las definiciones generales que se utilizan frecuentemente en los proyectos de factibilidad, sin ajustarse al tema específico del mismo.

Entre los términos generales se han considerado los siguientes:

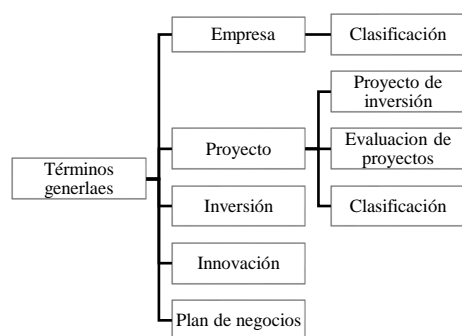


Gráfico N° 4
Terminología general

Fuente: Marco teórico
Elaborado por: Autores

2.3. Empresa

“Las empresas son una fuente de ingresos para trabajadores, proveedores, gobierno y empresarios, promueven el desarrollo económico de la sociedad, contribuyen al sostenimiento de servicios públicos, representan un medio para la realización o satisfacción personal, y fomentan la capacitación y el desarrollo de habilidades, así como la inversión y formación de capital”(Galindo, 2014, pág.11).

“Una empresa es una unidad económica encargada de combinar los factores de producción: tierra, trabajo, capital y organización, para obtener bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades del mercado y conseguir un beneficio”(García, Martínez, y Vidal, 2014. pág.49.).

Galindo concuerda con García, Martínez y Vidal en que empresa es una entidad para satisfacer las necesidades y conseguir beneficios económicos para el desarrollo de la sociedad.

Una empresa es un ente productivo que quiere y puede producir bienes o servicios para satisfacer los requerimientos de la sociedad; a su vez obtener beneficios económicos para la supervivencia de los accionistas y empleados.

2.3.1. Clasificación de empresas

*Tabla N° 5
Clasificación de empresas*

| Clasificación de empresas | Actividad o giro del negocio | Industrial Comercial De servicios |
|---------------------------|------------------------------|---|
| | | Origen de capital |
| | Magnitud | Pequeña Mediana Grande |

Fuente: Investigación documental

Elaborado: Autores

Actividad o giro del negocio

*“**Industrial** son las empresas dedicadas a la compra de materias primas para la transformarlas en nuevos productos que más tarde se venderán al consumidor final; **comercial** son las empresas o negocios dedicados a la compra y venta de bienes o mercancías, sin ningún proceso adicional de transformación de éstas; **servicios** son las empresas dedicadas a la venta y prestación de servicios, o venta de capacidad profesional”*(Díaz Moreno, 2011, pág 5).

Origen de capital

*“**Privadas** la característica principal es que los particulares invierten con el fin de obtener ganancias; la toma de decisiones se realiza según el objetivo de la ganancia, considerando los riesgos y el mercado al cual se dirige la producción; **públicas** son las empresas que se forman con el aporte de capital público o estatal, debido a la necesidad de intervención del Estado en la economía, con el objeto de cubrir las actividades o áreas en las cuales los particulares no están interesados en participar porque no se obtiene ganancias”*(Díaz Moreno, 2011, pág 6).

Magnitud del personal

“Pequeña empresa posee en planta de personal entre once y cincuenta trabajadores, la mediana tiene cincuenta y uno a doscientos, mientras la microempresa no supera a diez empleados”(Díaz Moreno, 2011, pág 10).

Por su giro

*“**Las empresas industriales** se dedican tanto a la extracción y transformación de recursos naturales, renovables o no, como a la actividad agropecuaria y la producción de artículos de consumo final; **empresas comerciales** se dedican a la compraventa de productos terminados, y sus canales de distribución son los mercados mayoristas, minoristas o detallistas, así como los comisionistas; y **las empresas de servicios** ofrecen productos intangibles a la sociedad, y sus fines pueden ser, o no, lucrativos”*(Hernández Y Rodríguez, 2011, pág 9).

Por el origen de su capital o recursos

*“**Las empresas públicas** son aquellas cuyo capital proviene del Estado y su funcionamiento es un eje estratégico de desarrollo; **las empresas privadas** se distinguen porque su capital proviene de*

inversionistas particulares, aunque su motor es la generación de utilidades. Son fundamentales para la creación de empleos”(Hernández Y Rodríguez, 2011, pág 9).

Por el número de empleados

“Pequeña empresa posee entre dieciséis a cien empleados, la mediana empresa posee de ciento uno a doscientos cincuenta empleados, la microempresa no supera los quince empleados”(Hernández Y Rodríguez, 2011, pág 9).

La clasificación de empresas presentada por Hernández y Rodríguez concuerda con Díaz Moreno:

Por el giro del negocio

Industriales son las empresas que utilizan materia prima para fabricar un nuevo producto.

Comercial es las empresas que se dedican a la compra-venta de productos elaborados.

Servicios son las empresas que producen servicios para la sociedad con el fin de satisfacer una necesidad.

La microempresa objeto del proyecto será de personas naturales y las fuentes de financiamiento será de capital privado.

2.4. Proyecto

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera”(Baca Urbina, 2011, pág 2).

“En su forma más simple un proyecto es un producto exclusivo, original y único. Se produce una vez, y los sistemas y las herramientas que se utilizaron para producirlo se vuelven a utilizar para algo más, en muchos casos, para llevar a cabo otros proyectos”(Wallace, 2014, pág 8).

Baca Urbina establece que un proyecto es una idea que busca solución a un problema existente en la sociedad; mientras que, Wallace establece que es la producción única de un bien con todo lo necesario para la producción.

Un proyecto es el conjunto de actividades ordenadas y planificadas que buscan elaborar un bien o servicio para solventar un problema de la sociedad en los diferentes ámbitos como: salud, educación, vivienda, entre otros.

El proyecto a presentar trata sobre la creación de una empresa que ayude a desarrollar la motricidad fina en niños de 6 a 8 años de edad de la ciudad de Ibarra, es decir se enfocará en el ámbito educativo.

2.4.1. Proyecto de inversión

“El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil a la sociedad”(Baca Urbina, 2011, pág 2).

“Los proyectos de inversión comprenden los cálculos y planes, así como la proyección de asignación de recursos financieros, humanos y materiales con la finalidad de producir un satisfactor de necesidades humanas”(Morales & Morales, 2009, pág 9).

La definición de Baca Urbina concuerda con Morales & Morales en que un proyecto de inversión es un plan al que si le asignan recursos financieros y otros insumos para la producción de un bien o servicio que satisfaga las necesidades humanas.

Los recursos económicos para el proyecto de inversión serán de fuente externa, es decir privada, se lo utilizará para la compra de maquinaria, materiales, contratación de mano de obra, capacitaciones para el uso de las máquinas, el pago de servicios básicos y el arriendo del local donde se va a realizar el proceso de producción y venta.

2.4.2. Evaluación de proyectos

“La evaluación de proyectos pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación”(Chain & Chain, 2008, pág 8).

“La evaluación de un proyecto, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable”(Baca Urbina, 2011, pág 2).

La definición de Chain &/ Chain concuerdan con Baca Urbina en que la evaluación de proyectos es el cálculo matemático para conocer la rentabilidad que otorga el proyecto.

La evaluación de proyectos ayudará a medir y determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de un bien o servicio que ayude a satisfacer las necesidades humanas.

2.4.3. Clasificación

En el libro Proyectos de inversión para las PYME presenta la siguiente clasificación:

“Un proyecto de inversión públicos y privados son aquellos cuyo origen proviene del sector público o privado; un proyecto de fusión consiste en el acuerdo de dos o más sociedades jurídicamente independientes, por el que se comprometen a unir sus patrimonios y formar una nueva sociedad; un proyecto de escisión es una división o partición de una empresa con el fin de crear una nueva; un proyecto de desinversión buscan solucionar el problema de aquellas adquisiciones llevadas a cabo con anterioridad, que no cumplen con las expectativas, o bien sobrepasan el propósito estratégico original”(Flórez, 2010, pág 10 - 16).

“Según el objetivo o la finalidad del estudio, es decir, de acuerdo con lo que se espera medir con la evaluación: a) Estudios para medir la rentabilidad del proyecto, es decir, del total de la inversión, independientemente de dónde provengan los fondos; b) Estudios para medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto; c) Estudios para medir la capacidad del propio proyecto

para enfrentar los compromisos de pago asumidos en un eventual endeudamiento para su realización”(Chain & Chain, 2008, pág 7).

“Según la finalidad o el objeto de la inversión, es decir, del objetivo de la asignación de recursos: Evaluación de nuevos negocios y Proyecto para modernización de procesos”(Chain & Chain, 2008, pág 7).

La clasificación debería ser idéntica a la establecida a las empresas: por el giro del negocio porque se necesita conocer para qué se realiza el proyecto, por tamaño o magnitud, ayudará a entender cuanto se debe tener para cumplir con lo planificado y por el origen de capital, aquí se establecerá si es para beneficio social o económico.

2.5. Inversión

“Una inversión es esencialmente cualquier instrumento en el que se depositan fondos con la expectativa de que genere ingresos positivos y/o conserve o aumente su valor”(Gitman & Joehnk, 2009, pág 3).

“Inversión es el aprovechamiento de recursos en forma eficiente, con el propósito de obtener rendimientos, durante un periodo de tiempo razonable”(Collazos, 2016, pág 229).

Una inversión es un depósito de recursos financieros a un negocio determinado con el fin de obtener ganancias después de un tiempo establecido.

El proyecto pretende realizar una inversión para el establecimiento de una pequeña empresa productora de libros didácticos para niños de 6 a 8 años.

2.6. Innovación

“La innovación es considerada como una acción continua, encaminada a identificar e incorporar nuevas formas de operar en las diferentes áreas de la empresa, ya sean en lo comercial, operativo, productivo, administrativa, los cuales buscan mejorar las cosas y en atraer clientes, es decir, es la búsqueda de nuevos productos y/o servicios que estén orientados a dar mayor valor agregado a sus clientes, quienes siempre estarán buscando opciones en el mercado que les permitan satisfacer plenamente sus necesidades”(Flórez, 2015, pág 26).

“Innovación aparece continuamente como sinónimo de progreso, de desarrollo tecnológico, de creación de empleo, de mejora de las condiciones de vida. Se habla de innovación en los ámbitos económicos (la innovación tecnológica en las empresas) y sociales (sanidad, ocio, condiciones laborales, transportes, etc)”(De Frascati, 1994, pág 26).

Flórez concuerda con De Frascati en que innovación es progreso, desarrollo en las diferentes áreas y proceso con el fin de mejorar y satisfacer las necesidades y condiciones de vida.

La innovación es la mejora continua de procesos, bienes o servicios que tiene una empresa con el propósito obtener ganancias y éxito con lo ofertado en el mercado.

2.7. Plan de negocios

“Es un estudio de la información donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación del producto; contiene entre sus principales la evaluación sistemática e integral del proyecto y un análisis de su factibilidad”(Prieto, 2014, pág 214).

“El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación, sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlo”(Weinberger, 2009, pág 35).

Prieto y Weinberger establecen que un plan de negocios es un estudio que contiene los resultados de la planeación y las estrategias que se van a desarrollar para alcanzar los objetivos.

Es un instrumento escrito que contiene acciones, actividades y estrategias que se desarrollarán en el futuro con la finalidad de guiar a la empresa a la consecución de metas y objetivos que se han pactado en un tiempo determinado.

2.8. Términos específicos

En este tema se detallan las definiciones específicas del proyecto basado en la producción de libros que ayuden a desarrollar motricidad fina en los niños.

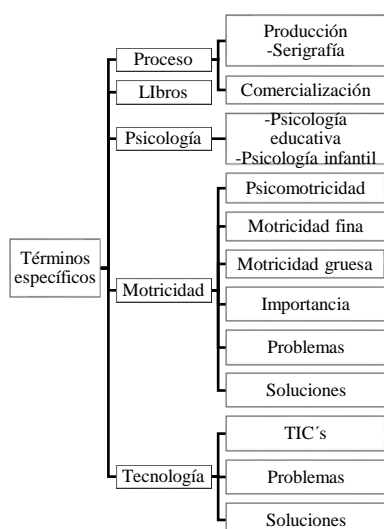


Gráfico N° 5
Terminología específica

Fuente: Marco teórico
Elaborador por: Autores

2.9. Proceso

“Conjunto de actividades mutuamente relacionadas que utilizan las entradas para proporcionar un resultado previsto”(ISO 9000, 2015, pág 19).

“Conjunto de actividades organizadas para conseguir un fin, desde la producción de un objeto o prestación de un servicio hasta la realización de cualquier actividad interna (ejemplo: elaboración de una factura)”(Maldonado, 2011, pág 2).

Maldonado concuerda con lo estipulado en las Normas ISO 9000:2015 en que un proceso es un conjunto de actividades relacionadas para obtener un resultado común.

En el proyecto se realizará una serie de actividades consecutivas con el fin de ejecutar el proceso de producción y distribución de libros didácticos que favorecerán el desarrollo de la motricidad de los niños.

2.9.1. Producción

“La función de producción se define como aquella parte de la organización encargada de transformar una serie de inputs iniciales (materias primas, energía, información, recursos humanos, entre otros) en un conjunto de outputs (bienes y servicios), a través de un proceso de conversión (transformación) que añade valor para el cliente final”(Becerra et al., 2008, pág 16).

“El proceso de producción toma insumos (materia prima, personal, maquinas, edificios, tecnologías, efectivo, información y otros recursos) y los convierte en productos ya sean bienes o servicios”(Gaither & Frazier, 2000, pág 5).

Becerra y Gaither & Frazier concuerdan que producción es el proceso de transformación de insumos a un producto destinado para la venta.

Para la fabricación del bien a ofertar se necesitarán hojas impresas, pintura scratch, mano de obra y maquinaria para serigrafía; estos insumos ayudarán al proceso de elaboración del libro didáctico para desarrollar la motricidad fina.

2.9.2. Serigrafía

“La serigrafía es una técnica de impresión que ofrece amplias posibilidades plásticas, tanto a nivel creativo como pedagógico”(Barbosa, 2017).

La serigrafía es la técnica de pintura utilizada para el proceso de elaboración del proyecto que tiene como fin que el niño rasgue y descubra imágenes para el desarrollo de sus habilidades.

2.9.3. Comercialización

“Comercialización es el proceso de venta de los productos y servicios que produce la empresa”(Lobato Gómez, 2007, pág 20).

“El costo de comercialización son gastos o costos erogados en función de las ventas realizadas en un periodo de tiempo, los costos incluyen las promociones de ventas, la publicidad, el costo de la distribución física y la investigación de mercado, entre otros”(Magallón, 2015, pág 63).

Lobato y Magallón concuerdan en que la comercialización es el proceso de venta del bien o servicio ofertado.

La comercialización de los libros se realizará en la ciudad de Ibarra, esto puede ser a través de venta directa a los consumidores o por medio de intermediarios como son: papelerías y librerías.

2.10. Libros

“Soporte de información compuesto por tapas y hojas, que pueden estar cocidas o pegadas, en cuyas páginas se transcribe en forma impresa la voluntad del autor”(Perrone & Propper, 2007, pág 251).

El proyecto a realizar se refiere a la producción de libros didácticos; este bien estará conformado por el empastado y 25 hojas mágicas que contendrán áreas para colorear, gráficos, operaciones matemáticas y ejercicios de escritura.

2.11. Psicología

“La psicología estudia la conducta y los procesos mentales del hombre; para poder abordar su objeto, toma su objeto en consideración dos vertientes, la vida anterior, subjetiva que solo puede ser comunicada por el sujeto, y lo que manifiesta en el mundo exterior, su conducta observable en otros”(Cambursano & Andrada, 2013, pág 67).

La Psicología es la ciencia que se ocupa de estudiar todo lo que hacen, sienten y piensan los seres humanos de acuerdo a su modo de ser, las circunstancias que viven y en su relación con los demás”(Leliwa & Scangarello, 2011, pág 20).

Cambursano & Andrada concuerda con Leliwa & Scangarello en que, la psicología estudia lo que el humano hace y comunica y la manera de ser del individuo en la sociedad.

Es importante contar con el conocimiento básico de psicología por cuanto los beneficiarios del producto objeto del proyecto serán los niños.

2.11.1. Psicología educativa

Ausubel (como se citó en Leliwa & Scangarello, 2011) piensa que:

“La psicología educativa como una disciplina aplicada independiente que se ocupa de la naturaleza, los resultados y la evaluación del aprendizaje escolar (la materia de estudio) y de las distintas variables de la estructura cognoscitiva, el desarrollo, la capacidad, el material de instrucción, la sociedad y los profesores que influyen”(Leliwa & Scangarello, 2011, pág 38).

“La psicología educativa es la disciplina que estudia los procesos de enseñanza y aprendizaje; aplica los métodos y las teorías de la psicología, aunque también posee los propios”(Woolfolk, 2010, pág 10).

Los autores concuerdan en que la psicología educativa es el estudio de los procesos de la formación escolar de los niños. Es importante contar con aspectos generales debido a que el proyecto se basa en la creación de libros didácticos que fomenten el aprendizaje y desarrollo motriz.

2.11.2. Psicología infantil

“La evaluación infantil es una rama de la psicología que se ha desarrollado como consecuencia a las demandas y la necesidad de identificar, describir y explicar los comportamientos o elementos psicológicos de la niñez”(Gómez, 2017, pág 106).

Es importante conocer y analizar las necesidades actuales del mercado objetivo debido a que el proyecto a realizar es para niños de 6 a 8 años, el producto a ofertar tiene como finalidad evitar el uso excesivo de aparatos electrónicos y tecnológicos que causan daño a la niñez.

2.12. Motricidad

“La motricidad es el uso simultáneo de varias partes del cuerpo para realizar actividades como la carrera, los saltos, la natación, etc”(Rigal, 2003, pág 154).

“La motricidad es el movimiento humano con intención de expresión significativa, integrador de las dimensiones psico-socio-afectivo-cognitivo-motrices (sentir, relacionarse, saber y hacer)”(Trigo et al., 1999, pág 11).

“La motricidad es el dominio que el ser humano es capaz de ejercer sobre su propio cuerpo. Es algo integral ya que intervienen todos los sistemas de nuestro cuerpo. Va más allá de la simple reproducción de movimientos y gestos, involucra la espontaneidad, la creatividad, la intuición, etc. Tienes que ver con la manifestación de intencionalidades y personalidades. La motricidad nace en la corporeidad, la primera es la capacidad del ser humano de moverse y la segunda es la forma de estar en el mundo”(Barraco, 2015).

Rigal, Trigo y Barraco concuerdan en que motricidad son las actividades que se realizan para desarrollar las diferentes partes del cuerpo humano; el producto a fabricar implica movimientos sincronizados para cumplir con un objetivo.

2.12.1. Psicomotricidad

“La psicomotricidad integra las interacciones cognitivas, emocionales, simbólicas y sensorio motrices en la capacidad de ser y de expresarse en un contexto psicosocial. La psicomotricidad, así definida, desempeña un papel fundamental en el desarrollo armónico de la personalidad”(Chimbolema, 2015).

La psicomotricidad es la combinación de todos los actos humanos como el pensamiento, sentido, gusto, entre otros, los cuales ayudan a mejorar y a desarrollar la forma de pensar de cada persona.

2.12.2. Motricidad fina

“La motricidad fina se refiere básicamente a las actividades motrices manuales o manipuladoras (utilización de los dedos, a veces los dedos de los pies) lo más habitual guiadas visualmente y que necesitan destreza”(Rigal, 2006, pág 179).

“La motricidad fina, que hace referencia al control manual, por ejemplo: sujetar, apretar, alcanzar, alcanzar, tirar, empujar, coger. Cuando un niño es capaz de sentarse, su perspectiva del mundo cambia. Las cosas no son iguales. Además, se tiene más control del cuerpo, más equilibrio y las posibilidades de manipular objetos se multiplican”(Hernández, 2014).

Rigal y Hernández concuerdan que el producto a ofertar está enfocado al desarrollo de la motricidad fina de los niños, es decir, que para raspar la hoja mágica se debe utilizar los dedos, el fin de esta actividad es obtener los gráficos, las operaciones matemáticas y los ejercicios de escritura que ayudarán al desarrollo educativo.

2.12.3. Motricidad gruesa

“Tiene que ver con marcha, carrera, salto, equilibrio, y coordinación en movimientos alternos simultáneos con y sin manejo de ritmo. El área motora, en general, hace referencia al control de nuestro cuerpo. Se divide en dos áreas: por un lado, la motricidad gruesa, que abarca el progresivo control de nuestro cuerpo ejemplo: control de la cabeza boca abajo, el volteo, el sentarse, el gateo, el ponerse de pie, el caminar, el correr, subir y bajar escaleras, saltar”(Barraco, 2015).

2.12.4. Importancia de la motricidad

“Las actividades motrices son las que el niño o niña debe ir adquiriendo corporalmente y con ello tener un conocimiento de su propio cuerpo. La capacidad que el niño va adquiriendo de su cuerpo, la maduración del sistema nervioso y el crecimiento de músculos y huesos serán responsables de que el niño desde los primeros años de vida sea capaz de sentarse, gatear, ponerse de pie hasta los seis primeros años cuando empiezan a desarrollar más habilidades como correr, saltar, brincar en uno o dos pies, incluso alternando manos y pies, trepar y otras más. Conforme pasa el tiempo el niño adquiere procesos, como la coordinación dinámica general, en esta el niño logra controlar sus desplazamientos que es a partir de un determinado estímulo al que le organismo responde a la aplicación de un movimiento, es decir, cuando el sistema nervioso envía la orden a cualquier parte del cuerpo para cualquier movimiento que se quiera hacer y así poder desplazarse. Durante esta etapa de los niños la intervención de un adulto juega un papel importante, en este caso sería de maestro ya que él provocara en el niño realizar movimientos nuevos y le propondrá problemas que deba resolver y así el niño haga ajustes en su conducta motriz y amplíe su repertorio. El adulto no debe dar respuestas completas al niño de cómo desplazarse, si no ofrecerle ayuda efectiva para darle seguridad”(Hernández, 2014).

2.12.5. Problemas de la motricidad

“Los niños se desarrollan a diferentes edades, pero hay varias cosas que se alcanzan a varias edades como por ejemplo: 5 – 6 años, los niños puede copiar formas y letras y dominar el uso del tenedor y la cuchara; a los 9 -10 años dibujar o usar una regla, pero para algunos tienen problemas con estas habilidades por mucho tiempo porque es un síntoma de trastorno del desarrollo de la

coordinación o disgrafía; lo cual dificulta el aprendizaje de la escritura, entre otros”(Understood.org USA LLC, 2015).

Como se puede analizar en el párrafo anterior, los problemas de motricidad pueden ser graves para un niño debido a que puede existir problemas como acoso escolar y dislexia; esto puede provocar retroceso al momento de adquirir conocimientos por parte de los infantes.

2.12.6. Soluciones para la motricidad

“Para evitar los problemas con la motricidad fina es necesario otorgar a los niños terapia ocupacional o proporcionar papel y lápices para que empiecen a desarrollar los movimientos ya sea escribiendo o dibujando”(Understood.org USA LLC, 2015).

El proyecto tiene como objetivo ayudar a disminuir esta problemática porque el raspar cada hoja genera movimiento de los dedos, se descubre figuras que pueden generar conocimiento a los niños y al pintar seguir desarrollando la motricidad fina.

2.13. Tecnología

Real Academia Española (como se citó en Arnold, Castro, & Verdugo, 2008)

“La tecnología es el conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto”(Arnold et al., 2008).

“Cultural material que cada civilización genera para promoverse de instrumentos y herramientas que aseguran su supervivencia, le permite controlar el medio ambiente y lo animan a cruzar los límites de su esencia humana con innovación y creatividad”(Perrone & Propper, 2007, pág 359).

Arnold y Perrone & Propper concuerdan en que tecnología son los instrumentos desarrollados a través de la ciencia y la ingeniería que tiene como fin la resolución de diversos problemas.

2.14. Problemas de las TIC's

2.14.1. Los niños y las familias frente a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (tics).

“Las llamadas nuevas tecnologías se han convertido en un acompañante familiar de nuestras vidas. Hoy es imposible no sentirse afectado por ellas, especialmente los niños quienes por su fragilidad están más expuestos a su influencia. Un niño hoy convive con las tecnologías prácticamente desde antes de su nacimiento, de modo que logran constituirse en una parte natural, y muy atractiva, de su entorno. Desde edades cada vez más tempranas se acercan a la pantalla del computador con la misma curiosidad con que se asoman al mundo real, ya sea para jugar, navegar, descargar música o ‘chatear’ con los amigos. Algunos padres y educadores ven con cierta desconfianza que los niños se ‘enamoren’ del computador demasiado temprano, pues consideran que fomenta el aislamiento y deteriora el desarrollo de las habilidades sociales. Para muchos, los mayores problemas llegan con la conexión a Internet, una extraordinaria herramienta de información y comunicación que puede contener riesgos si los menores la utilizan sin supervisión”(Díaz granados, 2007, pág 210).

Este artículo explica la realidad de los riesgos que los niños tienen al estar al frente de un aparato tecnológico el cual no cuenta con una supervisión necesaria y ellos no saben si el contenido es positivo o negativo, lo cual genera problemas, es por eso que la creación del producto incentiva a que el niño reduzca el uso de la tecnología y que el libro a producirse debe ser innovador y genere agrado en los niños desarrollando conocimientos de manera positiva y habilidades motrices que mejoren la coordinación de los movimientos.

2.14.2. Abuso de pantallas táctiles causa fallas motrices en niños

“La falta de entrenamiento en todos los dedos y las manos a corta edad podría afectar la coordinación visomotora de otras sencillas acciones que involucran la motora fina y formarán parte de la rutina diaria, como amarrarse los cordones de los zapatos”(Figuroa, 2017).

“Muchas de las dificultades que presentan los ‘niños digitales’ se visualizan en el desarrollo gráfico. Son chicos que no se ubican en el renglón, con caligrafía ilegible o con tamaño de letra desproporcionado. En las manos, también tienen problemas para la coordinación de los dedos, dificultad para que ambas manos trabajen juntas y falta de destreza y fuerza”(Olivera, 2017).

“En las manos vemos problemas para la coordinación de los dedos, dificultad para que ambas manos trabajen juntas y falta de destreza y fuerza”(Gasibe, 2017).

El uso excesivo de los aparatos tecnológicos genera dependencia de estos aparatos y por consecuencia problemas de dislexia, conocimiento y a su vez acoso escolar a los niños que tengan estos inconvenientes con sus manos.

2.14.3. Soluciones

“Las familias que juegan juntas aprenden juntas. Hay que estar alerta a cualquier situación que pueda ser síntoma de adicción y regular el tiempo de uso de dispositivos para estimular otros juegos motrices o de interacción”(Vignolo, 2017).

2.15. Términos técnicos

En este tema se detallan las definiciones que se relacionan con el proyecto directamente, el objetivo es de comprender de mejor forma los conceptos. Entre los términos técnicos se han considerado los siguientes:

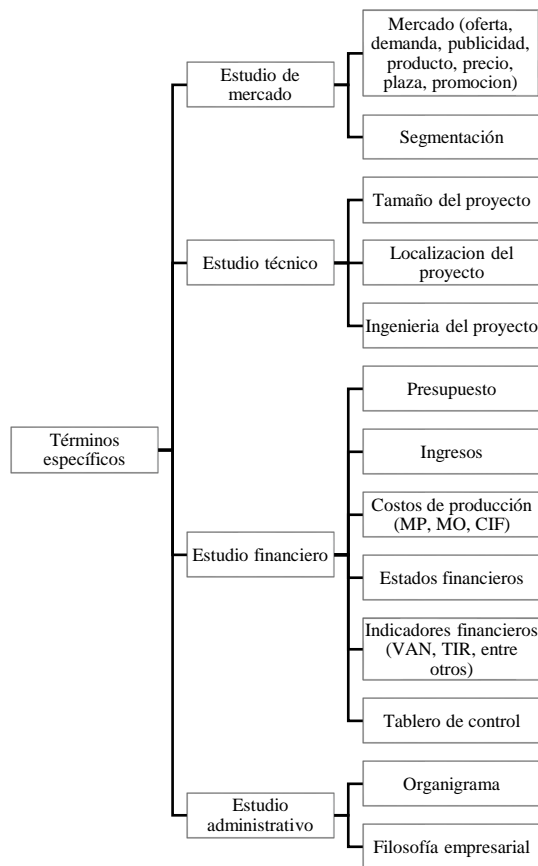


Gráfico N° 6
Terminología técnica
Fuente: Marco teórico
Elaborado por: Autores

2.16. Estudio de Mercado

“Es la mejor manera de poder conocer a los consumidores y clientes para mejorar la participación y el posicionamiento en el mercado”(Prieto, 2009, pág 6).

“Estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”(Baca, 2001, pág 18).

Prieto y Baca concuerdan en que el estudio de mercado es realizado a través de la recolección y análisis de datos que permiten conocer al cliente, a los competidores, variables como la oferta y la demanda, para determinar las oportunidades de lanzar una estrategia de comercialización de un producto en el mercado y este logre su posicionamiento.

2.16.1. Mercado

“Mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la demanda y la oferta para establecer un precio único, y comercialización lo relativo al movimiento de bienes entre productores y usuarios”(Prieto, 2014, pág. 68).

“Conjunto de compradores y vendedores que intercambian un determinado producto”(Monferrer, 2013, pág 51).

Prieto y Masferrer coinciden en que el mercado es un lugar en el cual los consumidores y vendedores realizan un conjunto transacciones de compra y venta de bienes o servicios estableciendo la oferta y la demanda a diferentes precios.

El proyecto pretende establecer como mercado meta la ciudad de Ibarra.

2.16.2. Oferta

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”(González, Alba, & Ordieres, 2014, pág 138).

“Se denomina oferta a la cantidad de un bien o servicio que se pone a disposición del mercado”(Morales & Morales, 2014, pág 7).

González, Alba, Ordieres, Morales y Morales concuerdan en que la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los vendedores ponen a disposición en el mercado a un determinado precio.

2.16.3. Demanda

“La función demanda refleja el comportamiento que tienen los consumidores frente al precio de un producto o servicio”(Moreno Castro, 2016,pág 10).

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”(González et al., 2014, pág 137).

Moreno, González, Alba y Ordieres coinciden en que la demanda refleja el comportamiento que los consumidores potenciales aceptan comprar a un determinado precio con el fin de satisfacer sus necesidades.

2.16.4. Producto

“El producto se define como una propuesta de valor, es decir, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades. Esta propuesta de valor se materializa en una oferta que supone una combinación de productos físicos, servicios, información, experiencias”(González et al., 2014, pág 137).

“El producto es el bien físico, servicio o idea que se ofrece al mercado. Comprende las propiedades físicas y técnicas que lo condicionan a satisfacer funciones y usos determinados. Incorpora su envase, presentación, marca, servicios anexos y garantías”(Moreno Castro, 2016,pág 120).

González, Alba, Ordieres, Moreno concuerdan que el producto es un bien tangible o intangible servicio que se ofrece al mercado y posee diferentes características que cumplen con los requerimientos del cliente al momento de adquirirlos.

2.16.5. Precio

“El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos”(Monferrer, 2013, pág 118).

“El precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”(González et al., 2014, pág 138).

Monferrer, González, Alba y Ordieres coinciden en que precio es el valor económico que se le otorga a un producto o servicio que se ofrece en el mercado, este precio puede ser fijado a través de la oferta y la demanda.

2.16.6. Plaza

“La plaza es el lugar donde se venden los productos para llegar a los usuarios finales es preciso examinar la presencia de clientes, el costo del lugar, las facilidades y dificultades para acceder con el producto, la posibilidad de mantener relaciones duraderas con los usuarios y el lugar donde la imagen adquiere mayor valor”(Moreno Castro, 2016, pág 122).

“La Plaza es el lugar donde se satisface la necesidad, incluidos los canales de distribución”(Prieto, 2014, pág 90).

Moreno y Prieto concuerdan en que plaza es el lugar escogido por el productor para que la distribución del producto o servicio esté al alcance del consumidor, para seleccionar de mejor manera la plaza es necesario el estudio de mercado que permite determinar las ventajas o desventajas de llegar con el producto al mercado potencial.

2.16.7. Promoción

“Es la función del marketing mix relacionada con la comunicación persuasiva hacia públicos objetivo que le brinda beneficios tangibles al producto o servicio, contribuye a salir de productos quedados, , enfrentar a la competencia, incrementar la participación en el mercado”(Prieto, 2009,pág 64).

“Son todas las actividades de mercadeo que no incluyen a las ventas personales y a la publicidad, ya sea onerosa o gratuita, tendientes a estimular las compras del consumidor y efectividad de los intermediarios, tales como exhibiciones o demostraciones”(Céspedes, 2008, pág 228).

Prieto y Céspedes concuerdan en que promoción es una herramienta de marketing, basadas en técnicas o actividades para incentivar al cliente a adquirir un producto o servicio que contribuyen a generar ventaja ante la competencia y maximizan la participación en el mercado.

2.16.8. Publicidad

“Acción de comunicación a través de los medios de comunicación de masas como la T.V. prensa, radio, es una acción unilateral empresa-mercado, con objetivos de información, persuasión o imagen”(Céspedes, 2008, pág 252).

“Publicidad, se define como la comunicación de masas impersonal que incide sobre las actitudes de las personas, llega a personas de difícil acceso, crea reconocimiento, mejora la imagen, penetra un mercado geográfico y sirve para introducir un nuevo producto”(Prieto, 2009,pág 65).

Céspedes y Prieto coinciden en que la publicidad son un conjunto de actividades o estrategias, la principal herramienta son los medios de comunicación que permiten informar a las personas sobre el producto o servicio y generar posicionamiento en el mercado.

2.16.9. Segmentación

“Podemos definir la segmentación de mercados como el proceso a través del cual el mercado total de un producto o servicio particular es dividido en grupos relativamente homogéneos atendiendo a sus características y necesidades particulares”(García, 2011, pág 149).

“La segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total, heterogéneo para un producto o servicio y dividirlo en varios grupos pequeños o subgrupos”(Céspedes, 2008, pág 56).

García y Céspedes comparten que la segmentación es un proceso en cual el mercado es dividido en grupos homogéneos con el fin de conocer sus características y necesidades, fundamental para saber a dónde va dirigido el producto, conocer los perfiles de los consumidores dividiendo al mercado en subgrupos con el fin de encontrar un nicho de mercado a explotar.

2.17. Estudio técnico

“Estudio técnico de un proyecto permite verificar la posibilidad de la fabricación del producto o servicio definido, analizar el tamaño óptimo, la localización más favorable, los equipos, las instalaciones y la organización necesaria para su ejecución”(Prieto, 2014, pág 91).

“Estudio técnico es la investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”(Baca, 2001, pág 19).

Prieto y Baca coinciden en que el estudio técnico permite determinar la posibilidad de crear un producto o servicio, analizar el tamaño óptimo, la localización de la planta, la ingeniería, así como del proyecto necesarias para su ejecución, de esta manera se podrá analizar si es factible la comercialización de un producto desde el punto de vista de los diversos factores técnicos del proyecto.

2.17.1. Tamaño del Proyecto

“Se define Tamaño del proyecto a la dimensión o tamaño de un proyecto se define como su capacidad de producción en un determinado período de tiempo de funcionamiento”(Prieto, 2014, pág 91)

“El tamaño del proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir, la capacidad de empresas a prestar servicios”(Sapag, 2011, pág 134).

Prieto y Sapag coinciden en que el tamaño del proyecto es la capacidad instalada de producción en la cual se toma en cuenta las unidades a producir por año, se considera óptimo cuando los costos son menores y se obtiene la mayor rentabilidad posible.

2.17.2. Localización del proyecto

“Localización del proyecto es lograr posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio”(Meza, 2013, pág 23).

“La localización del proyecto es la ubicación más adecuada que posibilite maximizar el logro del objetivo definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad”(Sapag, 2011, pág 136).

Meza y Sapag argumentan que la localización del proyecto es la ubicación más adecuada para lograr menores costos de transporte y accesibilidad a los consumidores.

La localización del proyecto es necesaria para determinar en dónde se va a instalar el negocio, teniendo en cuenta la cercanía del lugar para la adquisición de materias primas con los proveedores con el fin de reducir costos y la ubicación del lugar con los consumidores del mercado.

2.17.3. Ingeniería del proyecto

“La ingeniería del proyecto se refiere a la parte del estudio técnico que se relaciona con su fase de producción que permita optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o la prestación del servicio”(Prieto, 2014).

“La ingeniería del proyecto tiene como fin resolver todo lo correspondiente a la instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habra de tener la planta productiva”(Baca, 2013, pág 112).

Prieto y Baca coinciden en que la ingeniería del proyecto tiene como fin optimizar los recursos disponibles para establecer el funcionamiento de la planta, se encarga de los aspectos técnicos y la infraestructura para la fabricación del producto, este proceso incluye la adquisición de equipos y maquinaria, distribución óptima de la planta, con el adecuado uso de los recursos disponibles de la empresa.

2.18. Estudio Financiero

“El estudio financiero tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto de allegarse los recursos necesarios para su implantación y contar con la suficiente liquidez y solvencia para desarrollar operaciones productivas y comerciales”(Ortega, 2006, pág 209).

“El estudio financiero es el encargado de determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica”(Baca, 2013, pág 171).

Ortega y Baca coinciden en que el estudio financiero es una estrategia que permite determinar el monto a utilizarse en el proyecto, se encarga de evaluar la inversión que se va a utilizar para poner en marcha el proyecto, esta información financiera ayudará a saber si se obtendrá rentabilidad o pérdida para la empresa.

2.18.1. Presupuesto

“Presupuesto es un análisis sistemático que analiza el futuro y el presente de un proceso productivo y financiero de una empresa, calculando los input y los output de los recursos, siendo los recursos dinero, tiempo, materiales, uso de maquinaria y de espacio, entre otros”(Rincón, 2011, pág 3).

“Presupuesto es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un período determinado”(Burbano, 2011, pág 3).

Rincón y Burbano coinciden en que el presupuesto es una estimación a futuro de una operación productiva y financiera, son todos los ingresos y gastos anticipados que van a desarrollarse en un período de tiempo determinado, tomando en cuenta todos los recursos necesarios para el proyecto a desarrollarse.

2.18.2. Ingresos

“Los ingresos son valores recibidos por el ente económico que bien pueden ser en desarrollo del objeto social que explota, o por actividades que no corresponden a su objeto social, pero que mejoran la utilidad”(Martínez, 2011, pág 204).

“Los ingresos son incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del período sobre el que se informa, en forma de entradas”(Fierro, 2015, pág 316)

Martínez y Fierro argumentan que los ingresos son beneficios económicos que recibe la empresa en el desarrollo de sus actividades, representa partidas presupuestarias que causan incremento en el patrimonio neto de la empresa.

2.18.3. Costos de producción

“Costo de producción es la suma de todas las erogaciones y cargos incurridos para convertir la materia prima en producto terminado. Para manufacturar un producto se hace uso de tres componentes: materias primas, mano de obra y costos indirectos”(Sinisterra, 2006, pág 38).

“Los costos de producción son más que un reflejo de las determinaciones realizada en el estudio técnico, el proceso de costeo de producción es una actividad de ingeniería más que de contabilidad”(Baca, 2013, pág 172).

Sinisterra y Baca comparten la idea de que los costos de producción son las determinaciones del estudio técnico previamente realizado en el cual se incluye la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos a utilizar para la transformación creación del bien o servicio que incurren en la fabricación del producto, estos costos pueden ser fijos y variables dependiendo del comportamiento frente al nivel de producción.

Materia prima

“Las materias primas representan los materiales que, una vez sometidos a un proceso de transformación, se convierten en productos terminados. Para fabricar un producto se suele hacer uso de una amplia gama de materias primas”(Sinisterra, 2006, pág 39).

“La materia prima está constituida por todos los bienes, en estado natural o sobre los cuales se haya operado algún tipo de transformación, requeridos para la producción de un bien, que serán algo o muy diferentes al de los materiales utilizados”(Zapata, 2015, pág 46).

Sinisterra y Zapata coinciden en que la materia prima son materiales que pasan por diferentes fases de transformación para finalmente ser convertido en un nuevo producto y ser usado por los consumidores.

Mano de obra

“La mano de obra representa el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto”(Sinisterra, 2006, pág 40).

“Se denomina mano de obra al costo del esfuerzo físico e intelectual que realiza el ser humano, utilizando conocimientos, destrezas, habilidades, y experiencia, con el objeto de transformar los materiales”(Zapata, 2015, pág 70).

Sinisterra y Zapata coinciden en que la mano de obra es el esfuerzo físico y mental que emplea el hombre en el proceso de elaboración de un bien o servicio y este representa un costo para el empresario.

Costos indirectos de fabricación

“Los costos indirectos de fabricación comprenden todos los costos asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima directa y la mano de obra directa”(Sinisterra, 2006,pág 40).

“Los costos indirectos de fabricación comprenden los bienes naturales, semielaborados o elaborados de carácter complementario, así como servicios personales, servicios públicos,

servicios generales y otros insumos indispensables que ayudan a la terminación adecuada del producto final”(Zapata, 2015, pág 88).

Sinisterra y Zapata coinciden que los costos indirectos de fabricación son costos que no se atribuyen directamente a la partida de producción, pero son gastos necesarios para la creación del producto, entre estos incluyen los costos indirectos de fabricación que pueden ser: la mano de obra indirecta, materiales indirectos y servicios básicos entre otros.

2.18.4. Estados financieros

“Los estados financieros de propósito general son aquellos que se preparan al cierre de un período para satisfacer el interés común del público que desea evaluar la capacidad de un ente económico”(Sinisterra, 2006, pág 48).

“Los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un período contable, y tienen por objeto proporcionar información relevante y consolidada sobre la situación económica y financiera de la empresa, evaluando el potencial económico de la entidad”(Zapata, 2015, pág 26).

Sinisterra y Zapata concuerdan en que los estados financieros son informes de un período contable que proporciona información sobre la situación económica, financiera de la entidad para tener una visión objetiva de los minimizar las fallas que tenga la empresa y que le permita tomar decisiones sobre una base de conocimientos económicos de la situación de la empresa.

2.18.5. Indicadores financieros

“Los indicadores financieros en un presupuesto son datos que identifican una posible situación económica, producción, control y financiera, permitiendo analizar puntos clave donde se está bien y se debe fortalecer, para la toma de decisiones”(Rincón, 2011, pág 266).

Los indicadores financieros hacen referencia al origen de los fondos utilizados para lograr los fines del proyecto, así como la proyección en el tiempo de estos. Estos aspectos pertenecen a la financiación del proyecto”(Ajenjo, 2005, pág 232).

Rincón y Ajenjo coinciden en que los indicadores financieros son datos numéricos que permiten analizar la situación económica de la financiación de un proyecto, son herramientas que mediante la información financiera de la empresa hacen posible conocer la rentabilidad de la empresa o capacidad de endeudamiento que esta podría tener.

VAN

“El VAN se define como el valor actualizado de todos los flujos de fondos en el origen a una tasa de actualización o descuento que coincide con el coste de capital”(Pindado, 2012, pág. 227).

“El VAN se define como la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto. A la diferencia entre el valor presente de los flujos y el valor de la inversión que se le denomina valor presente neto”(Ortega, 2006).

Pindado y Ortega coinciden que el VAN es una tasa de actualización que permite conocer la cantidad que se va a invertir en el proyecto, tiene como fin calcular el valor presente de un número de flujos de caja futuros y conocer si al momento de invertir en un proyecto se generara rentabilidad.

TIR.

“De acuerdo con la estructura del flujo de caja ideal de evaluación, la tasa interna de retorno es la tasa de interés que, dada una inversión inicial, permite generar los ingresos netos proyectados”(Alvarado, 2016, pág 250).

“La tasa interna de retorno (TIR) de una inversión es el rendimiento requerido que produce un VPN de cero cuando se usa como una tasa de descuento”(Westerfield, 2006, pág 275).

Alvarado y Westerfield argumentan que la tasa interna de retorno permite evaluar la rentabilidad que va a generar una inversión, a través de una tasa de interés que es el porcentaje proyectado de beneficio o pérdida en una inversión.

2.19. Estudio administrativo

2.19.1. Organigrama

“El organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o sus áreas, en la que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad”(Franklin, 2014, pág 100).

“Un organigrama es la representación gráfica y esquemática de la estructura de una organización que muestra las áreas que la integran y sus relaciones”(Huamán, 2015, pág 219).

Franklin y Huamán coinciden en que el organigrama es una representación gráfica que permite conocer la composición de una organización, determina la estructura administrativa conformada por varios niveles jerárquicos que representan la función y cargo de cada empleado de la empresa.

2.19.2. Filosofía Empresarial

Misión

“Misión, este enunciado sirve a la organización como guía o marco de referencia para orientar sus acciones y enlazar lo deseado con lo posible, es necesario mencionar la razón de ser de la organización en términos de propósitos específicos, resultados esperados y compromisos por cumplir”(Franklin, 2014, pág 198)

“Se basara en las fortalezas y oportunidades que derivan de la vocación de la empresa y que pretenden alcanzar los objetivos planteados”(Naumov, 2011, pág 22).

Franklin y Naumov coinciden en que la misión es un enunciado para orientar la razón de ser de la empresa, está enfocada a la actividad que realiza, la razón de ser de la misma demostrando sus potencialidades y los recursos que dispone, para el segmento de mercado al que se dirige.

Visión

“Visión se define como la guía de la organización en el largo plazo, que le ayudara a mantenerse en el mercado y la preferencia de los clientes a través de los sueños que sus propietarios, líderes o consejeros tengan”(Naumov, 2011, pág 4).

“Visión se define como el enunciado que describe el estado deseado en el futuro. Provee dirección y forja el futuro de la organización estimulando acciones concretas en el presente”(Münch, 2005, pág 30).

Naumov y Münch argumentan que la visión se define como el enunciado de lo que la empresa se propone lograr en un plazo de tiempo.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado se va a desarrollar para recopilar y analizar a la información adquirida a través de las distintas técnicas de investigación como es: la entrevista, la encuesta y las fichas de observación.

Con los datos adquiridos se cuantificará la oferta y la demanda de productos sustitutos o complementarios existentes en el mercado, y a su vez se realizará la proyección de la demanda potencial insatisfecha, además de conocer las preferencias o cualidades que buscan los consumidores al momento de adquirir libros didácticos para niños de 6 a 8 años de edad, los precios, las formas de comercialización y los medios de comunicación para llegar al segmento de mercado.

3.2. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado, mediante la investigación de las variables como: oferta, demanda, producto, precio, plaza, promoción y publicidad, con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha y el nivel de aceptación que tendría el producto en el mercado.

3.3. Objetivos específicos

- Determinar las características del producto a ofrecer
- Cuantificar la demanda objetivo del proyecto
- Investigar la oferta de productos similares existentes en el mercado
- Investigar los precios de los productos similares fijados por la competencia
- Establecer el lugar de comercialización
- Evaluar los medios de publicidad utilizados por los consumidores potenciales
- Establecer estrategias de promoción preferidas por los consumidores
- Establecer estrategias de comercialización

3.4. Variables

- Producto
- Oferta
- Demanda
- Precio
- Plaza
- Publicidad
- Promoción
- Comercialización

3.5. Indicadores

3.5.1. Producto

- Tipos de productos de la competencia
- Tipo de materia prima
- Formas de producción
- Ventajas y desventajas del producto
- Características
- Gustos y preferencias del usuario
- Calidad
- Diseño- Tipos
- Empastado
- Tamaños de preferencia
- Colores de preferencia

3.5.2. Oferta

- Número de empresas que ofertan productos similares o sustitutos
- Cantidad de productos vendidos por la competencia

- Productos similares y sustitutos que se encuentran en oferta

3.5.3. Demanda

- Cantidad de compra
- Niveles de ingreso del consumidor
- Niños de 6 a 8 años de edad pertenecientes a familias de la población meta
- Intención de compra
- Frecuencia de compra

3.5.4. Precio

- Precio de la competencia
- Disposición de pago
- Formas de pago

3.5.5. Plaza

- Lugares de venta
- Canales de distribución

3.5.6. Publicidad

- Medios de comunicación empleados

3.5.7. Promoción

- Descuentos

3.5.8. Comercialización

- Ubicación

3.6. Matriz de estudio de mercado

Tabla N° 6
Matriz estudio de mercado

| Objetivo General | Objetivos específicos | Variables | Indicadores | Fuente de información | Técnicas | Informantes |
|---|---|-----------|---|-----------------------|----------------------------|---|
| Realizar un estudio de mercado, mediante la investigación de las variables como: oferta, demanda, producto, precio, plaza, promoción y publicidad, con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha y el nivel de aceptación que tendría el producto en el mercado. | Determinar las características del producto a ofrecer | Producto | ➤ Tipos de producto de la competencia | ➤ Primaria | ➤ Entrevista | ➤ Encargado general Sari Papelería Sociedad Anónima ➤ Pa-co comercial e industria ➤ Mera Aguas Carlos Armando - Provesum & Cía. Galilea |
| | | | ➤ Tipo de materia prima | ➤ Primaria | ➤ Entrevista | ➤ Gerente de serigrafía Mark@ |
| | | | ➤ Formas de producción | | | |
| | ➤ Ventajas y desventajas del producto | | | | | |
| Quantificar la demanda objetivo del proyecto | Oferta | | ➤ Características | ➤ Primaria | ➤ Encuesta | ➤ Potenciales consumidores |
| | | | ➤ Gustos y preferencias | | | |
| | | | ➤ Calidad | | | |
| ➤ Diseño- Tipos | | | | | | |
| ➤ Empastado | | | | | | |
| ➤ Tamaños de preferencia | | | | | | |
| ➤ Colores de preferencia | | | | | | |
| Quantificar la demanda objetivo del proyecto | Oferta | | ➤ Número de empresas que ofertan productos similares o sustitutos | ➤ Secundaria | ➤ Investigación documental | ➤ Registro de actividades económicas de la Cámara de Comercio |
| | | | ➤ Cantidad de productos vendidos por la competencia | ➤ Primaria | ➤ Entrevista | ➤ Encargado general Sari Papelería Sociedad Anónima ➤ Pa-co comercial e industria ➤ Mera Aguas Carlos Armando - Provesum & Cía. Galilea |
| ➤ Productos similares o sustitutos | | | | | | |

| | | | | | |
|--|------------------|--|------------|--------------|---|
| Investigar la oferta de productos similares que existen en el mercado | Demanda | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cantidad de compra ➤ Intención de compra ➤ Nivel de ingreso del consumidor ➤ Niños de 6 a 8 años pertenecientes a las familias de la población meta ➤ Frecuencia de compra | ➤ Primaria | ➤ Encuesta | ➤ Potenciales consumidores |
| Establecer el lugar de comercialización | Precio | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Precio de la competencia | ➤ Primaria | ➤ Entrevista | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encargado general Sari Papelería Sociedad Anónima ➤ Pa-co comercial e industria Mera Aguas Carlos Armando - Provesum & Cía. ➤ Galilea |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Disposición de pago ➤ Formas de pago | ➤ Primaria | ➤ Encuesta | ➤ Potenciales consumidores |
| Investigar los precios de los productos similares fijados por la competencia | Plaza | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Lugares de venta ➤ Canales de distribución | ➤ Primaria | ➤ Encuesta | ➤ Potenciales consumidores |
| Evaluar los medios de publicidad utilizados por los consumidores potenciales | Publicidad | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Medios de comunicación más empleados | ➤ Primaria | ➤ Encuesta | ➤ Potenciales consumidores. |
| Establecer estrategias de promoción preferidas por los consumidores | Promoción | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Descuentos | ➤ Primaria | ➤ Encuesta | ➤ Potenciales consumidores |
| Establecer estrategias de comercialización | Comercialización | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicación | ➤ Primaria | ➤ Encuesta | ➤ Potenciales consumidores |

Fuente: Propia

Elaborado: Autores

3.7. Identificación del producto

Tabla N° 7
Producto a comercializar

| Producto para comercializar | | |
|--|---|-----------------------------------|
| Lugar de comercialización | Producto | Destino |
| Producción y comercialización de artículos educativos en la provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra. | Libros didácticos para el desarrollo de la motricidad fina. | Para niños y niñas de 6 a 8 años. |

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Autores

a) Características

El proyecto a realizar tiene como finalidad la creación de una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de libros didácticos que ayuden a desarrollar la motricidad fina de niños de 6 a 8 años de edad, en la parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, el producto a elaborar tiene un diseño innovador, sus hojas presentan un fondo negro; las mismas que al raspar, se empezará a descubrir el contenido educativo como: letras, números y gráficos.

b) Ventajas

El proyecto está enfocado a la minimización de la incidencia tecnológica en los niños de 6 a 8 años; además, la creación del libro tiene como objetivo el desarrollar la coordinación de movimientos musculares en los dedos.

El producto es innovador, se espera que cause buena impresión en los niños y puedan al mismo tiempo divertirse y aprender, este producto pretende sacar ventaja a la competencia por sus características en el proceso de elaboración, ser diferentes a los demás, a partir de lo cual se generará un valor agregado para la empresa.

La ciudad de Ibarra es un punto estratégico para la distribución del producto porque los niños que estudian en diferentes escuelas son los principales consumidores y se considera que es un segmento muy amplio para comercializar el libro.

c) Identificación de la población

La población que se va a investigar para el proyecto en desarrollo son los niños matriculados en el año lectivo 2017 – 2018 en las unidades educativas públicas y privadas de la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra desde primero hasta cuarto de año de básica, es decir de 6 a 8 años.

d) Determinación del tamaño de la muestra

Las encuestas se realizarán a los padres de familia que son las personas que deciden la compra de los artículos; pero para determinar el tamaño de la muestra se utilizará al total de niños matriculados en el periodo 2017 – 2018, para obtener la cantidad de encuestas se realizará la siguiente fórmula.

Tabla N° 8
Tamaño de la muestra

| Datos | Simbología |
|----------------------|---|
| Tamaño de la muestra | $N = ?$ |
| Población | $N = 6.242$ estudiantes de primero a cuarto año de básica |
| Desviación | $O = 0,5$ |
| Nivel de error | $e = 0,05$ |
| Nivel de confianza | $Z = 1,96$ |

Fuente: Investigación del estudio de mercado

Elaborado por: Autores

$$n = \frac{No^2Z^2}{(N - 1)e^2 + o^2Z^2}$$

$$n = \frac{(6.242)(0,5)^2 (1,96)^2}{(6.242 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{(5.994,81)}{(16,01)}$$

$$n = 374,67 \quad n = 375 \text{ encuestas}$$

3.8. Segmento de mercado

Según el Registro Administrativo 2017 – 2018 publicado en la página web del Ministerio de Educación; la cantidad de estudiantes de los niveles antes mencionados son 6.242 alumnos.

Tabla N° 9
Segmento de mercado

| Estudiantes | Primer año | Segundo año | Tercer año | Cuarto año | Total |
|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| Hombres | 754 | 765 | 777 | 802 | 3.098 |
| Mujeres | 762 | 771 | 792 | 819 | 3.144 |
| Total | 1.516 | 1.536 | 1.569 | 1.621 | 6.242 |

Fuente: Ministerio de educación

3.8.1. Variables de segmentación

Edad

La edad es importante debido a que los libros están especializados para niños que tengan de 6 a 8 años, porque a esta edad ellos podrían utilizar de correcta manera el producto.

Según estudios realizados en América a esta problemática de la motricidad fina existe un 19% de infantes que pueden utilizar un aparato electrónico mientras que un 9% pueden sujetarse correctamente las agujetas de un zapato, esto quiere decir que 1 de cada 2 niños tienen problemas de movilidad de los dedos de las manos.

Geografía

Para el proyecto es importante la ubicación geográfica debido que la cercanía de consumidores y proveedores evitará un alto gasto en transporte, lo cual sucedería al llevar el producto al sector rural o al comprar un material en otra ciudad o zona alejada.

Técnicas de investigación

Para el desarrollo del estudio de mercado se han realizado encuestas a los padres de familia de las diferentes escuelas para saber si el producto puede ser aceptado en el mercado; además, se entrevistó a los dueños o encargados de las principales papelerías, librerías y serigrafías de la ciudad de Ibarra debido que se necesita conocer los productos similares o sustitutos que ofertan y el proceso de realización de las raspaditas.

3.9. Información primaria

3.9.1. Encuesta

El método de muestreo utilizado es por conveniencia debido a que se va a realizar las encuestas a 375 padres de familia que tengan hijos de 6 a 8 años para poder determinar si el producto podría ser aceptado en el mercado; el lugar a desarrollar son las escuelas de la ciudad de Ibarra.

3.9.2. Entrevista

Se realizaron 5 entrevistas, la primera fue al gerente propietario de la Serigrafía LaMark@ y las restantes a los encargados y dueños de las principales papelerías y librerías de la ciudad. El fin de cada una de ellas fue para conocer el proceso de producción del serigrafiado y en las papelerías y librerías para determinar la cantidad de productos similares y sustitutos que se ofertan al año, los precios y las formas de comercializar.

3.9.3. Información secundaria

Los datos de la cantidad de niños matriculados en las escuelas públicas, fiscales, fisco-misionales y particulares en el registro administrativo 2017 – 2018 que se obtuvo de la página web del Ministerio de Educación, se presentan a continuación:

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | UNIDAD EDUCATIVA SAN VICENTE FERRER | 6 | 15 | 12 | 21 | 13 | 20 | 7 | 16 |
| | CENTRO DE EDUCACION INICIAL COQUITA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | SEMILLITAS DEL FUTURO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL PASITO A PASO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | CENTRO DE EDUCACION INICIAL PEQUEÑOS GIGANTES | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | CENTRO DE EDUCACION INICIAL CHISPITAS DE VIDA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | CEI MI PEQUEÑO MUNDO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | CENTRO DE EDUCACION INICIAL CASA BELEN | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total de estudiantes por género | | 762 | 754 | 771 | 765 | 792 | 777 | 819 | 802 |
| Total de estudiantes | | 6.242 | | | | | | | |

Fuente: Ministerio de Educación

3.10. Tabulación y análisis de la encuesta

1. Edad.

Tabla N° 11
Edad de los padres de familia

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|-----------------------|------------|-------------|
| 20 a 30 años | 195 | 52% |
| 31 a 40 años | 134 | 36% |
| 41 a 50 años | 39 | 10% |
| Más de 50 años | 7 | 2% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

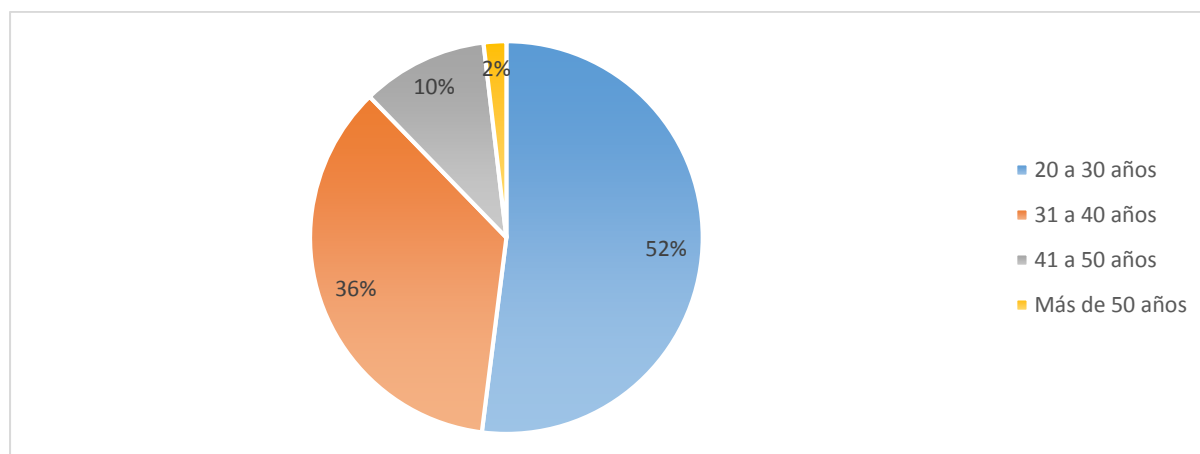


Gráfico N° 7
Edad de los padres de familia

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

El mayor porcentaje de padres de familia son personas de 20 a 30 años y un segmento menor de 31 a 40 años, esta información es importante porque permitirá direccionar de manera adecuada las campañas publicitarias para dar a conocer el producto; además, dependiendo de la edad del público meta que en este caso son los padres de familia se podrán estructurar paquetes promocionales que representen beneficio tanto para los niños como para la empresa.

2. Género.

Tabla N° 12
Representante del niño

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|------------------|------------|-------------|
| Masculino | 50 | 13% |
| Femenino | 325 | 87% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

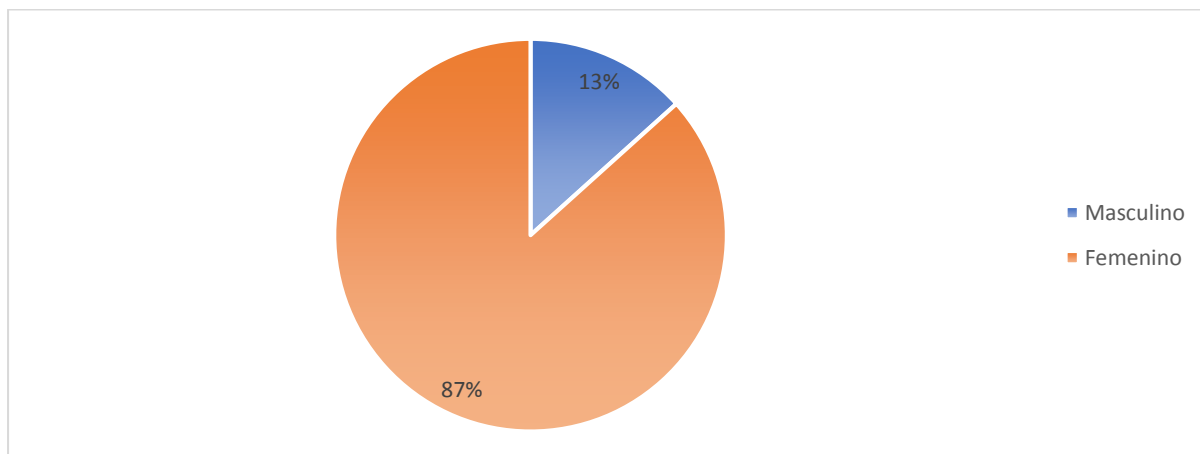


Gráfico N° 8
Representante del niño

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Los encuestados son los representantes de los niños en las escuelas y en su mayoría son mujeres; por lo que se deberá dar mayor atención al momento de ofrecer el producto con el fin de llegar con la suficiente información de las características innovadoras con las que cuentan los libros objeto del proyecto, según el público al que se dirige.

3. Su nivel de ingresos mensuales se encuentra entre:

Tabla N° 13
Nivel de ingresos mensuales de los padres de familia

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--------------------|------------|-------------|
| 200 – 386 | 158 | 42% |
| 387 – 600 | 164 | 44% |
| 601 – 1000 | 42 | 11% |
| Más de 1000 | 11 | 3% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

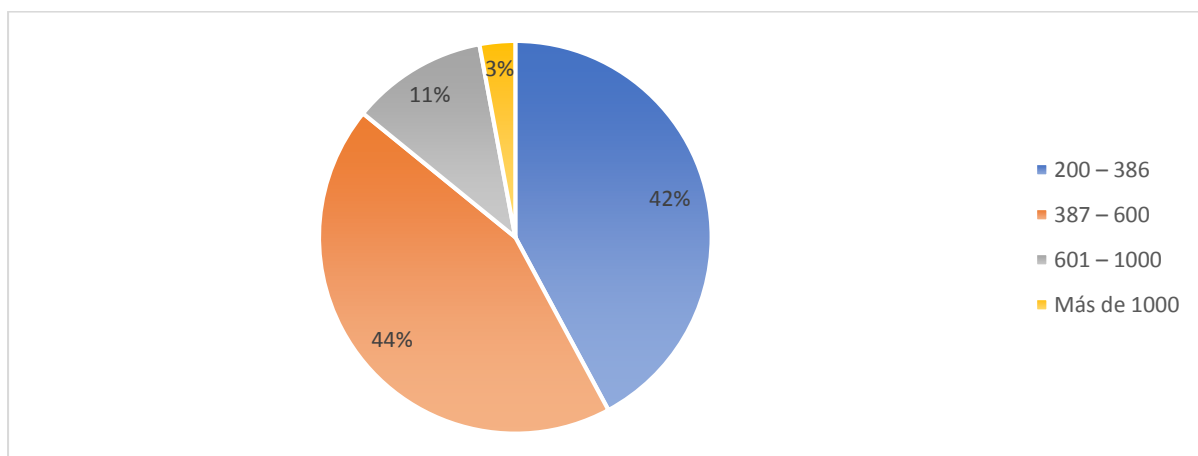


Gráfico N° 9
Ingresos mensuales de los padres de familia

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Los resultados obtenidos permiten determinar que el nivel de ingresos de la mayoría de la población meta se encuentran entre 200 y 600 dólares, esta información cobra gran importancia al momento de fijar los precios del producto, sin dejar de lado los dos segmentos minoritarios que constituyen las personas con ingresos superiores.

4. ¿En la familia existen niños que se encuentren entre los 6 a 8 años de edad?

Tabla N° 14
Existencia de niños de 6 a 8 años de edad

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 375 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

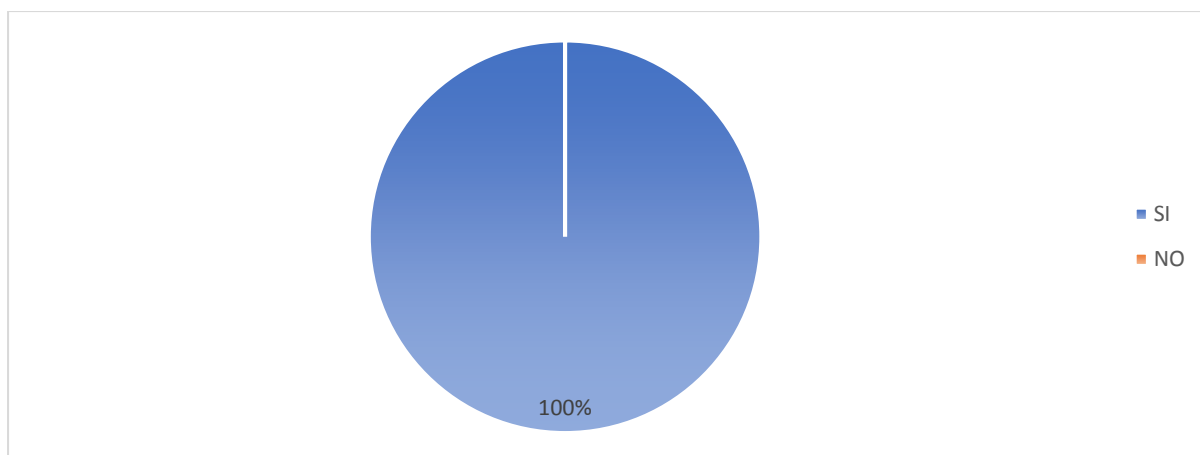


Gráfico N° 10
Padres de familia que tiene hijos de 6 a 8 años de edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Los padres de familia encuestados en su totalidad tienen hijos de 6 a 8 años pertenecientes a los primeros niveles de educación inicial y básica elemental, cabe resaltar que los 375 padres de familia encuestados tienen 434 hijos en el rango de edad establecido como objeto de estudio, de los cuales 226 son niños y 208 niñas. Esta información permitirá realizar el diseño de los libros con colores y figuras de la preferencia por género.

5. ¿Conoce acerca de la existencia de algún producto didáctico para desarrollar la motricidad fina en niños de 6 a 8 años de edad?

Tabla N° 15
Conocimiento de productos didácticos

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 267 | 71% |
| NO | 108 | 29% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

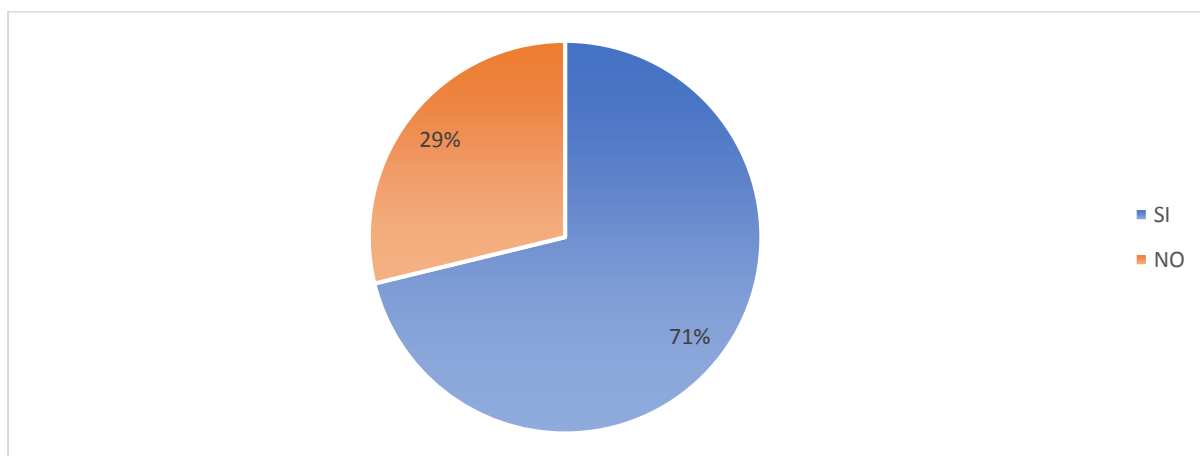


Gráfico N° 11
Conocen de productos didácticos para desarrollar la motricidad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Los resultados obtenidos permiten determinar que la mayoría de los encuestados conocen de productos didácticos para desarrollar la motricidad fina como son: plastilina, grafomotricidad, cuentos para pintar, entre otros; con esta información se puede establecer que los padres de familia tienen conocimiento de artículos sustitutos. Los libros a ofertar contienen características que asemejan a los productos mencionados, aun cuando contiene características únicas y darle un valor agregado diferente a los demás que existe en el mercado.

6. ¿Con que periodicidad compra artículos para el desarrollo motriz para sus hijos?

Tabla N° 16
Frecuencia de compra

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--------------|------------|-------------|
| Mensual | 31 | 8% |
| Bimensual | 68 | 18% |
| Trimestral | 59 | 16% |
| Semestral | 81 | 22% |
| Anual | 136 | 36% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

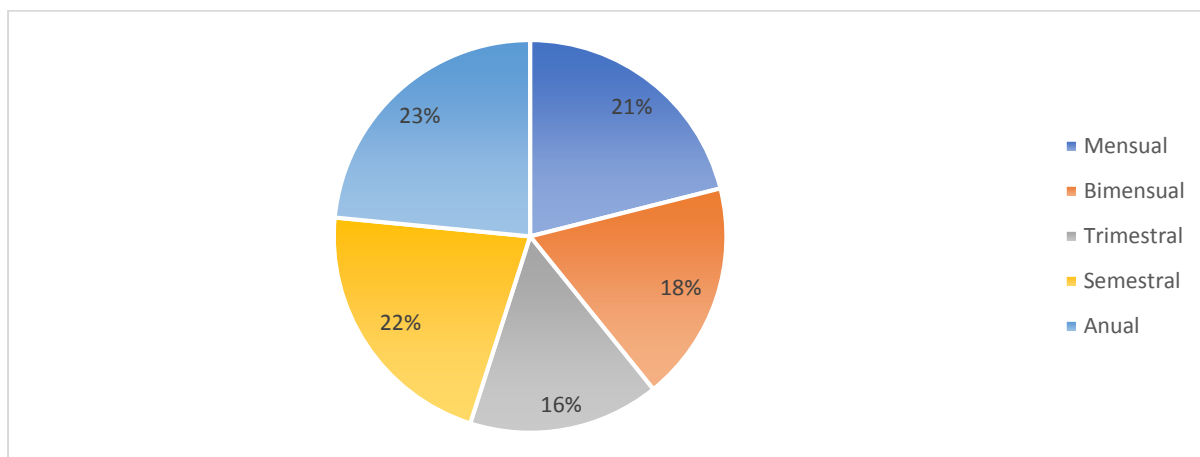


Gráfico N° 12

Compra de productos didácticos para desarrollar la motricidad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

En las encuestas realizadas a los padres de familia que tienen hijos de 6 a 8 años de edad se puede establecer que los productos que ayudan a desarrollar la motricidad, la mayoría de encuestados adquieren anualmente en inicio de clases; sin embargo, la cantidad mensual se toma en cuenta debido a que existe una diferencia mínima con relación al importe semestral y trimestral. Esta información ayuda para planificar los niveles de producción y ventas esperados para el proyecto.

7. Al momento de decidir la compra de un producto que desarrolle la motricidad fina de sus niños ¿Cuáles son las características que toma en cuenta para la compra?

Tabla N° 17
Características que se toman en cuenta al momento de la compra

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|-------------------|------------|-------------|
| Calidad | 150 | 40% |
| Precio | 69 | 18% |
| Moda | 3 | 1% |
| Innovación | 150 | 40% |
| Otra | 3 | 1% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

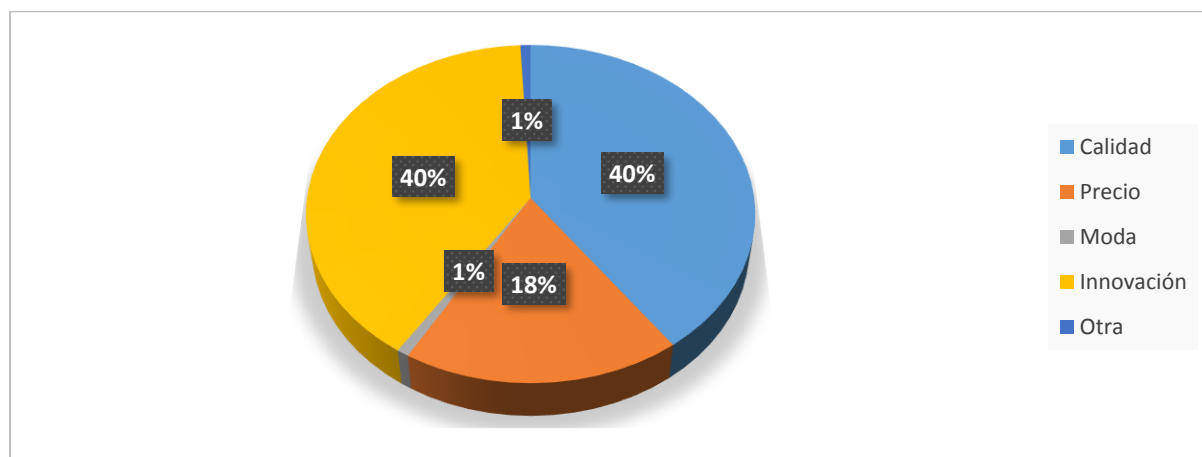


Gráfico N° 13

Características que toma en cuenta el comprador

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Los resultados obtenidos en las encuestas permiten determinar que los padres de familia que tienen hijos de 6 a 8 años de edad toman en cuenta las características de calidad e innovación al momento de comprar productos para desarrollar la motricidad fina; con esta información se puede establecer que los libros a ofertar deben ser novedosos y variados.

8. ¿En el caso de existir en el mercado un producto innovador que este dirigido a fomentar la motricidad de los niños lo adquiriría?

Tabla N° 18
Disponibilidad de compra

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 328 | 87% |
| NO | 47 | 13% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

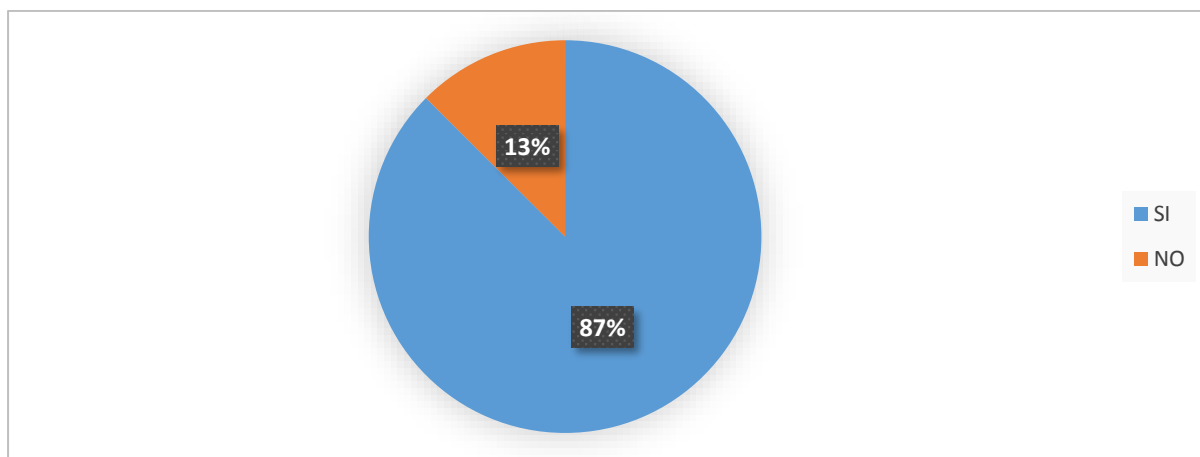


Gráfico N° 14
Disposición de compra
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Según los resultados de la encuesta la mayoría de las personas están de acuerdo en comprar nuevos productos enfocados a desarrollar la motricidad en sus niños, esta información es importante debido que la producción y comercialización de los libros a ofertar tendrían aceptación en el mercado; además se deben buscar estrategias de comunicación que permita llegar a conquistar la parte del mercado que no manifestó su intención de compra.

9. ¿Desearía comprar libros didácticos que ayuden a desarrollar la motricidad fina en los niños de 6 a 8 años de su familia?

Tabla N° 19
Deseo de compra

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 317 | 85% |
| NO | 58 | 15% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

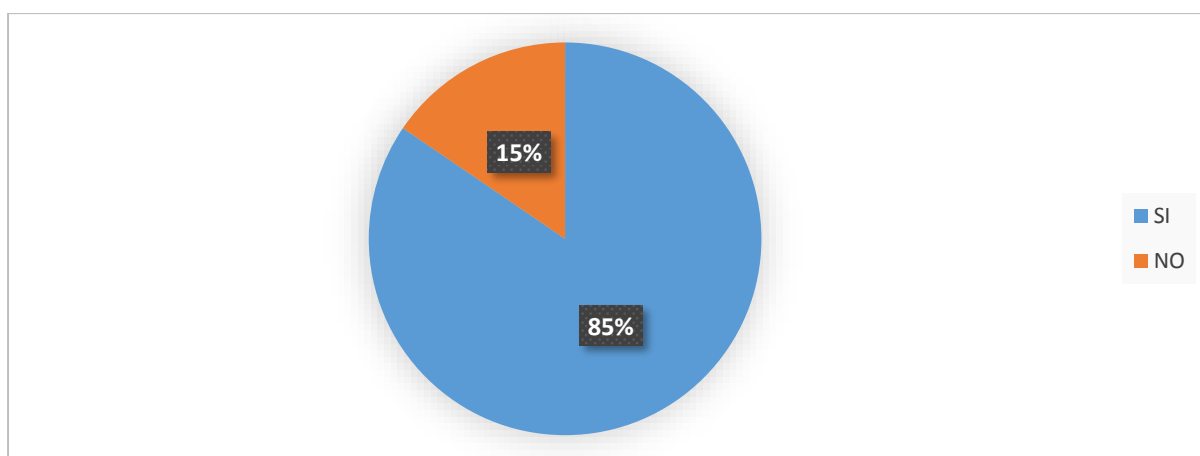


Gráfico N° 15
Deseo de compra

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Los resultados obtenidos de la encuesta demuestran que crear un libro que desarrolle la motricidad en los niños va a generar interés e intención de compra por parte de los padres de familia, esta información refleja en forma positiva la demanda que va a tener el producto al lanzarse al mercado.

10. ¿Cuáles de los siguientes elementos, considera usted que son importantes para que el producto sea de calidad?

Tabla N° 20
Elementos que conforman un producto de calidad

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|-------------------------|------------|-------------|
| <i>Números de hojas</i> | 3 | 1% |
| <i>Presentación</i> | 40 | 11% |
| <i>Contenido</i> | 291 | 78% |
| <i>Material</i> | 41 | 11% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

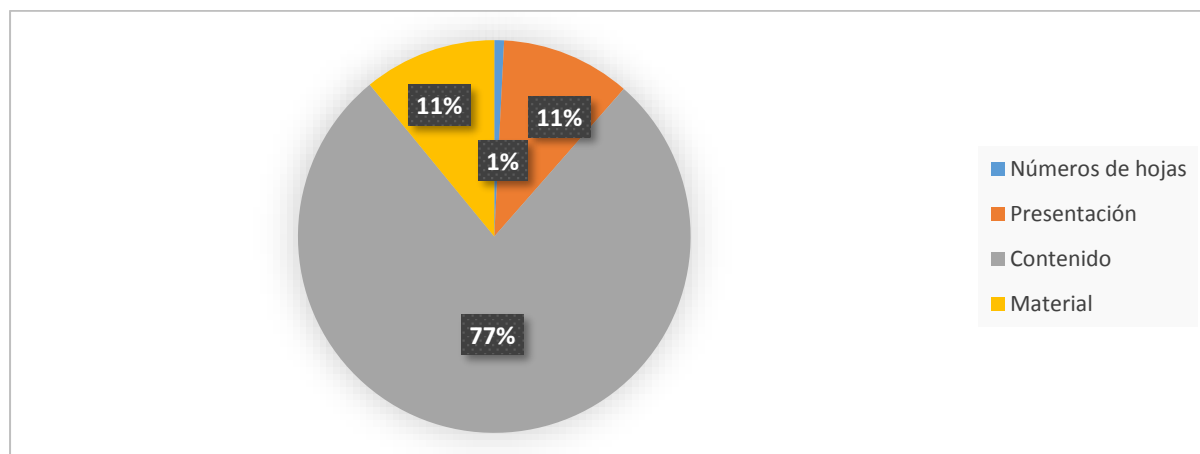


Gráfico N° 16
Características que conforman un producto de calidad

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

La mayoría de encuestados decidieron que para comprar un producto de calidad toman en cuenta el contenido que este tenga, es necesario considerar los diferentes requerimientos que los padres sugieren como: gráficos para colorear, operaciones matemáticas, escritura, entre otros; esta información es de vital importancia porque con ello se puede conocer qué actividades colocar en las páginas mágicas y así captar interés de los usuarios que son los niños y generar conocimiento al mismo tiempo.

11. ¿Qué tipo de diseño le gustaría encontrar en los libros?

Tabla N° 21
Tipo de diseño

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--------------------|------------|-------------|
| Rustico | 11 | 3% |
| Tradicional | 70 | 19% |
| Moderno | 294 | 78% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

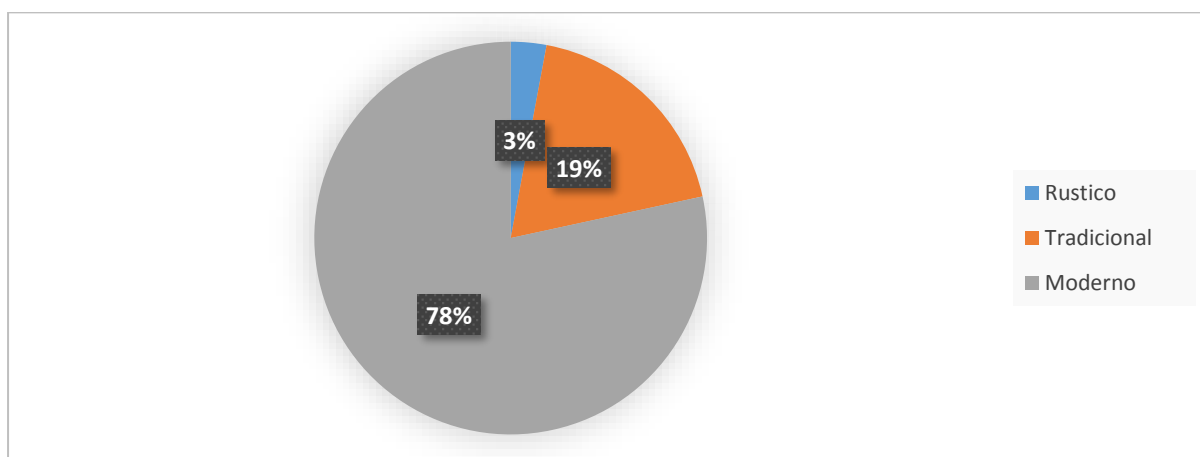


Gráfico N° 17
Tipo de diseño del libro

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Los resultados de la encuesta permiten determinar que la mayoría de los padres de familia optan por un diseño moderno; el libro debe atraer la atención tanto del comprador como del usuario final. Esta información ayuda a establecer las características con las que debe contar el producto para incentivar al cliente a realizar nuevas compras.

12. ¿En qué presentación le gustaría adquirir los libros?

Tabla N° 22
Presentación del libro

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|------------------|------------|-------------|
| <i>Sencillo</i> | 26 | 7% |
| <i>Normal</i> | 81 | 22% |
| <i>Llamativo</i> | 268 | 71% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

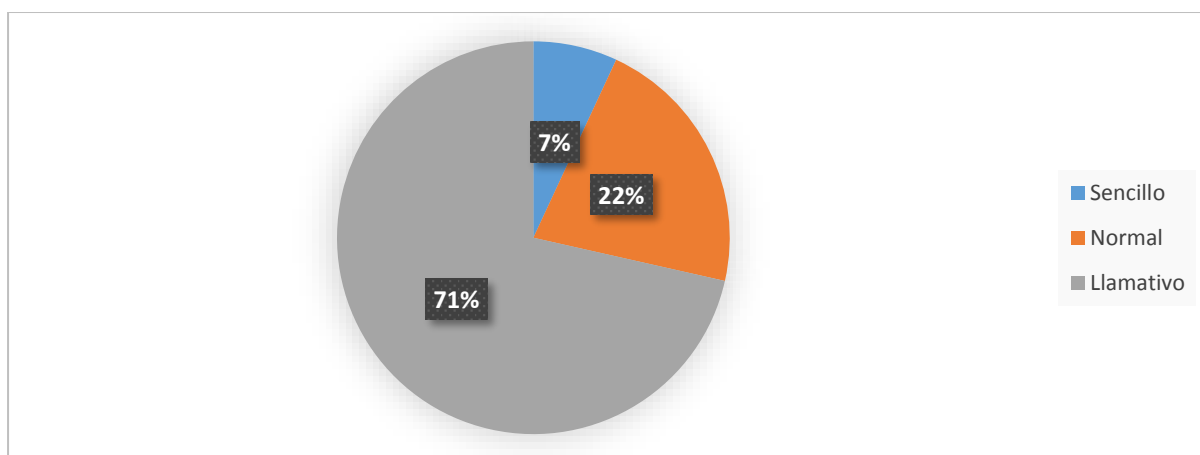


Gráfico N° 18
Presentación del libro

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Mediante la encuesta realizada se determinó que la mayoría de encuestados considera que la presentación del producto debe ser llamativo, se debe tomar en cuenta los requerimientos proporcionados por los padres de familia al momento de fabricación del producto para que sea del agrado tanto de los compradores como de los usuarios.

13. ¿Cuáles son los colores que le gustaría encontrar en la presentación del libro?

Tabla N° 23
Colores de la portada

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|----------------------|------------|-------------|
| Azul | 133 | 35% |
| Violeta | 63 | 17% |
| Rojo | 32 | 9% |
| Rosado | 67 | 18% |
| Colores vivos | 80 | 21% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

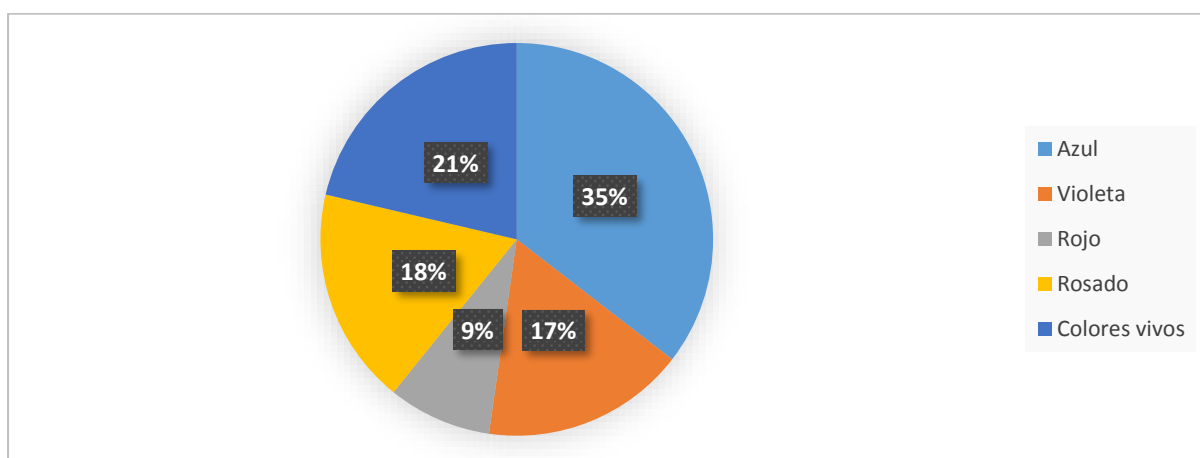


Gráfico N° 19
Colores de la portada

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

En la encuesta realizada mediante los datos obtenidos se determinó que en un 35% Los padres de familia quisieran que la presentación del libro sea en color azul, hay que tomar en cuenta los diferentes segmentos de colores escogidos por las personas encuestadas, ya que el color es importante y considerado un factor psicológico que provoca una serie de reacciones al momento de influir en la decisión de compra de los clientes, esta información permite diversificar los diseños, colores y dibujos que encontrará el usuario en los libros al realizar el proceso de raspado.

14. ¿Cuál es el tamaño que le gustaría encontrar el producto?

Tabla N° 24
Tamaño del libro a ofertar

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--------------------------------|------------|-------------|
| <i>Pequeño tamaño libreta</i> | 4 | 1% |
| <i>Mediano tamaño cuaderno</i> | 266 | 71% |
| <i>Grande tamaño libro</i> | 105 | 28% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

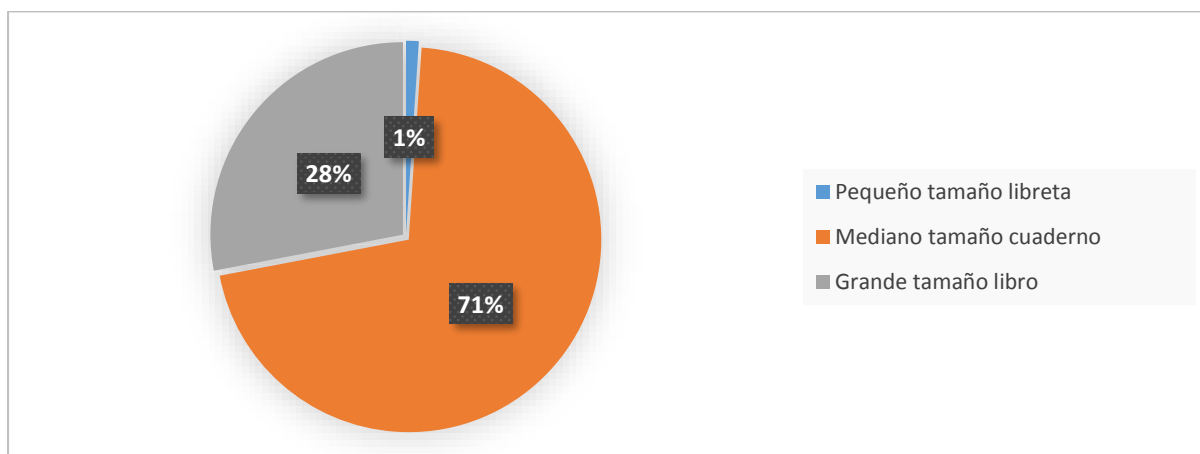


Gráfico N° 20

Tamaño de la presentación del libro

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

En la encuesta realizada se observó que la mayoría de encuestados desean que el libro sea de tamaño medio, esta información se debe tomar en cuenta para el diseño del producto y pueda satisfacer sus necesidades y gustos de los niños para que se divierta y aprenda. La empresa desarrollará su portafolio de productos apoyado en esta información.

15. ¿Qué tipo de gráficos piensa usted que debe contener el producto para que sea interactivo y promueva el aprendizaje?

Tabla N° 25
Gráficos que ayuden al aprendizaje

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--------------------------------|------------|-------------|
| <i>Gráficos coloridos</i> | 66 | 18% |
| <i>Operaciones Matemáticas</i> | 45 | 12% |
| <i>Ejercicios de escritura</i> | 31 | 8% |
| <i>Áreas para colorear</i> | 13 | 3% |
| <i>Todas las anteriores</i> | 220 | 59% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

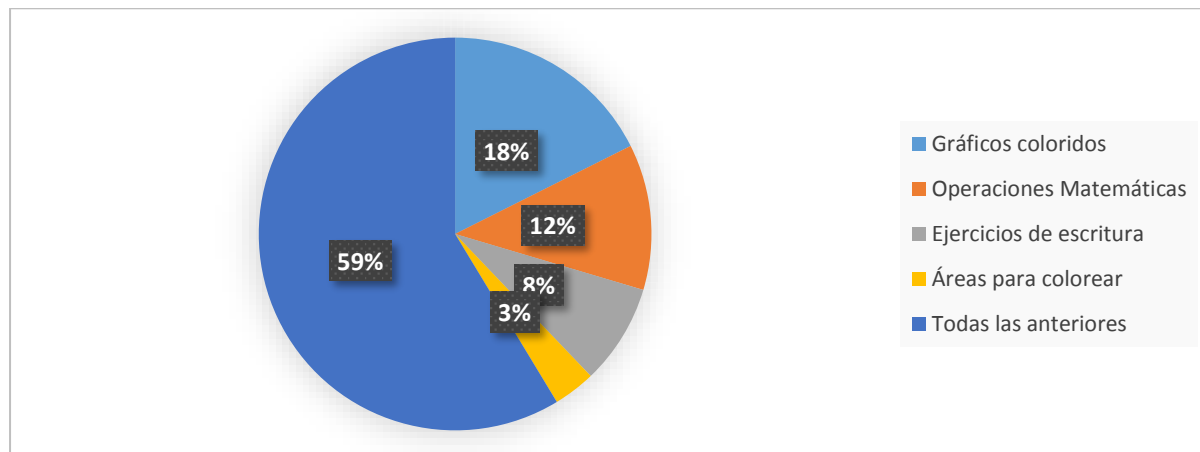


Gráfico N° 21

Tipo de diseños que ayuden al aprendizaje

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Más de la mitad de encuestados desean que el libro tenga todas las características antes propuestas, el producto debe ser interesante para ser comprado por los clientes por los que debe presentar un contenido que sea de agrado para los padres que tienen la capacidad económica para adquirir el libro y los consumidores que son los niños, además que puedan usarse como regalos.

16. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un libro de desarrollo motriz (dibujo, pintura, lectura o escritura)?

Tabla N° 26
Valor dispuesto a pagar por el comprador

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--------------------------|------------|-------------|
| 5 - 7 dólares. | 140 | 37% |
| 8 – 10 dólares. | 176 | 47% |
| 10 – 12 dólares. | 44 | 12% |
| Más de 12 dólares | 15 | 4% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

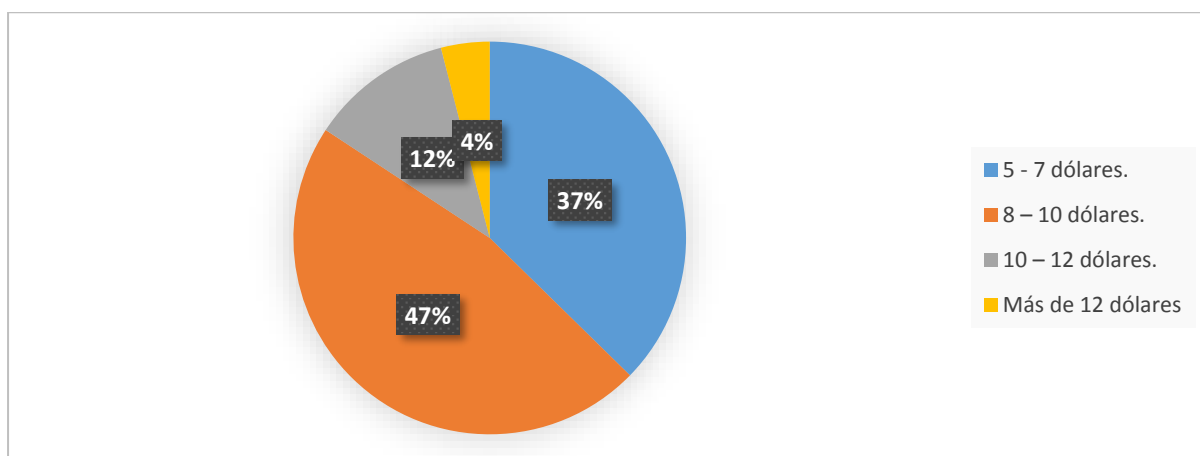


Gráfico N° 22

Valor dispuesto a cancelar por el producto a ofertar

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Mediante los resultados obtenidos se determinó que la mayoría de encuestados estarían dispuestos a pagar por el producto entre 5 a 10 dólares, esta información es importante porque el precio fijado para el producto dependerá de la capacidad de pago de los clientes y la demanda para los libros, el precio a establecerse será analizado previamente tomado en cuenta los precios de la competencia de manera que se pueda cada vez ganar más participación en el mercado.

17. ¿De qué forma le gustaría a usted cancelar el valor del producto?

Tabla N° 27
Forma de pago

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|---------------------------|------------|-------------|
| <i>Efectivo</i> | 356 | 95% |
| <i>Tarjeta de crédito</i> | 18 | 5% |
| <i>Tarjeta de débito</i> | 1 | 0% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

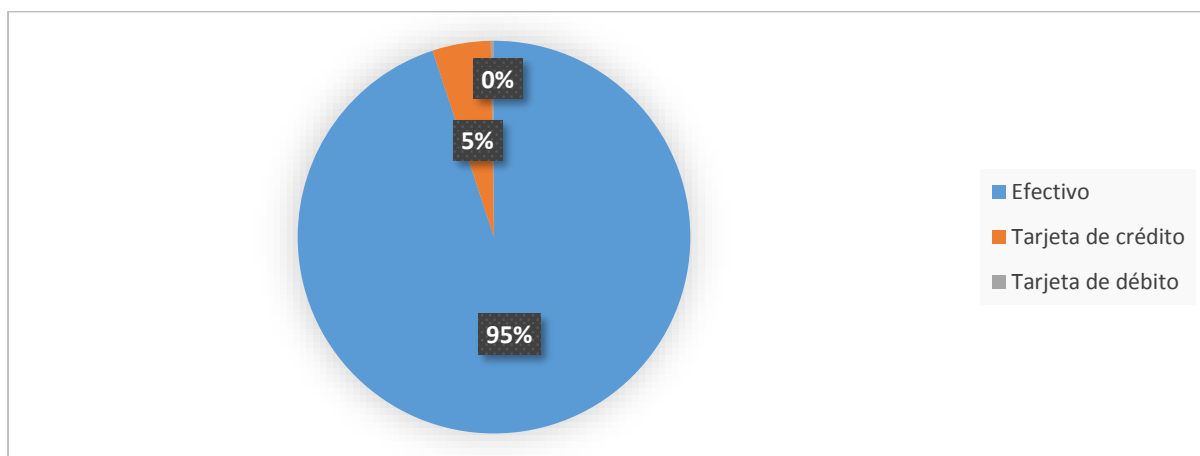


Gráfico N° 23
Formas de pago

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

La mayoría de encuestados desean que el modo de pago del producto sea en efectivo, es ventajoso para la empresa por que el dinero se cobraría de forma inmediata, también es necesario tomar en cuenta el segundo segmento de pago por tarjetas de crédito ya que es otra forma común de realizar compras, la empresa deberá tener las herramientas necesarias para este tipo de pago de tal forma que se satisfaga los requerimientos de todos los posibles clientes.

18. ¿Por qué medio de distribución, le gustaría adquirir este producto?

Tabla N° 28
Medios de distribución

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Distribución directa | 371 | 99% |
| Intermediarios | 4 | 1% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

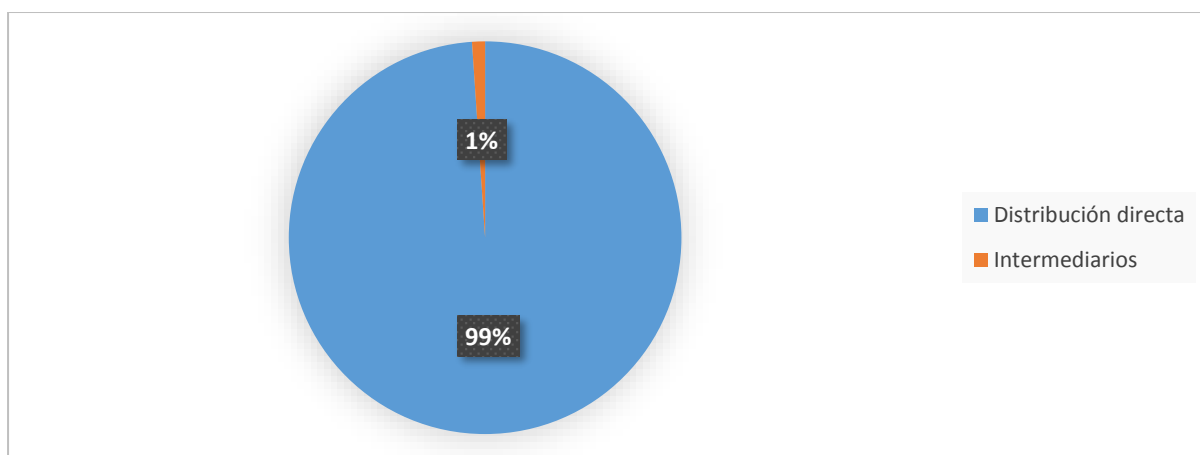


Gráfico N° 24
Medios de distribución

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Los padres de familia encuestados confirmaron en el 99% desearían que la venta del producto sea de forma directa de la empresa sin intermediarios, con esta información se debería establecer un punto de localización estratégico en el cual los clientes concurren con mayor frecuencia y puedan apreciar los libros y comprarlos con mayor facilidad; además de convertirse en distribuidores para el abastecimiento a librerías y papelerías.

19. ¿En qué lugar, le gustaría adquirir este producto?

Tabla N° 29
Lugares de compra del producto

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|--|------------|-------------|
| <i>Papelerías</i> | 140 | 37% |
| <i>Centros comerciales</i> | 170 | 45% |
| <i>Supermercados</i> | 14 | 4% |
| <i>Alrededor de los centros de estudio (escuela)</i> | 51 | 14% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

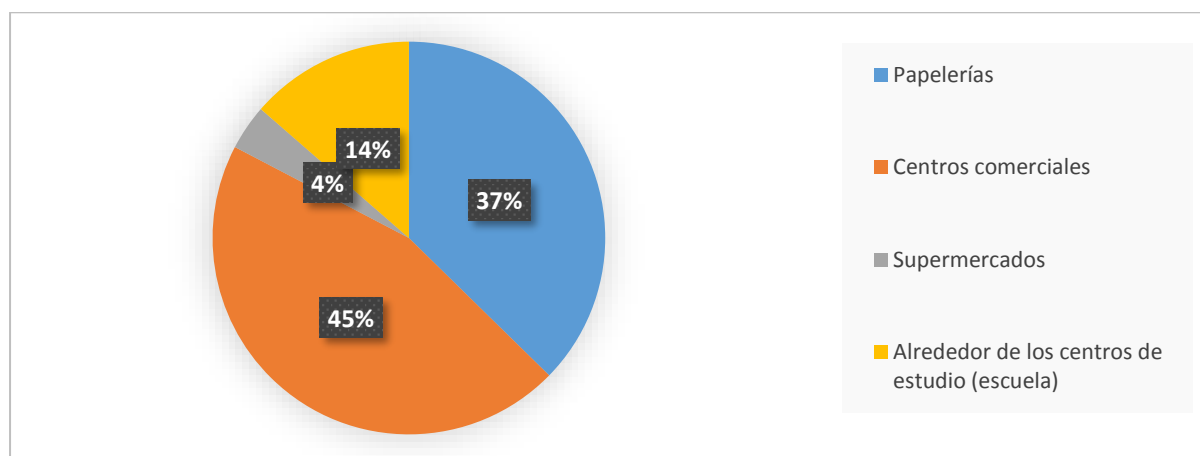


Gráfico N° 25
Lugares de compra del producto

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

A través de la encuesta se determinó el punto de venta que los consumidores estarían dispuestos a comprar el producto son los centros comerciales y como segundo segmento las papelerías, con esta información se puede establecer convenios con diferentes canales de distribución que estén dispuestos a comercializar los libros para incrementar las ventas y satisfacer la demanda de los clientes, además se ha considerado la participación en ferias de libros que ayudan a la difusión de las características particulares del producto.

20. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre este producto?

Tabla N° 30
Publicidad a realizar para el proyecto

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Prensa | 26 | 7% |
| Redes sociales | 212 | 57% |
| Televisión | 62 | 17% |
| Hojas volantes | 42 | 11% |
| Radio | 23 | 6% |
| Vallas publicitarias | 10 | 3% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

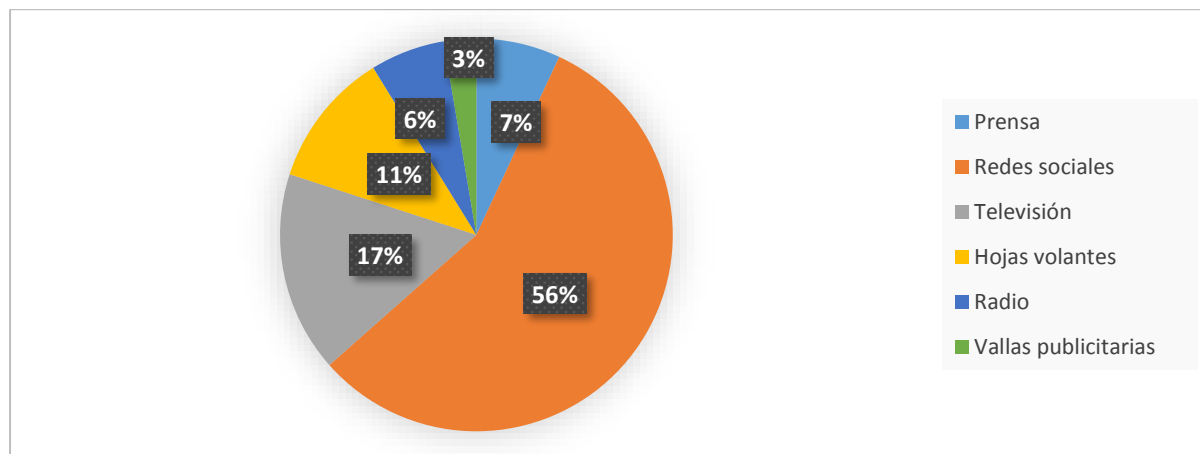


Gráfico N° 26
Publicidad a realizar

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Con base en los resultados obtenidos se contrastó que más de la mitad de los encuestados están interesados en visualizar la publicidad mediante redes sociales, al momento de dar a conocer el producto, se creará estrategias de comunicación para tener presencia de la marca y llegar al mercado meta mediante la creación de una página web y las diferentes plataformas como son Facebook, Twitter, Instagram, entre otras.

21. ¿Qué tipo de promociones toma en cuenta Ud. a la hora de comprar libros para niños?

Tabla N° 31
Promociones para la venta del producto a ofertar

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Descuentos directos | 314 | 84% |
| Premios | 53 | 14% |
| Cupones de descuento | 8 | 2% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

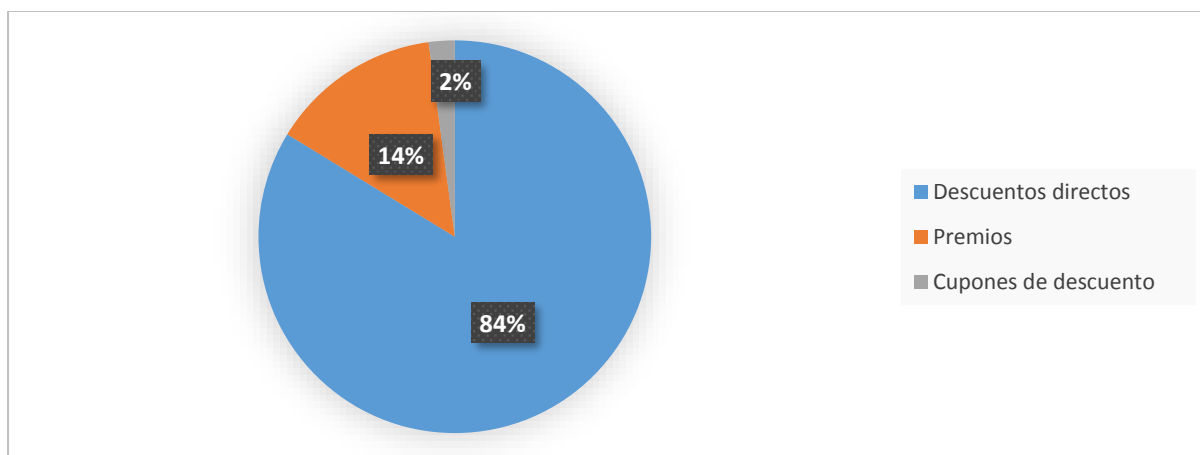


Gráfico N° 27
Promoción

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Con base a los resultados obtenidos se confirmó que el 84% del total de los encuestados prefieren los descuentos directos al momento de realizar sus compras, esta información es de gran importancia ya que ayuda a realizar diferentes estrategias con el fin de atraer clientes e incrementar las ventas del producto, una de las promociones a establecer que podrá ser: por la compra de dos libros llevas una libreta gratis, o descuentos de un porcentaje del precio de venta para distribuidores y mayoristas.

22. ¿En qué lugar le gustaría encontrar a la empresa para realizar la compra directamente?

Tabla N° 32

Lugar de establecimiento de la empresa

| CONCEPTO | CANTIDAD | % |
|---|------------|-------------|
| <i>En los centros comerciales</i> | 180 | 48% |
| <i>Cerca de alguna unidad educativa</i> | 106 | 28% |
| <i>En el centro de la ciudad</i> | 85 | 23% |
| <i>Otro</i> | 4 | 1% |
| TOTAL | 375 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

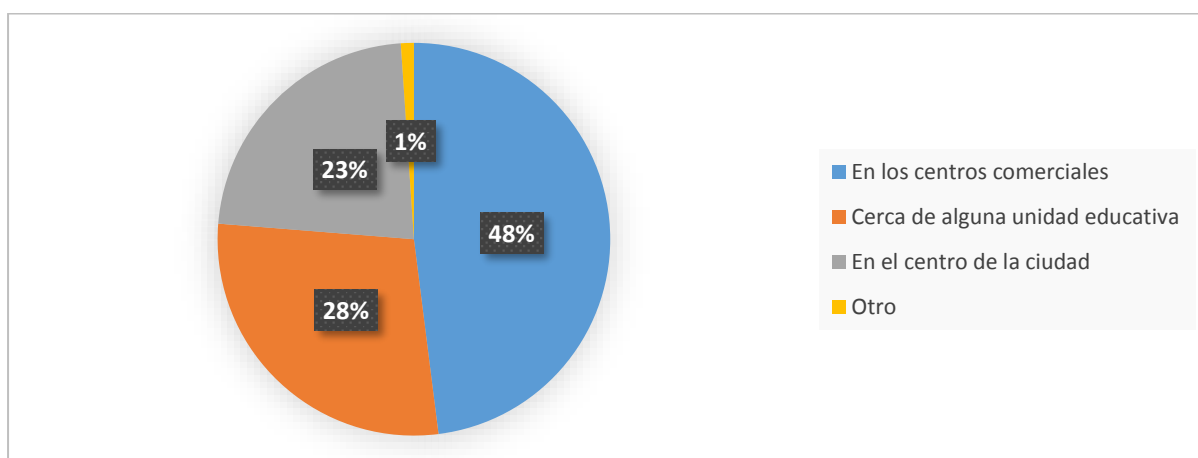


Gráfico N° 28

Lugar de establecimiento de la empresa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

ANÁLISIS

Los encuestados afirman que el lugar adecuado para adquirir los productos que se van a ofertar son los centros comerciales, debido a que la mayoría de las personas concurren a estos sitios a realizar compras como: libros, revistas, ropa, bienes de primera necesidad, útiles de aseo, entre otras cosas.

3.11. Identificación de la demanda

Para determinar la demanda actual se realizaron 375 encuestas a los padres de familia de la zona urbana de la ciudad de Ibarra que tengan hijos de 6 a 8 años.

Demanda actual

3.11.1. Demanda consumidora potencial

Para la realización de las encuestas se aplicó el método por conveniencia, es una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio donde los sujetos son seleccionados dada la accesibilidad y disponibilidad de las personas para formar parte de la muestra, únicamente se van a realizar a los padres de familia que tengan hijos de 6 a 8 años, la población potencial del mercado son 6.242 niños que están cursando de primero a cuarto año de educación básica en las escuelas de la parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra.

Según la pregunta 4 de la encuesta, se puede establecer que los 375 encuestados tiene 397 hijos; al dividir los valores se obtiene una proporcional de 0,94458, este valor se multiplica por la cantidad de estudiantes 6.242 para obtener 5.897 representantes.

Tabla N° 33
Demanda consumidora

| Descripción | Número de habitantes |
|---|---|
| Padres de familia que tienen hijos de 6 a 8 años | 5.897 padres de familia (un solo representante) |
| Padres de familia con intención de compra de libros para desarrollar la motricidad fina (85%) | 5.012 padres de familia anual |
| Población con intención de compra mensual según las encuestas realizadas (8%) | 401 padres de familia mensual |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autores (2018)

3.11.2. Determinación de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda acorde a la necesidad actual del mercado:

Tabla N° 34
Tasa de crecimiento

| Provincia | Tasa de crecimiento poblacional | | Tasa de crecimiento |
|-------------------|---------------------------------|---------|---------------------|
| | 2001 | 2010 | |
| Carchi | 152.939 | 164.524 | 0,81 % |
| Esmeraldas | 431.174 | 534.092 | 2,38 % |
| Imbabura | 344.044 | 398.244 | 1,63 % |
| Sucumbíos | 128.995 | 176.472 | 3.48 % |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010

Elaborado por: Autores (2018)

Tabla N° 35
Formula de la demanda proyectada

| Datos | Simbología |
|--------------------------|-----------------------------------|
| Demanda proyecta (Dp) | $Dp = ?$ |
| Demanda actual (Do) | Do= 5.012 padres de familia anual |
| Tasa de influencia (1+i) | $i = (1+0,0163)$ |
| Número de años (n) | 5 años |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

Formula de la demanda proyectada

$$Dp = Do(1 + i)^n$$

$$Dp = 5.012(1 + 0,0163)^1$$

$$Dp = 5.094$$

Tabla N° 36
Demanda proyectada

| Año | Demanda Proyectada |
|-------|--------------------|
| Año 0 | 5.012 |
| Año 1 | 5.094 |
| Año 2 | 5.173 |
| Año 3 | 5.261 |
| Año 4 | 5.347 |

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autores (2018)

3.11.3. Identificación de la oferta

Se realizaron entrevistas a los gerentes de las principales librerías y papelerías de la ciudad de Ibarra, se pudo determinar que la oferta que realizan en productos similares al proyecto de estudio son libros para pintar, resolver operaciones matemáticas y escritura.

3.11.4. Oferta actual

Para determinar la oferta se presenta la siguiente información:

Tabla N° 37

Determinación de la oferta actual en las papelerías y librerías de Ibarra

| Empresa | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| Popular | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 150 | 70 | 70 | 70 | 70 | 920 |
| PA-CO | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 100 | 50 | 50 | 50 | 50 | 650 |
| Provesum | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 60 | 40 | 40 | 40 | 40 | 500 |
| Galilea | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 70 | 40 | 40 | 40 | 40 | 510 |
| TOTAL | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 380 | 200 | 200 | 200 | 200 | 2.580 |

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Autores (2018)

3.11.5. Proyección de la oferta

Para determinar la oferta proyectada, se utilizó la tasa de crecimiento de empresas inscritas en el Registro de actividades económicas de la Cámara de Comercio, como se detalla a continuación:

Tabla N° 38

Registro de actividades económicas de la Cámara de Comercio

| 2017 | | | |
|--|--|------------|--------------|
| PAPELERIA LIBRERIA PERIODICOS REVISTAS | AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 02-038 Y PEDRO VICENTE MALDONADO | 30/08/2017 | 1 |
| 2016 | | | |
| PAPELERIA / CABINAS | AV. EUGENIO ESPEJO 03-034 Y OBISPO MOSQUERA | 29/02/2016 | |
| PAPELERIA | SANCHEZ Y CIFUENTES 06-028 Y JUAN M. GRIJALVA | 02/06/2016 | 3 |
| PAPELERIA/ INTERNET/COPIAS | AV. MARIANO ACOSTA 12-041 Y AV. DR. JAIME RIVADENEIRA | 30/03/2016 | |
| 2015 | | | |
| PAPELERIA/VENTA DE LIBROS | AV. TEODORO GOMEZ DE LA TORRE 05-006 | 20/07/2015 | |
| PAPELERIA | AV. VICTOR MANUEL GUZMAN 03-033 Y JOSE IGNACIO BURBANO | 01/12/2015 | 3 |
| PAPELERIA | AV. VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA 03-015 Y LUIS FERNANDO VILLAMAR | 10/06/2015 | |
| 2014 | | | |
| LIBRERIA Y PAPELERIA | OBISPO MOSQUERA 06-061 Y CALIXTO MIRANDA Y SUAREZ | 23/04/2014 | |
| PAPELERIA | AV. FRAY VACAS GALINDO 12-080 | 30/09/2014 | 2 |
| 2013 | | | |
| PAPELERIA | SANCHEZ Y CIFUENTES 13-054 Y OBISPO MOSQUERA | 19/06/2013 | |
| PAPELERIA | AV. ATAHUALPA 19-080 Y TOBIAS MENA | 04/11/2013 | 3 |
| PAPELERIA | AV. MARIANO ACOSTA 12-051 Y AV. DR. JAIME RIVADENEIRA | 17/06/2013 | |
| 2012 | | | |
| PAPELERIA | AV. JAIME ROLDOS AGUILERA 03-008 Y ARSENIO TORRES | 04/01/2012 | |
| PAPELERIA | MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ 02-005 Y JOSE MEJIA LEQUERICA | 21/08/2012 | 4 |
| PAPELERIA | MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ 07-024 Y MIGUEL OVIEDO | 06/07/2012 | |
| PAPELERIA | AV. MARIANO ACOSTA 22-087 CC LA PLAZA | 28/08/2012 | |
| Total | | | 14 |
| Porcentaje | | | 2,33% |

Fuente: Registro de actividades de la Cámara de Comercio

Elaborado por: Autores (2018)

Tabla N° 39
Formula de la oferta proyectada

| Datos | Simbología |
|--------------------------|-----------------------------------|
| Oferta proyectada (Op) | $Op = ?$ |
| Oferta actual (Oo) | Oo= 2.580 libros ofertados al año |
| Tasa de influencia (1+i) | $i = (1+0,0233)$ |
| Número de años (n) | 5 años |

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Autores (2018)

Formula de la oferta proyectada

$$Op = Oo(1 + i)^n$$

$$Op = 2.580 * (1 + 0,0233)^1$$

$$Op = 2.581 \text{ valor para el primer año}$$

Tabla N° 40
Oferta proyectada

| Año | Oferta Proyectada |
|------------|--------------------------|
| Año 0 | 2.580 |
| Año 1 | 2.640 |
| Año 2 | 2.701 |
| Año 3 | 2.764 |
| Año 4 | 2.829 |

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Autores (2018)

3.12. Balance oferta-demanda

Para determinar la existencia de un mercado admisible para el proyecto objeto, se debe realizar el análisis de la oferta y demanda para encontrar a la población insatisfecha:

Tabla N° 41
Balance oferta y demanda

| AÑO | DEMANDA | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA |
|------------|----------------|---------------|---------------------------------|
| Año 0 | 5.012 | 2.580 | 2.432 |
| Año 1 | 5.094 | 2.640 | 2.454 |
| Año 2 | 5.173 | 2.701 | 2.472 |
| Año 3 | 5.261 | 2.764 | 2.497 |
| Año 4 | 5.347 | 2.829 | 2.518 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores (2018)

3.13. Demanda potencial a satisfacer

Una vez realizado el análisis de la oferta y la demanda de la venta de libros educativos para desarrollar la motricidad fina para niños de 6 a 8 años; se puede determinar que la demanda potencial a satisfacer es suficiente para realizar el proyecto.

El tamaño óptimo de producción de la empresa es de 160 libros mensuales, 1.920 artículos al año, al dividir los 1.920 para la demanda insatisfecha anual de 2.432 se obtiene 79%; este porcentaje se va a establecer como demanda objetivo a satisfacer.

Tabla N° 42
Demanda potencial a satisfacer

| PRODUCTO | Libros para desarrollar la motricidad |
|------------------------------|--|
| Demanda insatisfecha anual | 2.432 |
| Demanda objetivo anual (79%) | 1.920 |
| Demanda objetivo mensual | 160 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores (2018)

3.13.1. Oferta objetivo del proyecto

Tabla N° 43
formula de la oferta proyectada

| Datos | Simbología |
|--------------------------|-----------------------------------|
| Oferta proyectada (Op) | $Op = ?$ |
| Oferta actual (Oo) | Oo= 1.920 libros ofertados al año |
| Tasa de influencia (1+i) | $i = (1+0,0233)$ |
| Número de años (n) | 5 años |

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Autores (2018)

Formula de la oferta proyectada del proyecto

$$Op = Oo(1 + i)^n$$

$$Op = 1.920 * (1 + 0,0233)^1$$

$$Op = 1965 \text{ valor para el primer año}$$

Tabla N° 44
Oferta proyectada del proyecto

| Año | Oferta Proyectada |
|-------|-------------------|
| Año 0 | 1.920 |
| Año 1 | 1.965 |
| Año 2 | 2.011 |
| Año 3 | 2.057 |
| Año 4 | 2.105 |

Fuente: Entrevista
Elaborado por: Autores (2018)

3.14. Precios

3.14.1. Análisis de precio de la competencia

Las entrevistas realizadas a las papelerías, librerías de la ciudad de Ibarra y diferentes páginas de ventas online permitieron analizar el tipo de producto que se oferta, la cantidad y los precios de venta al público (PVP).

Tabla N° 45
Precio de venta al público de la competencia en Ibarra

| PRODUCTO | Libros para pintar |
|-------------------|--------------------|
| Libro de 6 hojas | \$ 1,00 |
| Libro de 10 hojas | \$ 1,75 |
| Libro de 12 hojas | \$ 2,50 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores (2018)

Los libros que oferta la competencia tienen características similares a los productos del proyecto objeto de estudio, los precios varían dependiendo el número de hojas que presenta cada uno de ellos.

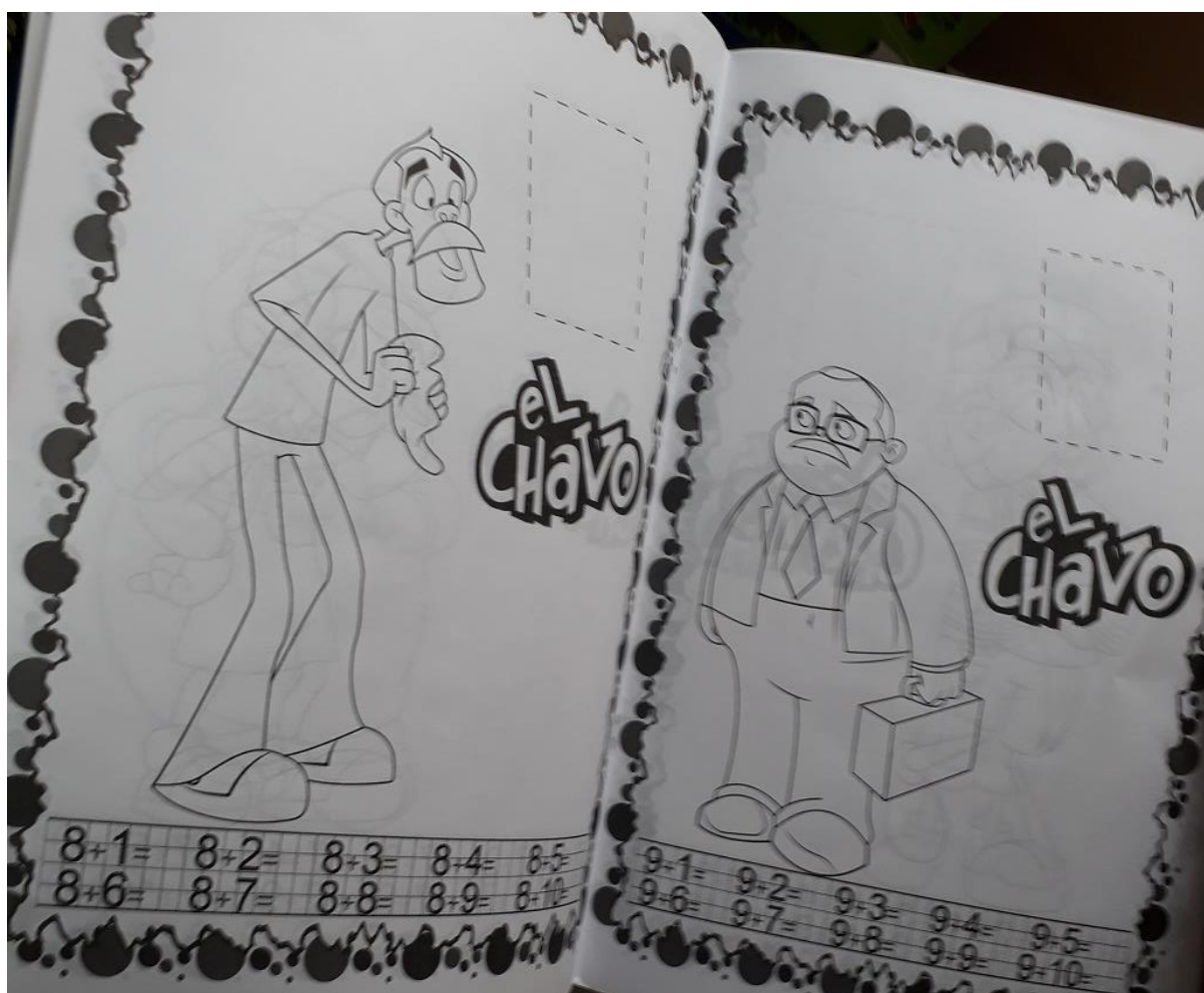


Gráfico N° 29
Hojas de los libros ofertados por la competencia
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores (2018)



Gráfico N° 30
Portada de los libros ofertados por la competencia en Ibarra
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores (2018)

Tabla N° 46
Precio de venta al público de la competencia a nivel nacional

| PRODUCTO | Libros para pintar |
|------------------------------|--------------------|
| Libro mágico para raspar | \$ 10,76 |
| Libro para colorear | \$ 15,00 |
| Libro didáctico para dibujar | \$ 37,00 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores (2018)

el libro magico de raspar y dibujar / super scratch & sketch, para artistas creativos de todas las edades...

peter pauper press (cor) · peter pauper pr

Sin Comentarios de Clientes. Haz tu el Primero ▼

US\$ 10,76

Cantidad

Estado: Nuevo

Envío gratis a todo Estados Unidos

Agregar a lista de deseos

[Compara con el precio en Amazon.com](#)

Envío normal Recíbelo entre el **Martes 19 de Febrero** y el **Martes 26 de Febrero**.

Gráfico N° 31
Portada de los libros ofertados por la competencia a nivel nacional
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores (2018)





Gráfico N° 32
 Portada de los libros ofertados por la competencia a nivel nacional
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Autores (2018)



Nuevo

El Reino Animal De Millie Marotta - Libro De Colorear

U\$S 15

-  Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)
-  Entrega a acordar con el vendedor
 Guayaquil, Guayas
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (5 disponibles)

Comprar

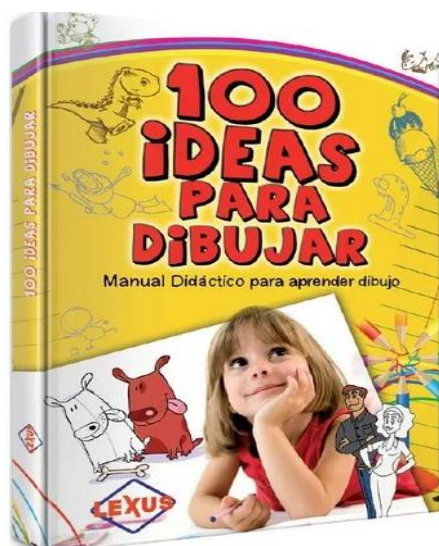



Gráfico N° 33
 Portada de los libros ofertados por la competencia a nivel nacional
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Autores (2018)

Nuevo - 7 vendidos

100 Ideas Para Dibujar Libro Didactico Para Aprender Dibujo



U\$S 37

-  Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)
-  Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

¡Único disponible!

Comprar

Con la información recolectada se puede establecer que, en la ciudad de Ibarra, existen productos que únicamente sirven para colorear; mientras que a nivel país el libro 1 se asemeja al producto a ofertar.

La producción del libro para desarrollar la motricidad fina de niños de 6 a 8 años es la fusión del libro 1 más el 2 y 3 de los productos a nivel nacional; por tal motivo, el precio para el bien a ofertar es de \$12,50 dólares cada uno.

3.14.2. Análisis de precio de venta

El precio de venta al público se estableció tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- Lugar de venta
- Características de los libros a ofertar
- Cantidad de venta

El costo de producción se estableció mediante la determinación de los tres elementos que son: materia prima directa, mano de obra directa y CIF (materiales indirectos, mano de obra indirecta, energía eléctrica, internet, transporte, arriendo, entre otros).

El PVP se fijó en base a dos métodos; mediante el precio establecido por competencia que existe en las papelerías y librerías de la ciudad de Ibarra y el segundo por el costo de producción más 34% de margen de utilidad.

Tabla N° 47
Precio de venta al público

| PRODUCTO | LIBRO EDUCATIVAS |
|----------------------------------|-------------------------|
| Presentación | 20 hojas mágicas |
| Costo de producción | \$ 9,31 |
| Precio de venta al público (34%) | \$ 12,50 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores (2018)

3.14.3. Proyección de precios

Tabla N° 48
Inflación promedio anual 2013 – 2017

| AÑO | % INFLACIÓN |
|-----------------|--------------|
| 2013 | 3,70 |
| 2014 | 3,66 |
| 2015 | 3,69 |
| 2016 | 1,15 |
| 2017 | -0,04 |
| TOTAL | 12,16 |
| PROMEDIO | 2,43 |

Fuente: Banco central del Ecuador (2018)

La proyección de precios está en base a la inflación anual de los cinco últimos años 2013 - 2017, establecida por el Banco Central del Ecuador, la tasa asciende a 2,43%.

Tabla N° 49
Formula del precio proyectado

| Datos | Simbología |
|--------------------------|--|
| Oferta proyectada (Pp) | $Pp = ?$ |
| Oferta actual (Po) | $Po = 12,50$ |
| Tasa de influencia (1+i) | $i = 12,50 * (1 + 0,0243)$ referencia año anterior |
| Número de años (n) | 5 años |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores (2018)

Formula de la oferta proyectada

$$Pp = Po(1 + i)^n$$

$$Pp = 12,50 * (1 + 0,0243)^1$$

$$Pp = 12,80 \text{ valor para el primer año}$$

Tabla N° 50
Proyección de precios de venta

| Año | Precio proyectado |
|-------|-------------------|
| Año 0 | \$ 12,50 |
| Año 1 | \$ 12,80 |
| Año 2 | \$ 13,11 |
| Año 3 | \$ 13,43 |
| Año 4 | \$ 13,76 |

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Autores (2018)

3.15. Comercialización

Las encuestas realizadas a los potenciales consumidores se puede determinar que los libros a ofertar deben tener las siguientes características:

- Las hojas de los libros deben contener gráficos para pintar, operaciones matemáticas y ejercicios de escritura; además, el valor agregado de las raspaditas en todas las hojas.

- La portada del libro de ser moderna y llamativa con colores vivos.

3.15.1. Canales de comercialización y distribución

Los operarios de la Empresa Magic Book se encargarán del proceso de producción de los libros didácticos para desarrollar la motricidad fina.

En la encuesta realizada a los potenciales consumidores se pudo establecer que la comercialización se realice de forma directa al mercado meta con el fin de evitar sobrecargos; por tal motivo se ubicará el punto de venta en la calle Bolívar, en el Centro Comercial Plaza Victoria. Sin embargo, se debe determinar convenios con papelerías y librerías; en la cual, la empresa otorgue descuentos a las mismas para que la distribución del bien no tenga incrementos en el precio.

3.15.2. Políticas de ventas y precios

Políticas de ventas

Para lograr establecer la empresa en el mercado se establecieron las siguientes políticas:

- Oferta de productos de calidad con la finalidad de llegar al mercado meta.
- Emite atractivas promociones para el público comprador.
- Se realiza convenios para la distribución masiva.
- Se debe capacitar al personal en ámbitos de producción como en ventas.

Políticas de precios

- Prohibido el aumento de precio en la distribución de terceros.
- Genera descuentos para los pedidos en grandes cantidades, con el fin de incentivar a la compra del producto.
- Se debe efectuar promociones directas al producto al momento de ser adquirido por el consumidor potencial.

3.16. Conclusiones del estudio de mercado

El estudio de mercado realizado para la producción y comercialización de libros didácticos que ayuden a desarrollar la motricidad fina en niños de 6 a 8 años en la ciudad de Ibarra en el cual se realizaron 375 encuestas a padres de familia de las diferentes escuelas de la Parroquia el Sagrario determinó que la demanda objetivo del proyecto es de 1.920 unidades al año, tomando en cuenta que corresponde al 79% de la demanda insatisfecha.

Mediante la investigación de campo realizada y la recopilación de los datos obtenidos se establecieron las características y técnicas que debe poseer el producto para ser comercializado en el mercado, los diferentes consumidores optaron por la innovación sugiriendo que el libro a ofertarse no sea similar a los demás, es decir, darle un valor agregado el cual marque la diferencia en base a la competencia, a través de una visita a las diferentes papelerías de la ciudad de Ibarra se determinó que existen libros similares al que se va a producir, pero estos carecen de las características y beneficios del libro a ofertarse, el cual es elaborado con materiales que permiten raspar la hoja y visualizar el contenido educativo que los entrevistados quieren para generar la compra.

La empresa con el fin de dar a conocer el producto e incrementar sus ventas, desarrollará publicidad a través de las diferentes redes sociales, la cual fue la opción seleccionada entre los encuestados, a través de este medio se incentivará a la compra del producto mediante promociones como descuentos a la hora de adquirir el libro.

La realización del estudio de mercado a través de los datos obtenidos permitió conocer la situación actual del mercado, estableciendo que los diferentes entrevistados se encuentran interesados en la compra del producto a desarrollarse y sugiriendo como puntos de venta los centros comerciales y papelerías, esta información será importante para establecer la ubicación de la empresa y realizar diferentes convenios con papelerías de la ciudad.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El estudio técnico tiene como objetivo el diseño de los procesos operativos que buscan el eficiente uso de los recursos disponibles de la empresa para la fabricación del producto; el cual, genere rentabilidad para la empresa.

El estudio técnico ayudará a conocer y analizar la mejor opción para la empresa y definir aspectos como la macro y micro localización, tamaño e ingeniería del proyecto, descripción del producto, procesos productivos, distribución de la planta de producción y comercialización, inversión y financiamiento.

4.2. Objetivo general

Realizar un estudio técnico a través del establecimiento de procesos, la cuantificación y destino de la inversión inicial que permita garantizar el correcto funcionamiento del proyecto.

4.3. Objetivos específicos

- Establecer la macro y micro localización del proyecto
- Determinar el tamaño y la capacidad de producción
- Determinar la ingeniería del proyecto: descripción del producto, procesos productivos, disponibilidad del proyecto, tecnología, distribución de la planta, instalaciones.
- Definir los materiales y equipos a utilizar
- Valorar la inversión del proyecto.
- Analizar las diferentes alternativas de financiamiento

4.4. Macro localización del proyecto

La macro localización tiene como propósito determinar la ubicación más ventajosa en donde se instalará el proyecto con el fin generar rentabilidad para la empresa, los aspectos más

importantes son: analizar diferentes zonas donde implementar el negocio, investigar si el lugar elegido facilita los diferentes aspectos sociales, económicos, políticos y culturales para la implementación del negocio.

El proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Ciudad de Ibarra, parroquia El Sagrario

4.4.1. Ibarra

Según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Ibarra (2015-2023), la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura está ubicada en la zona norte del Ecuador limitado al Norte: provincia del Carchi, al noroeste: provincia de Esmeraldas, al Oeste: cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al Este: cantón Pimampiro y al Sur: provincia de Pichincha.

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

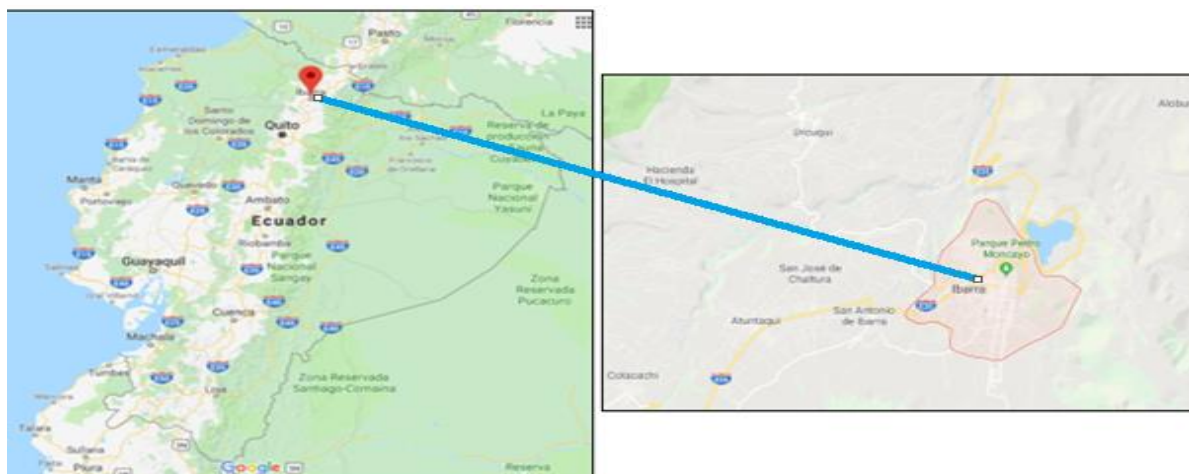


Gráfico N° 34

Macro localización del proyecto

Fuente: Google Maps

Elaborado: Por Autores.

4.4.2. Micro localización del proyecto

La micro localización ayuda a determinar el lugar específico en donde se instalará la empresa y el punto de venta del producto; para ello se toma en cuenta algunas características

como: disponibilidad de recursos, localización urbana o rural, costo del terreno, generación de actividades productivas, características del lugar entre otros.

4.4.3. Análisis de los factores del sector asignado

Para determinar la micro localización, se consideró el método cualitativo por puntos, que servirá para analizar los factores determinantes del lugar que permitan la comercialización ágil del producto; se deberá asignar valores en base a la importancia de cada factor, luego se procederá a asignar una calificación de 0 a 10 y se multiplicará estos dos resultados para obtener una ponderación y el que acumule el mayor puntaje será la opción más adecuada.

A continuación, se presenta la valoración y la categoría que representará cada factor y lugar seleccionado:

*Tabla N° 51
Calificación según el factor del sector asignado*

| Calificación | Categoría |
|---------------------|------------------|
| 10 | Excelente |
| 9 | Casi excelente |
| 8 | Muy bueno |
| 7 | Bueno |
| 6 | Regular |
| 5 | Regular |
| 4 | Insuficiente |
| 3 | Insuficiente |
| 2 | Deficiente |
| 1 | Deficiente |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

Para este análisis se ha tomado en cuenta tres centros comerciales como son: Centro Comercial Laguna Mall, Centro Comercial Plaza Victoria, Centro Comercial El Pasaje.

Entre los factores a tomarse en cuenta para establecer la localización adecuada del lugar están:

a. Precio del arriendo del local comercial.

El precio del arriendo del local es un factor muy importante, es necesario analizar la mejor calificación ponderada de las tres opciones consideradas, el valor a pagar influirá al momento de minimizar los gastos de la empresa.

b. Sector comercial.

La ubicación del local comercial influirá en la ratio de ventas que tendrá la empresa y para lograr el posicionamiento en el mercado.

c. Tamaño del local.

Se consideró este factor por la línea de negocio de la empresa, es importante para la exhibición y comercialización de los productos.

d. Afluencia de personas.

Se consideró este factor por la cantidad de clientes que visitan los centros comerciales y el mercado potencial al que está dirigido; entre más consumidores se acerquen al lugar elegido mayor será el nivel de ventas.

*Tabla N° 52
Método cualitativo por puntos*

| Factor Relevante | Peso | C.C Laguna Mall | | C.C Plaza Victoria | | C.C PASAJE IBARRA | |
|---|------|-----------------|------------------------|--------------------|------------------------|-------------------|------------------------|
| | | Calificación | Calificación Ponderada | Calificación | Calificación Ponderada | Calificación | Calificación Ponderada |
| Precio del arriendo del local comercial | 0,3 | 7 | 2,1 | 9 | 2,7 | 8 | 2,4 |
| Sector Comercial | 0,25 | 8 | 2 | 9 | 2,25 | 7 | 1,75 |
| Tamaño del Local | 0,2 | 7 | 1,4 | 9 | 1,8 | 8 | 1,6 |
| Afluencia de Personas | 0,25 | 9 | 2,25 | 9 | 2,25 | 7 | 1,75 |
| Total | 1 | | 7,75 | | 9 | | 7,5 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

Mediante el método cualitativo por puntos se determinó que la localización adecuada para la implementación de la empresa objeto es el Centro Comercial Plaza Victoria ubicado en el centro de la ciudad con un resultado ponderado de 9.

El punto de venta de los libros para niños se encontrará ubicado en la parroquia El Sagrario, centro de la ciudad de Ibarra; el lugar escogido es apropiado debido a la afluencia de niños y adultos que pasan por la calle Bolívar, el local elegido tiene todos los servicios básicos y tamaño adecuado para brindar un servicio óptimo a los clientes.

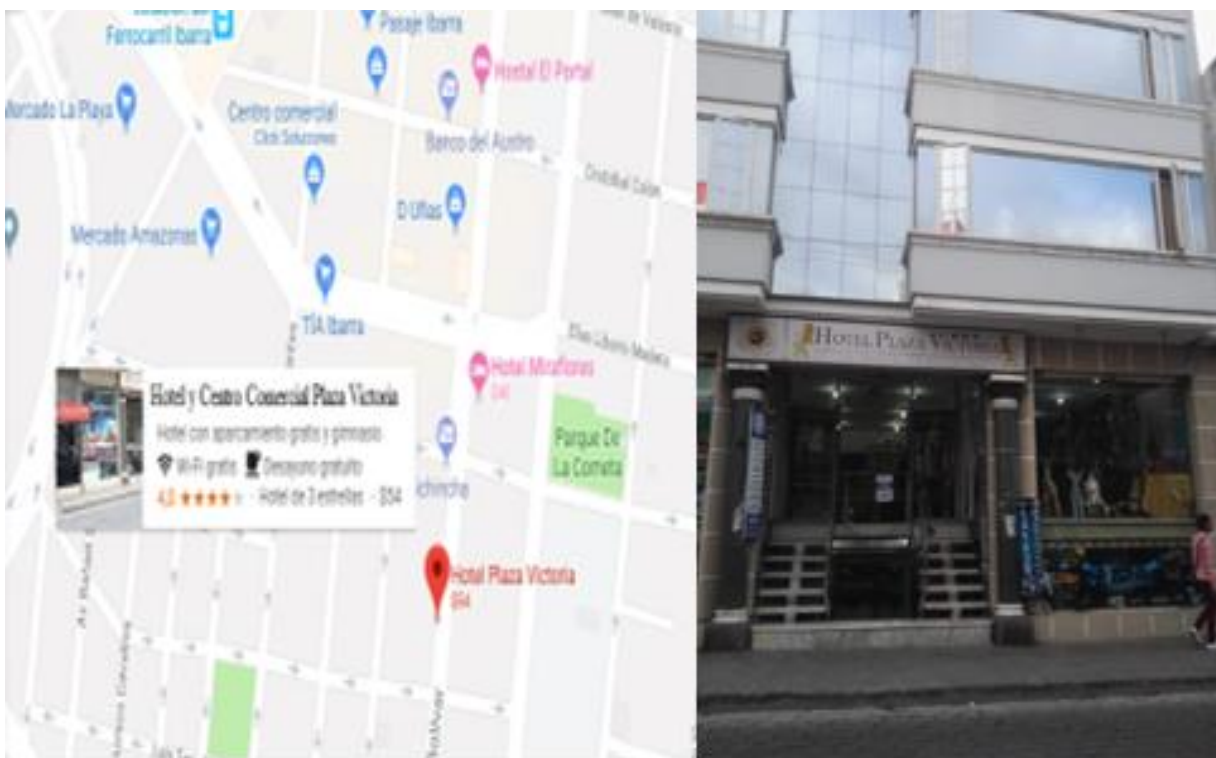


Gráfico N° 35
Micro localización del proyecto

Fuente: Google Maps
Elaborado por: Autores 2018

4.5. Tamaño del proyecto

4.5.1. Capacidad instalada.

La capacidad instalada es el volumen de producción de la empresa que se obtiene mediante la utilización de los recursos disponibles con los que cuente; para cumplir el objetivo de satisfacer la demanda del mercado de una manera rentable.

Tabla N° 53
Capacidad instalada

| Proceso | Tiempo x Día |
|---------------------------------------|-------------------|
| Selección de imágenes | 30 minutos |
| Diseño | 30 minutos |
| Impresión | 1 hora |
| Preparación de maquinaria | 15 minutos |
| Enmarcación de Impresiones | 30 minutos |
| Técnica de pintura | 1 hora |
| Recubrimiento de pintura | 1 hora |
| Secado de diseños | 1 hora |
| Colocación de portadas | 45 minutos |
| Control de calidad | 30 minutos |
| Embalaje | 30 minutos |
| Envió a bodega | 15 minutos |
| Envió Punto de venta | 15 minutos |
| Total | 8 horas |
| Producción diaria (8 horas) | 8 libros |
| Producción 5 días (40 horas) | 40 libros |
| Producción Mensual (160 horas) | 160 libros |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

En la elaboración del producto para el diseño del libro se estimó el tiempo de 2 horas, se usará el equipo de cómputo que permite realizar el diseño y las impresiones para luego enviar al siguiente proceso, en el área de producción se usará las diferentes maquinarias y equipos, la máquina de serigrafía y el compresor serán los más usados ya que a través de técnicas de pintura se puede realizar el diseño de las hojas del libro, la pistola secadora acortará el tiempo de secado y preparación de la hoja, en este procedimiento se estimó un tiempo de 5 horas, además se estableció el tiempo de una hora para enviar el libro a bodega y punto de venta.

Los procesos establecidos en determinados tiempos permiten que se elaboren 8 libros diarios paso por paso estimando trabajar 8 horas diarias por 5 días cada semana en las diferentes áreas de producción de libros para niños con el objetivo de cumplir la demanda del proyecto.

4.6. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere al funcionamiento e instalación de la empresa; los mismos que comprenden los diversos procesos de elaboración del producto, planos arquitectónicos de las diferentes áreas de la empresa, recursos humanos, materia prima, maquinaria y equipo.

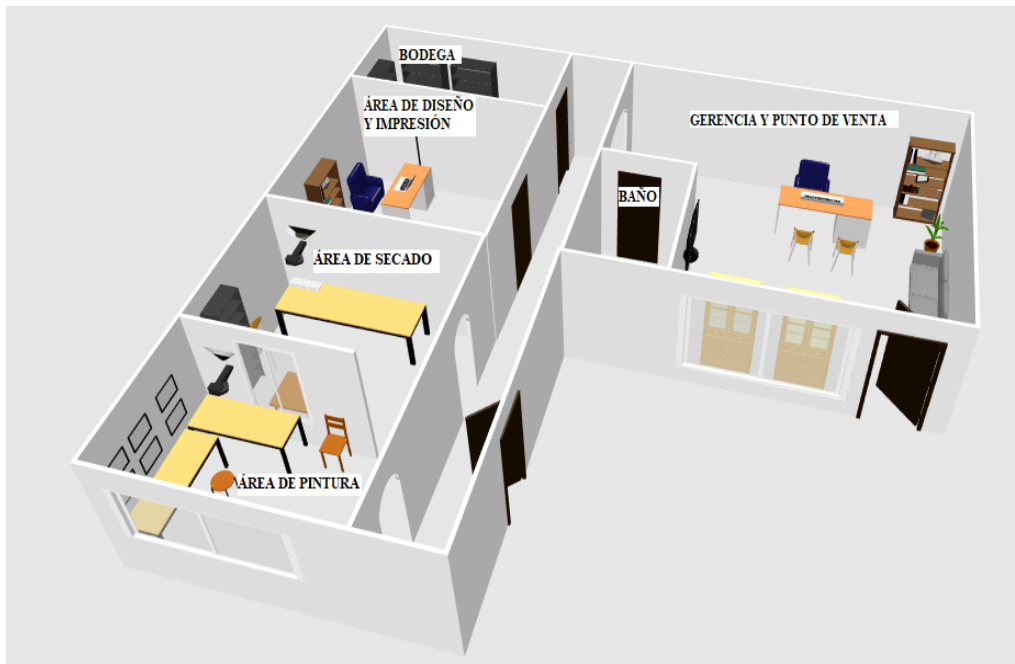


Gráfico N° 36
Ingeniería del proyecto

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.7. Descripción del proyecto

Para la creación del libro se tomará en cuenta todas las opiniones que se sugirieron por parte de los encuestados y las ideas del área de diseño y producción, a continuación, se presenta las características del libro a elaborarse:



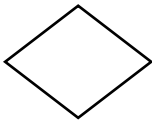



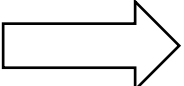
- El libro será tamaño cuaderno A5 (16x21cm).
- Espirales de diferentes colores.
- Hojas microperforadas de papel Couche A4

- La mayoría de sus hojas en su totalidad son de color negro, poseerán una técnica de pintura que les permita raspar la superficie y encontrar contenido educativo como imágenes, letras, juegos para desarrollar el aprendizaje y la motricidad.
- Portada de Cartulina A4.
- Las portadas del libro tendrán dos diseños modernos, uno para niños y otro para niñas, se tomará en cuenta los colores elegidos por los encuestados los cuales son el azul, el violeta y diferentes colores vivos.
- Todos los libros tendrán en la contraportada el logo de la empresa, con el fin de mantener la protección de derechos de autor.

4.8. Diseño del proceso productivo

La simbología a utilizar en el flujograma en el proceso productivo es el siguiente:

Tabla N° 54
Simbología para el flujograma

| SIGNIFICADO | SÍMBOLO |
|--|---|
| Símbolo de Inicio/ Final. Marca el inicio o el final de un sistema. |  |
| Símbolo de Proceso o Acción. El rectángulo representa un paso o acción dentro del proceso. |  |
| Símbolo de Decisión. Representa evaluación o condición y generalmente plantea dos alternativas Si y No. |  |
| Línea de Flujo. Representa el orden del proceso. |  |
| Retardo. Representa retraso en el proceso. |  |
| Documento. Información o informe. |  |
| Transportación. Procede a algún movimiento de personas o bienes |  |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.8.1. Proceso de Diseño e impresión

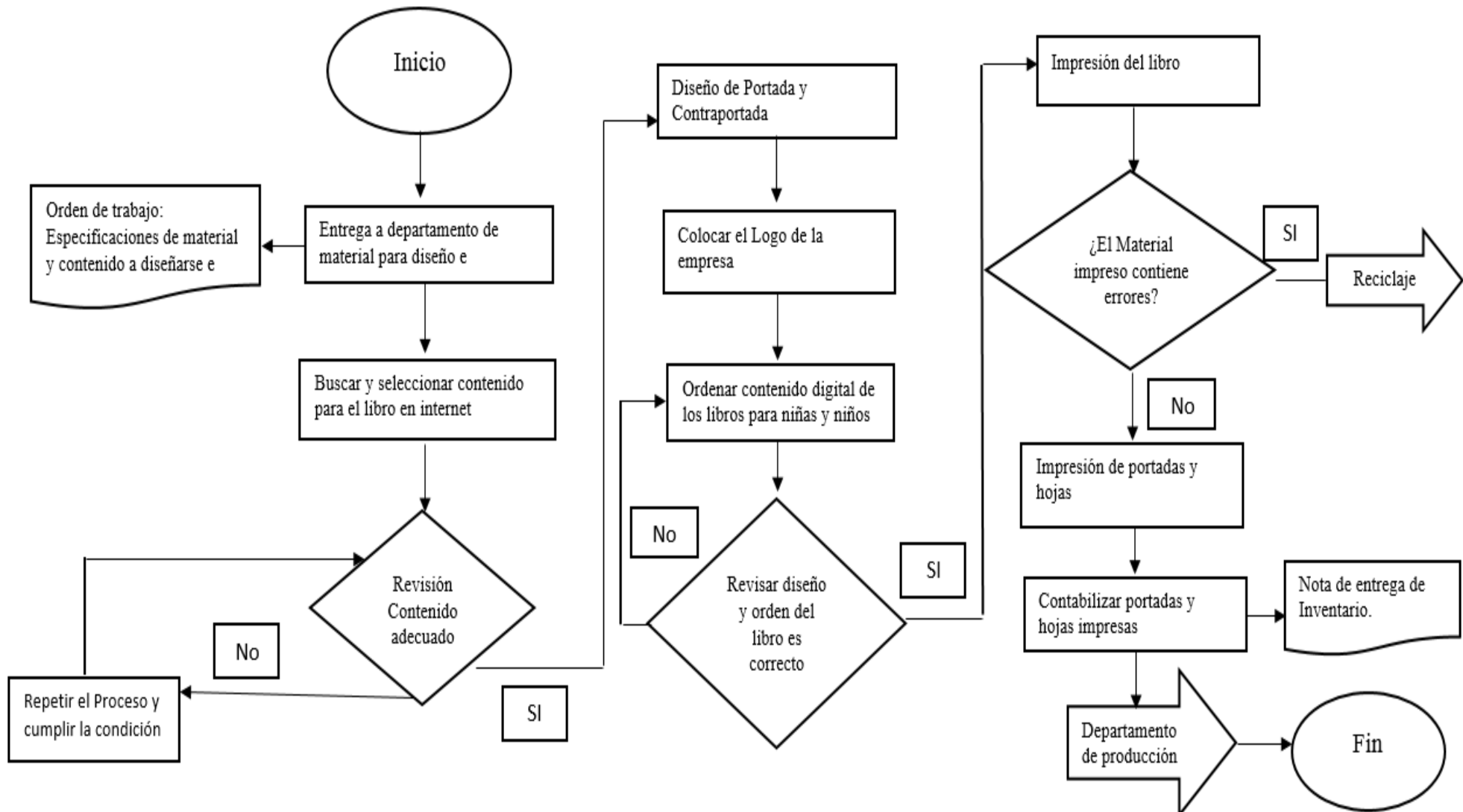


Gráfico N° 37

Proceso de diseño e impresión

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Autores 2018

4.8.2. Proceso de Producción del Libro

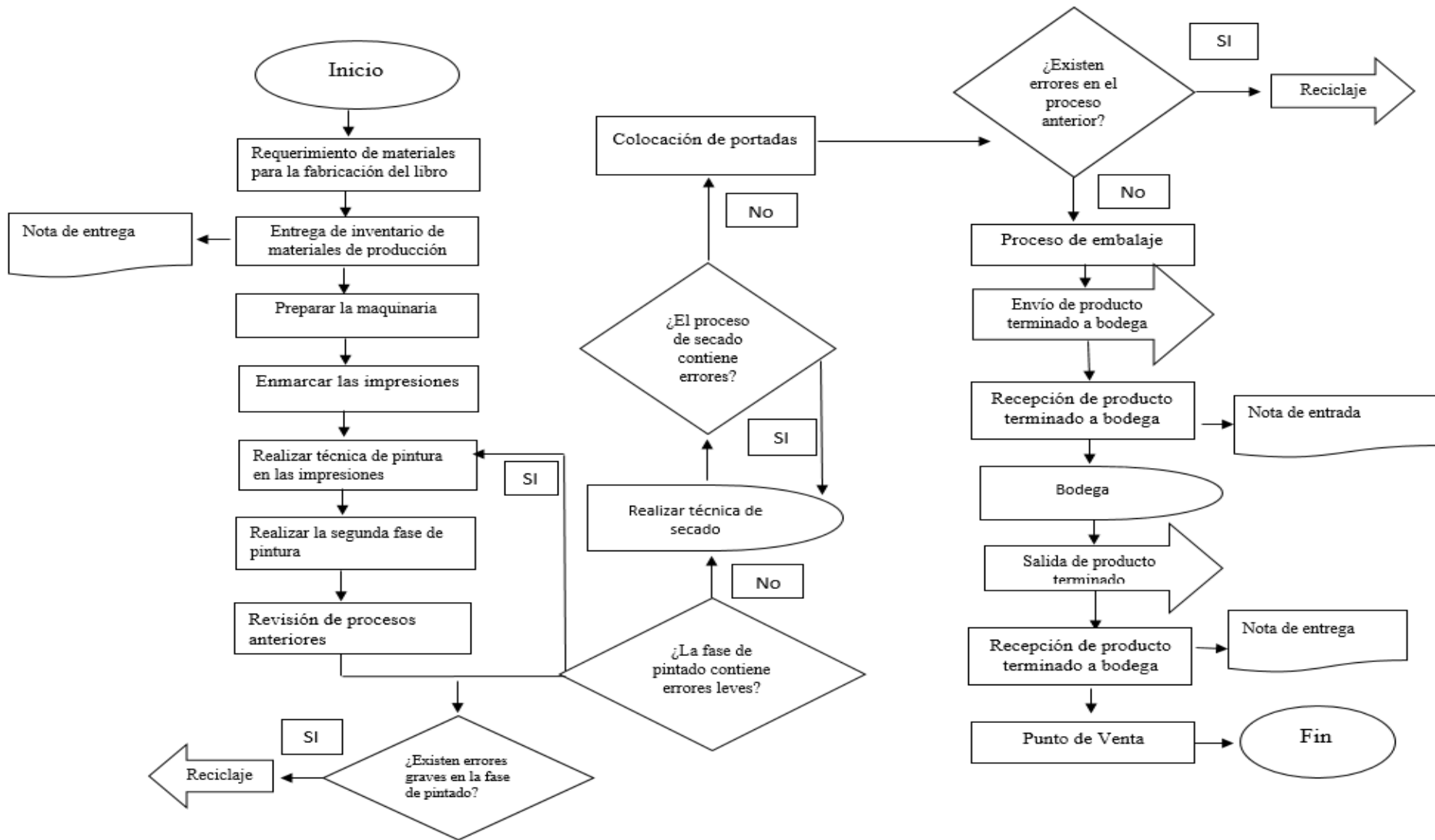


Gráfico N° 38
 Proceso de producción del producto
 Fuente: Estudio técnico
 Elaborado por: Autores 2018

4.9. Requerimiento de mano de obra

Para los procesos de diseño, producción y ventas trabajarán dos personas a tiempo completo; los mismos que van a desarrollar las diferentes actividades que se necesitan para entregar el producto terminado.

4.9.1. Disponibilidad de los materiales.

Para la implementación de la empresa es necesario contar con los recursos suficientes para la fabricación del producto; los proveedores elegidos contarán con el stock que cumpla los diferentes pedidos de la empresa y los productos a utilizar deben cumplir los requerimientos de calidad para ofrecer un buen servicio y producto al cliente.

Se ha desarrollado una lista de los diferentes proveedores para la elaboración del producto:

Tabla N° 55
Proveedores de materiales para el proyecto

| Proveedores | Dirección |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| MEGA Ps | Rafael Rosales 7-30 y Flores |
| Librería y papelería Popular | Av. Mariano Acosta 12-51 |
| Dilipa Ibarra | Obispo Mosquera y Bolívar |
| World Computers | Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte |
| Línea nueva Mobiliario | Juan Montalvo 6-59 y Oviedo |
| Imprenta Offset "Eloy Alfaro" | Grijalva 9-24 y Rodríguez |
| Landívar Maquinaria Gráfica | Vía E35 Tramo Colibrí – Pifo (Quito) |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.10. Inversiones en propiedad, planta y equipo

4.10.1. Maquinaria y equipo para la producción depreciable

Para que los activos sean depreciables, deben tener valor representativo, según la norma contable debe ser mayor a \$100,00 dólares, ayuden a transformar el material a producto final y sean propiedad de la empresa.

Para cumplir con la producción estimada se necesitará la siguiente maquinaria y equipo:

Tabla N° 56
Maquinaria y equipo para la producción depreciable

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|--|----------|----------------|------------------|
| Compresor de aire | 1 | \$ 120,00 | \$ 120,00 |
| Total | | | \$ 120,00 |
| Valor a residual (240 *10%) | | | \$ 12,00 |
| Valor a depreciar | | | \$ 108,00 |
| Cuota de depreciación anual 10% | | | \$ 10,80 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.10.2. Maquinaria y equipo para la producción no depreciable

Tabla N° 57
Maquinaria y equipo para la producción no depreciable

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|---|----------|----------------|------------------|
| Guillotina tamaño oficina | 1 | \$ 49,00 | \$ 49,00 |
| Pistola Calor | 1 | \$ 65,00 | \$ 65,00 |
| Pistola de aire | 1 | \$ 13,00 | \$ 13,00 |
| Marcos de aluminio | 2 | \$ 22,00 | \$ 44,00 |
| Selladora de fundas plásticas | 1 | \$ 23,00 | \$ 23,00 |
| Maquina Encuadernar A4 (Espiraladora, Perforadora y Anilladora) | 1 | \$ 89,00 | \$ 89,00 |
| Total | | | \$ 283,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.10.3. Muebles y enseres

Tabla N° 58
Muebles y enseres

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|--|----------|----------------|--------------------|
| Escritorio | 2 | \$ 187,00 | \$ 374,00 |
| Librero Mostrador | 2 | \$ 110,00 | \$ 220,00 |
| Sillón de espera triple | 1 | \$ 180,00 | \$ 180,00 |
| Sillas | 2 | \$ 90,00 | \$ 180,00 |
| Silla visitas | 2 | \$ 35,00 | \$ 70,00 |
| Total | | | \$ 1.024,00 |
| Valor a depreciar (1.149*90) | | | \$ 921,60 |
| Cuota de depreciación anual 10% | | | \$ 92,16 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.10.4. Equipo de computo

Tabla N° 59
Equipo de computo

| Detalle | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|---|----------|----------------|--------------------|
| Computadora | 2 | \$ 400,00 | \$ 800,00 |
| Impresora tinta continua | 2 | \$ 215,00 | \$ 430,00 |
| Total | | | \$ 1.230,00 |
| Valor a depreciar (1.230*90) | | | \$ 1.107,00 |
| Cuota de depreciación anual 33.33% | | | \$ 368,96 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.10.5. Resumen de propiedad, planta y equipo

Para adquirir la propiedad, plata y equipo se necesitará el siguiente monto económico:

Tabla N° 60
Resumen de inversión PPE

| Concepto | Valor USD |
|--|--------------------|
| Maquinaria y equipo de producción depreciable | \$ 120,00 |
| Maquinaria y equipo de producción no depreciable | \$ 283,00 |
| Muebles y enseres | \$ 1.024,00 |
| Equipo de computo | \$ 1.230,00 |
| Total, inversión Propiedad, Planta y Equipo | \$ 2.657,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.11. Costos de producción

Es el valor monetario que se requiere para la producción directa de los libros didácticos que ayuden a desarrollar la motricidad fina para niños de 6 a 8 años.

4.11.1. Materia prima directa

En la producción mensual de 160 libros didácticos se va a utilizar los siguientes materiales directos:

Tabla N° 61
Materia prima directa

| Cantidad requerida mensual | Unidad de medida | Detalle | Valor unitario | Valor mensual | Valor anual |
|----------------------------|------------------|--------------------------|----------------|------------------|--------------------|
| 1600 | Unidad | Papel Couche A4 | \$ 0,05 | \$ 80,00 | \$ 960,00 |
| 160 | Unidad | Cartulina A4 | \$ 0,05 | \$ 8,00 | \$ 96,00 |
| 1 | Galón | Pintura negra (Especial) | \$ 32,00 | \$ 32,00 | \$ 384,00 |
| 1 | Litros | Tinta para Impresora | \$ 10,00 | \$ 10,00 | \$ 120,00 |
| 160 | Unidad | Espiral | \$ 0,35 | \$ 56,00 | \$ 672,00 |
| Total | | | | \$ 186,00 | \$ 2.232,00 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

Para cubrir la producción mensual de 160 libros se necesitan 1600 unidades de papel Couche A4, las cuales tendrán un costo mensual de \$80 dólares y esta cantidad multiplicada por los 12 meses se obtiene el valor de \$960.

La portada del libro será de cartulina A4, se necesitan 160 unidades que al dividir cubrirá los dos lados del producto; el costo mensual es de \$8,00 dólares.

Se utilizarán 1 galones de pintura negra a \$32,00 cada uno; 1 frascos de tinta para la impresora a \$10,00 la unidad y 160 espirales multiplicado por \$0,35 centavos la unidad se obtiene \$56,00 mensuales.

4.11.2. Mano de obra directa

Para la producción se necesita dos personas tiempo completo, estas se encargarán de realizar todo el proceso de producción hasta la venta de este.

Según el salario básico unificado 2019 se estableció en \$ 394,00 dólares más beneficios de ley.

Tabla N° 62
Remuneración de mano de obra directa

| Detalle | Unitario | Costo mensual x 2 | Costo anual |
|-----------------------|------------------|--------------------|---------------------|
| Sueldo | \$ 394,00 | \$ 788,00 | \$ 9.456,00 |
| Aporte patronal | \$ 43,93 | \$87,86 | \$ 1.054,34 |
| Décimo tercero sueldo | \$ 32,83 | \$ 65,67 | \$ 788,00 |
| Décimo cuarto sueldo | \$ 32,83 | \$ 65,67 | \$ 788,00 |
| Total | \$ 503,60 | \$ 1.007,20 | \$ 12.086,34 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.11.3. Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación (CIF) están compuestos por servicios básicos, el arriendo del local para la venta, material indirecto para complementar el producto, implementos de limpieza y equipos de protección personal.

Tabla N° 63
Costos indirectos de fabricación (CIF)

| Servicios básicos | | | | | | |
|---|------------------|----|------------------|----------------|------------------|--------------------|
| Detalle | Unidad de medida | de | Cantidad mensual | Valor unitario | Valor mensual | Valor anual |
| Energía eléctrica | KW | | 60 | \$ 0,76 | \$ 45,60 | \$ 547,20 |
| Internet | Megas | | Ilimitado | | \$ 35,00 | \$ 420,00 |
| Arriendo | | | | | | |
| Arriendo | | | | | \$ 150,00 | \$ 1800,00 |
| Total, Servicios básicos+ arriendo | | | | | \$ 230,60 | \$ 2.767,20 |
| Materia Prima Indirecta | | | | | | |
| Adhesivos | Unidad | | 160 | \$ 0,05 | \$ 8,00 | \$ 96,00 |
| Fundas | Unidad | | 160 | \$ 0,05 | \$ 8,00 | \$ 96,00 |
| Total, Materia prima indirecta | | | | | \$ 16,00 | \$ 192,00 |
| Instrumentos de limpieza y equipos de protección personal | | | | | | |
| Guantes | Unidad | | 4 | \$ 0,45 | \$ 1,80 | \$ 21,60 |
| Tapaboca | Unidad | | 8 | \$ 0,10 | \$ 0,80 | \$ 9,60 |
| Total, limpieza y EPP | | | | | \$ 2,60 | \$ 31,20 |
| Depreciación | | | | | \$ 39,33 | \$ 471,92 |
| TOTAL, COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | | | \$ 288,53 | \$ 3.462,32 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.11.4. Resumen de costos de producción

Tabla N° 64
Resumen de costos de producción

| Detalle | Valor mensual | Valor anual |
|----------------------------------|--------------------|---------------------|
| Materia prima directa | \$ 186,00 | \$ 2.232,00 |
| Mano de obra directa | \$ 1.007,20 | \$ 12.086,34 |
| Costos indirectos de fabricación | \$ 288,53 | \$ 3.462,32 |
| Total | \$ 1.481,72 | \$ 17.780,67 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.12. Determinación del precio de venta

Para determinar el precio de venta al público (PVP) es importante costear la materia prima directa, mano de obra directa y costos de producción; el total de los costos de producción se dividirán para las unidades producidas más el 54% de margen de contribución, que cubrirá los gastos administrativos, de ventas, financieros y utilidad.

4.12.1. Presentación

Tabla N° 65
Precio de venta al público

| PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO | | | | |
|-----------------------------------|----------|------------------|----------------|--------------------|
| Materia prima | Cantidad | Unidad de medida | Valor unitario | Valor total |
| Papel Couche A4 | 1600 | Unidad | \$ 0,05 | \$ 80,00 |
| Cartulina A4 | 160 | unidad | \$ 0,05 | \$ 8,00 |
| Pintura negra (Especial) | 1 | Galón | \$ 32,00 | \$ 32,00 |
| Tinta para Impresora | 1 | Litros | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| Espiral | 160 | Unidad | \$ 0,35 | \$ 56,00 |
| Materia prima directa | | | | \$ 186,00 |
| Mano de obra directa | | | | \$ 1.007,20 |
| CIF | | | | \$ 288,53 |
| Total, Costo de producción | | | | \$ 1.481,72 |
| Unidades producidas | | | | 160 |
| Costo Unitario | | | | \$ 9,26 |
| Margen de utilidad 35% | | | | \$ 3,24 |
| Precio de venta unitario | | | | \$ 12,50 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.13. Gastos de administración

4.13.1. Servicios básicos administrativos

Para la venta de los libros didácticos que ayuden a desarrollar la motricidad fina de los niños, se necesita disponer de un local comercial; lo cual, se consideran gastos como: arriendo, agua potable, energía eléctrica, internet y servicio telefónico.

Tabla N° 66
Servicios básicos administrativos

| Servicios básicos | | | | | |
|--|-------------------------|-------------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| Detalle | Unidad de medida | Cantidad mensual | Valor unitario | Valor mensual | Valor anual |
| Agua | M3 | 10 | \$ 0,59 | \$ 5,90 | \$ 70,80 |
| Teléfono | Min | 20 | \$ 0,35 | \$ 7,00 | \$ 84,00 |
| Total, Servicios básicos | | | | \$ 12,90 | \$ 154,80 |
| Transporte | | | | | |
| Gasto transporte | | | | \$25,00 | \$ 300,00 |
| Arriendo | | | | | |
| Arriendo | | | | \$ 120,00 | \$ 1.440,00 |
| Total, Servicios básicos + arriendo | | | | \$ 157,90 | \$ 1.894,80 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.13.2. Suministros de oficina

Tabla N° 67
Suministros de oficina

| Cantidad | Detalle | Valor unitario | Valor total |
|--------------------------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| 3 | Carpeta Archivador | \$ 2,00 | \$ 6,00 |
| 2 | Grapadora | \$ 3,35 | \$ 6,70 |
| 2 | Grapas | \$ 0,98 | \$ 1,96 |
| 6 | Esferos | \$ 0,40 | \$ 2,40 |
| 2 | Sello automático | \$ 8,00 | \$ 16,00 |
| 1 | Facturas | \$ 8,00 | \$ 8,00 |
| 1 | Tinta para Impresora | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| 2 | Perforadora metálica | \$ 2,68 | \$ 5,36 |
| 2 | Calculadora | \$ 22,10 | \$ 44,20 |
| 2 | Cuaderno | \$ 1,61 | \$ 3,22 |
| Total, suministros de oficina | | | \$ 103,84 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.13.3. Resumen de gastos administrativos

Tabla N° 68
Resumen de gastos administrativos

| Concepto | Valor mensual | Valor anual |
|--------------------------------------|------------------|--------------------|
| Servicios básicos | \$ 12,90 | \$ 154,80 |
| Suministros de oficina | \$ 8,65 | \$ 103,84 |
| Gasto de arriendo | \$ 120,00 | \$ 1.440,00 |
| Gasto transporte | \$ 25,00 | \$ 300,00 |
| Total, gastos administrativos | \$ 166,55 | \$ 1.998,64 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.14. Gastos de venta

4.14.1. Gastos de publicidad

Del estudio de mercado se estableció que la publicidad se ejecutará mediante las redes sociales; para lo cual, se realizará una página web en el portal de Jimdo, debido a que es gratuita, así se evitará costos por este concepto.

Además, se elaborarán tarjetas de presentación para entregar al público para el conocimiento de la empresa y del producto que se va a ofertar.

Tabla N° 69
Publicidad

| Concepto | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|---|----------|----------------|-----------------|
| Tarjetas de presentación (500 unidades) | 500 | \$ 0,025 | \$ 12,50 |
| Total, de publicidad | | | \$ 12,50 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.15. Costos y gastos

Tabla N° 70
Costos y gastos

| Concepto | Detalle | Valor mensual | Porcentaje mensual | Valor anual |
|---|---|---------------|--------------------|--------------|
| Costos directos | Materia prima directa | \$ 186,00 | 71,85% | \$2.232,00 |
| | Mano de obra directa | \$1.007,20 | | \$12.086,34 |
| | Servicios básicos | \$ 230,60 | | \$ 2.767,20 |
| Costos indirectos de fabricación | Materia prima indirecta | \$ 16,00 | 17,37% | \$ 192,00 |
| | Instrumentos de limpieza y equipos de protección personal | \$ 2,60 | | \$ 31,20 |
| | Depreciación | \$ 39,33 | | \$ 471,92 |
| | Servicios básicos administrativos | \$ 12,90 | | \$ 154,80 |
| Gastos administrativos | Suministros de oficina | \$ 8,65 | 8,52% | \$ 103,84 |
| | Gasto arriendo | \$ 120,00 | | \$ 1.440,00 |
| Gasto de ventas | Gasto transporte | \$ 25,00 | 2,26% | \$ 300,00 |
| | Gasto publicidad | \$ 12,50 | | \$ 12,50 |
| Total, costos y gastos | | \$ 1.660,78 | 100% | \$ 19.791,81 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

Para la producción mensual se necesitará \$ 1.660,78; los costos directos e indirectos representan el 89,22%; mientras que el 8,52% y 2,26% son los gastos administrativos y ventas respectivamente.

El libro tendrá un costo unitario de \$9,26 y un margen de contribución del 35%; mismo que absorberá los gastos tanto administrativo como de ventas; es decir, el libro costará para el año 1 de \$12,50.

4.16. Inversión

Inversión es la cantidad de dinero que se coloca en un negocio para obtener ganancias después de un periodo de tiempo establecido.

4.16.1. Inversión inicial

Para la puesta en marcha de la empresa es necesario clasificar la inversión inicial en inversión fija, diferida, variable y capital de trabajo.

La inversión fija se utilizará para la adquisición de bienes de larga duración que son necesarios para la producción del bien a ofrecer; la inversión diferida se utilizará para los gastos administrativos y legales; es necesario disponer de recursos para financiar la adquisición de bienes y servicios que ayuden a efectuar la producción; por tal motivo toman el nombre de variables porque su comportamiento es a mayor producción mayores costos los mismos que integran la materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

El último elemento que forma parte de la inversión inicial está constituido por los recursos económicos con los que es necesario contar en efectivo para financiar el pago de adquisición de bienes y servicios al inicio de la vida útil del proyecto hasta que esté produzca sus propios ingresos.

Se necesita de dos meses de inversión porque al no ser un bien de primera necesidad, el producto no es indispensable para el niño de 6 a 8 años; lo cual requiere de dinero para cubrir los costos y gastos del segundo y tercer mes.

*Tabla N° 71
Inversión inicial del proyecto*

| Detalle | USD |
|--------------------|--------------------|
| Inversión fija | \$ 2.657,00 |
| Inversión diferida | \$ 800,00 |
| Capital de trabajo | \$ 3.321,55 |
| Total | \$ 6.778,55 |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

4.17. Financiamiento

Tabla N° 72
Financiamiento del proyecto

| Detalle | Valor en USD | Porcentaje |
|--------------------|--------------------|----------------|
| Capital propio | \$ 3.778,55 | 56% |
| Capital financiado | \$ 3.000,00 | 44% |
| Total | \$ 6.778,55 | 100,00% |

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: Autores 2018

El financiamiento del proyecto se establece que el 56% aportarán los accionistas en partes iguales es decir \$ 3.778,55 y porcentaje restante de \$ 3.000,00 dólares a través de un microcrédito solicitado a Banco Pichincha a 18 meses plazo con una tasa de interés de 25,33% anual que establece el Banco Central del Ecuador.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

El estudio financiero tiene como objetivo analizar la viabilidad del proyecto para poner en marcha el negocio, con el fin de obtener beneficios económicos en el futuro a través de la de la producción y comercialización de un producto o servicio, minimizando los riesgos de colocar una inversión en el mercado, este proceso se realizará mediante diferentes estimaciones de ingresos, costos y gastos, además de la proyección de los estados financieros; así como el cálculo de los indicadores financieros que ayudarán a la correcta toma de decisiones a los directivos de la empresa.

5.2. Objetivo general

Efectuar un estudio económico a través de la construcción de estados financieros proforma, flujo de caja proyectado y la aplicación de indicadores para la evaluación de proyectos como TIR, VAN, Punto de equilibrio, Beneficio/Costo para determinar la viabilidad del proyecto.

5.3. Objetivos específicos

- Realizar la proyección de ingresos
- Realizar la proyección de los tres elementos del costo (MPD, MOD, CIF)
- Estimar los gastos administrativos, ventas y financieros para el nivel de producción seleccionado.
- Elaborar los estados financieros proyectados.
- Realizar el análisis de los indicadores financieros para determinar la viabilidad del proyecto.

5.4. Ingresos

Es la cantidad de dinero obtenida por la venta de un bien o prestación de un servicio.

5.4.1. Proyección de ingresos

Se estima como vida útil esperada para el proyecto cinco años, en los cuales se espera obtener rendimientos económicos; para ello, la proyección de ingresos se tomó en cuenta la tasa promedio anual 2,43% desde el 2013 al 2017.

Tabla N° 73
Inflación promedio anual

| AÑO | % INFLACIÓN |
|----------|--------------|
| 2013 | 3,70 |
| 2014 | 3,66 |
| 2015 | 3,69 |
| 2016 | 1,15 |
| 2017 | -0,04 |
| TOTAL | 12,16 |
| PROMEDIO | 2,43 |

Fuente: Banco central del Ecuador (2018)

Para la proyección de ingresos se determinó que la capacidad para producir diariamente será de 8 libros, mismos que deben trabajar 5 días a la semana para cumplir con la siguiente estimación:

Tabla N° 74
Capacidad instalada

| Capacidad instalada | Cantidad a elaborar | | | | |
|---------------------|---------------------|--------|--------|-----|-------|
| | Tipo | Diario | Semana | Mes | Año |
| | Magic Book | 8 | 40 | 160 | 1.920 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores 2018

La demanda potencial del proyecto es de 2.432; de la cual se va a ofertar el 79%, estableciendo una cantidad proyecta para el año 0 de 1.920 libros a un precio de venta de \$12,50 dólares, este valor este compuesto por los \$9,31 dólares de costos de fabricación y \$2,69 dólares de margen de contribución que ayudarán a absorber los costos de administrativos, ventas y financieros para finalizar con la obtención de la utilidad.

Tabla N° 75
Proyección de ingresos

| Proyección de ingresos | | | |
|-------------------------------|----------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Tiempo | Cantidad proyectada | Precio proyectado | Ingresos proyectados |
| Año 1 | 1.920 | \$ 12,50 | \$ 24.000,00 |
| Año 2 | 1.965 | \$ 12,80 | \$ 25.159,37 |
| Año 3 | 2.011 | \$ 13,11 | \$ 26.374,03 |
| Año 4 | 2.057 | \$ 13,43 | \$ 27.632,86 |
| Año 5 | 2.105 | \$ 13,76 | \$ 28.964,82 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores 2018

5.5. Egresos

Son las salidas de efectivo para cubrir los costos o gastos que se han incurrido para la producción del bien o servicio.

5.5.1. Determinación de egresos

Los egresos del proyecto están clasificados por materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación; estos conceptos tendrán un índice de crecimiento de 2,33% en cantidad y un porcentaje de incremento al precio de 2,43%, equivalente a la inflación promedio de los últimos 5 años.

5.6. Costos de producción

Es la cantidad de dinero destinada para la compra de materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación; siendo los costos que se identifican directamente con elaboración del producto.

5.6.1. Materia prima directa

En el capítulo anterior se determinó los materiales que se necesitan para la producción del bien; la tasa de inflación promedio anual (2,43%) se toma en cuenta para obtener el precio de proyectado de la materia prima.

Tabla N° 76
Materia prima directa proyectada

| Producto | Año 1 | | | Año 2 | | | Año 3 | | | Año 4 | | | Año 5 | | |
|-------------------------|----------|------------|--------------------|-------|-------------|--------------------|-------|------------|--------------------|-------|------------|--------------------|-------|------------|--------------------|
| | Q. Anual | Costo unit | Costo MPD | Q | Costo unit. | Costo MPD | Q | Costo unit | Costo MPD | Q | Costo unit | Costo MPD | Q | Costo unit | Costo MPD |
| Papel Couche A4 | 19200 | \$ 0,05 | \$ 960,00 | 19650 | \$ 0,05 | \$ 1.006,37 | 20110 | \$ 0,05 | \$ 1.054,96 | 20570 | \$ 0,05 | \$ 1.105,31 | 21050 | \$ 0,06 | \$ 1.158,59 |
| Cartulina A4 | 1920 | \$ 0,05 | \$ 96,00 | 1965 | \$ 0,05 | \$ 100,64 | 2011 | \$ 0,05 | \$ 105,50 | 2057 | \$ 0,05 | \$ 110,53 | 2105 | \$ 0,06 | \$ 115,86 |
| Pintura negra(Especial) | 12 | \$ 32,00 | \$ 384,00 | 12 | \$ 32,78 | \$ 393,33 | 13 | \$ 33,57 | \$ 436,46 | 13 | \$ 34,39 | \$ 447,07 | 13 | \$ 35,23 | \$ 457,93 |
| Tinta para Impresora | 12 | \$ 10,00 | \$ 120,00 | 12 | \$ 10,24 | \$ 122,92 | 13 | \$ 10,49 | \$ 136,39 | 13 | \$ 10,75 | \$ 139,71 | 13 | \$ 11,01 | \$ 143,10 |
| Espiral | 1920 | \$ 0,35 | \$ 672,00 | 1965 | \$ 0,36 | \$ 704,46 | 2011 | \$ 0,37 | \$ 738,47 | 2057 | \$ 0,38 | \$ 773,72 | 2105 | \$ 0,39 | \$ 811,01 |
| TOTAL | | | \$ 2.232,00 | | | \$ 2.327,72 | | | \$ 2.471,79 | | | \$ 2.576,34 | | | \$ 2.686,50 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores 2018

5.6.2. Mano de obra directa

Para determinar la mano de obra proyectada, se tomó en cuenta la tasa de crecimiento del salario básico unificado promedio 3,65% de los últimos 6 años.

Tabla N° 77
Índice de creciente del salario sectorial

| Años | Salario sectorial | % de crecimiento |
|-------------------------------------|-------------------|--------------------|
| 2013 | \$ 318,00 | |
| 2014 | \$ 340,00 | 0,069 |
| 2015 | \$ 354,00 | 0,041 |
| 2016 | \$ 366,00 | 0,034 |
| 2017 | \$ 375,00 | 0,025 |
| 2018 | \$ 386,00 | 0,029 |
| 2019 | \$ 394,00 | 0,021 |
| Total | | 0,219 |
| Promedio | | 0,036484342 |
| Tasa de crecimiento promedio | | 3,65% |

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Autores 2018

El sueldo del año 1 se determinó con los siguientes cálculos:

Tabla N° 78
Costo de mano de obra directa mensual

| Rubro | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Ingreso mensual | \$ 394,00 | \$ 408,37 | \$ 423,27 | \$ 438,72 | \$ 454,72 |
| (meses) | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Ingreso anual | \$ 4.728,00 | \$ 4.900,50 | \$ 5.079,29 | \$ 5.264,60 | \$ 5.456,68 |
| (+) Aportación patronal | \$ 527,17 | \$ 546,41 | \$ 566,34 | \$ 587,00 | \$ 608,42 |
| (+) Décimo tercero | \$ 394,00 | \$ 408,37 | \$ 423,27 | \$ 438,72 | \$ 454,72 |
| (+) Décimo cuarto | \$ 394,00 | \$ 408,37 | \$ 423,27 | \$ 438,72 | \$ 454,72 |
| Costo total mano de obra | \$ 6.043,17 | \$ 6.263,65 | \$ 6.492,18 | \$ 6.729,04 | \$ 6.974,55 |
| Fondos de reserva (segundo año) | | \$ 408,37 | \$ 423,27 | \$ 438,72 | \$ 454,72 |
| Total | \$ 6.043,17 | \$ 6.672,03 | \$ 6.915,45 | \$ 7.167,76 | \$ 7.429,27 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores 2018

En la siguiente tabla se establece el valor de mano de obra directa de las dos personas que trabajaran en la empresa; mismos que son, los dos inversionistas.

Estas personas tendrán un sueldo de \$394 dólares más los beneficios de ley y a partir del segundo año tienen derecho a los fondos de reserva.

Tabla N° 79
Mano de obra proyectada

| Mano de obra directa | % de crecimiento | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------|------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| E 1 | 3,65% | \$ 6.043,17 | \$ 6.672,03 | \$ 6.915,45 | \$ 7.167,76 | \$ 7.429,27 |
| E 2 | 3,65% | \$ 6.043,17 | \$ 6.672,03 | \$ 6.915,45 | \$ 7.167,76 | \$ 7.429,27 |
| Total | | \$ 12.086,34 | \$ 13.344,06 | \$ 13.830,91 | \$ 14.335,52 | \$ 14.858,54 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores 2018

5.6.3. Costos indirectos de fabricación

Se pueden establecer como costos indirectos de fabricación a los servicios básicos, el arriendo del local para la fabricación del producto, la materia prima indirecta, equipo de protección del personal de planta; para ello, se utilizó la tasa de inflación promedio de los últimos cinco años del 2,43%.

Tabla N° 80
Costos indirectos de fabricación proyectados

| Detalle | Año 1 | | | Año 2 | | | Año 3 | | | Año 4 | | | Año 5 | | |
|--|-----------|----------------|--------------------|--------------------|----------------|-------------|--------------------|----------------|-------------|--------------------|----------------|-------------|--------------------|----------------|-------------|
| | Q | Valor unitario | Valor anual | Q | Valor unitario | Valor anual | Q | Valor unitario | Valor anual | Q | Valor unitario | Valor anual | Q | Valor unitario | Valor anual |
| Servicios básicos | | | | | | | | | | | | | | | |
| Energía eléctrica | 720 | \$ 0,76 | \$ 547,20 | 737 | \$ 0,78 | \$ 574,12 | 755 | 0,80 | \$ 602,36 | 774 | 0,82 | \$ 631,99 | 793 | 0,84 | \$ 663,08 |
| Internet | Ilimitado | \$ 35,00 | \$ 420,00 | Ilimitado | \$ 35,85 | \$ 430,20 | Ilimitado | 36,72 | \$ 440,65 | Ilimitado | 37,61 | \$ 451,36 | Ilimitado | 39 | \$ 462,33 |
| Total, Servicios básicos | | | \$ 967,20 | \$ 1.004,32 | | | \$ 1.043,01 | | | \$ 1.083,35 | | | \$ 1125,41 | | |
| Arriendo | | \$ 150,00 | \$ 1.800,00 | | \$ 153,65 | \$ 1.843,74 | | 157,38 | \$ 1.888,54 | | 161,20 | \$ 1.934,43 | | 165 | \$ 1.981,44 |
| Total, Arriendo | | | \$ 1.800,00 | \$ 1.843,74 | | | \$ 1.888,54 | | | \$ 1.934,43 | | | \$ 1.981,44 | | |
| Total, Servicios básicos + arriendo | | | \$ 2.767,20 | \$ 2.848,06 | | | \$ 2.931,55 | | | \$ 3.017,78 | | | \$ 3.106,85 | | |
| Materia Prima Indirecta | | | | | | | | | | | | | | | |
| Adhesivos | 1920 | \$ 0,05 | \$ 96,00 | 1967 | 0,05 | 100,72 | 2014 | 0,05 | 105,68 | 2063 | 0,05 | 110,88 | 2114 | 0,06 | 116,33 |
| Fundas | 1920 | \$ 0,05 | \$ 96,00 | 1967 | 0,05 | 100,72 | 2014 | 0,05 | 105,68 | 2063 | 0,05 | 110,88 | 2114 | 0,06 | 116,33 |
| Total, Materia prima indirecta | | | \$ 192,00 | \$ 201,44 | | | \$ 211,35 | | | \$ 221,75 | | | \$ 232,66 | | |
| Instrumentos de limpieza y equipos de protección personal | | | | | | | | | | | | | | | |
| Guantes | 48 | \$ 0,45 | \$ 21,60 | 49 | 0,46 | \$ 22,66 | 50 | 0,47 | \$ 23,78 | 52 | 0,48 | \$ 24,95 | 53 | 0,50 | \$ 26,17 |
| Tapaboca | 96 | \$ 0,10 | \$ 9,60 | 98 | 0,10 | \$ 10,07 | 101 | 0,10 | \$ 10,57 | 103 | 0,11 | \$ 11,09 | 106 | 0,11 | \$ 11,63 |
| Total, limpieza y EPP | | | \$ 31,20 | \$ 32,73 | | | \$ 34,34 | | | \$ 36,03 | | | \$ 37,81 | | |
| TOTAL, COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | \$ 2.990,40 | \$ 3.082,24 | | | \$ 3.177,25 | | | \$ 3.275,57 | | | \$ 3.377,31 | | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores 2018

5.6.4. Total, de costos de producción proyectados

Tabla N° 81
Resumen de costos de producción proyectados

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Materia prima directa | \$ 2.232,00 | \$ 2.327,72 | \$ 2.471,79 | \$ 2.576,34 | \$ 2.686,50 |
| Mano de obra directa | \$ 12.086,34 | \$ 13.344,06 | \$ 13.830,91 | \$ 14.335,52 | \$ 14.858,54 |
| Costos indirectos de fabricación | \$ 2.990,40 | \$ 3.082,24 | \$ 3.177,25 | \$ 3.275,57 | \$ 3.377,31 |
| Total | \$ 17.308,74 | \$ 18.754,01 | \$ 19.479,95 | \$ 20.187,43 | \$ 20.922,36 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores 2018

5.7. Gastos

Los gastos para el proyecto se dividirán en tres grupos: administrativos, de ventas y financieros.

5.7.1. Gastos administrativos

Los gastos de administración son las erogaciones que tiene una empresa para el control y dirección de la misma, ejemplo: servicios básicos y arriendo de la oficina de ventas, suministros de oficina, entre otros.

Para el proyecto se ha tomado en cuenta la tasa de inflación anual promedio de los últimos 5 años (2,43%).

Tabla N° 82
Gastos de administración proyectados

| Rubro | Año 1 | | | Año 2 | | | Año 3 | | | Año 4 | | | Año 5 | | |
|--|-------|-----------|--------------------|-------|-----------|--------------------|-------|-----------|--------------------|-------|-----------|--------------------|-------|------------|--------------------|
| Detalle | Q | CU | CT | Q | CU | CT | Q | CU | CT | Q | CU | CT | Q | CU | CT |
| Servicios básicos | | | | | | | | | | | | | | | |
| Agua | 120 | \$ 0,59 | \$ 70,80 | 123 | 0,60 | \$ 74,28 | 126 | 0,62 | \$ 77,94 | 129 | 0,63 | \$ 81,77 | 132 | 0,65 | \$ 85,79 |
| Teléfono | 240 | \$ 0,35 | \$ 84,00 | 246 | 0,36 | \$ 88,13 | 252 | 0,37 | \$ 92,47 | 258 | 0,38 | \$ 97,02 | 264 | 0,39 | \$ 101,79 |
| Total, servicios básicos | | | \$ 154,80 | | | \$ 162,41 | | | \$ 170,40 | | | \$ 178,79 | | | \$ 187,58 |
| Gasto Arriendo | | | | | | | | | | | | | | | |
| Arriendo | | \$ 120,00 | \$ 1.440,00 | | \$ 122,92 | \$ 1.474,99 | | \$ 125,90 | \$ 1.510,83 | | \$ 128,96 | \$ 1.547,55 | | \$ 1132,10 | \$ 1.585,15 |
| Total, arriendo | | | \$ 1.440,00 | | | \$ 1.474,99 | | | \$ 1.510,83 | | | \$ 1.547,55 | | | \$ 1.585,15 |
| Total, servicios | | | \$ 1.594,80 | | | \$ 1.637,41 | | | \$ 1.681,24 | | | \$ 1.726,33 | | | \$ 1.772,73 |
| Suministros de oficina | | | | | | | | | | | | | | | |
| Carpeta Archivador | 3 | \$ 2,00 | \$ 6,00 | 3 | 2,05 | \$ 6,15 | 3 | 2,10 | \$ 6,30 | 3 | 2,15 | \$ 6,45 | 3 | 2,20 | \$ 6,60 |
| Grapadora | 2 | \$ 3,35 | \$ 6,70 | 2 | 3,43 | \$ 6,86 | 2 | 3,51 | \$ 7,03 | 2 | 3,60 | \$ 7,20 | 2 | 3,69 | \$ 7,38 |
| Grapas | 2 | \$ 0,98 | \$ 1,96 | 2 | 1,00 | \$ 2,01 | 2 | 1,03 | \$ 2,06 | 2 | 1,05 | \$ 2,11 | 2 | 1,08 | \$ 2,16 |
| Esferos | 6 | \$ 0,40 | \$ 2,40 | 6 | 0,41 | \$ 2,46 | 6 | 0,42 | \$ 2,52 | 6 | 0,43 | \$ 2,58 | 6 | 0,44 | \$ 2,64 |
| Sello automático | 2 | \$ 8,00 | \$ 16,00 | 2 | 8,19 | \$ 16,39 | 2 | 8,39 | \$ 16,79 | 2 | 8,60 | \$ 17,19 | 2 | 8,81 | \$ 17,61 |
| Facturas | 1 | \$ 8,00 | \$ 8,00 | 1 | 8,19 | \$ 8,19 | 1 | 8,39 | \$ 8,39 | 1 | 8,60 | \$ 8,60 | 1 | 8,81 | \$ 8,81 |
| Tinta para Impresora | 1 | \$ 10,00 | \$ 10,00 | 1 | 10,24 | \$ 10,24 | 1 | 10,49 | \$ 10,49 | 1 | 10,75 | \$ 10,75 | 1 | 11,01 | \$ 11,01 |
| Perforadora metálica | 2 | \$ 2,68 | \$ 5,36 | 2 | 2,75 | \$ 5,49 | 2 | 2,81 | \$ 5,62 | 2 | 2,88 | \$ 5,76 | 2 | 2,95 | \$ 5,90 |
| Calculadora | 2 | \$ 22,10 | \$ 44,20 | 2 | 22,64 | \$ 45,27 | 2 | 23,19 | \$ 46,37 | 2 | 23,75 | \$ 47,50 | 2 | 24,33 | \$ 48,66 |
| Cuaderno | 2 | \$ 1,61 | \$ 3,22 | 2 | 1,65 | \$ 3,30 | 2 | 1,69 | \$ 3,38 | 2 | 1,73 | \$ 3,46 | 2 | 1,77 | \$ 3,54 |
| Total, suministros de oficina | | | \$ 103,84 | | | \$ 106,36 | | | \$ 108,95 | | | \$ 111,605 | | | \$ 114,31 |
| Total, Gastos de administración | | | \$ 1.698,68 | | | \$ 1.743,77 | | | \$ 1.790,19 | | | \$ 1.837,93 | | | \$ 1.887,04 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores 2018

5.7.2. Gasto de ventas

Son aquellos valores que se incurren para ofertar el producto en el mercado, los cuales pueden ser: gasto de transporte, publicidad, entre otros

Gasto transporte

Para la comercialización a las papelerías y librerías se cancelará un valor de \$ 50,00 dólares mensuales, este valor corresponde a la movilización del producto.

Tabla N° 83

Gasto transporte proyectado

| Rubro | Q/Me | Q/An | Q/Me | Q/An | Q/Me | Q/An | Q/Me | Q/An | Q/Me | Q/An |
|--------------|---------|------------------|----------|------------------|----------|------------------|----------|------------------|----------|------------------|
| Transporte | \$25,00 | \$ 300,00 | \$ 25,61 | \$ 307,29 | \$ 26,23 | \$ 314,76 | \$ 26,87 | \$ 322,41 | \$ 27,52 | \$ 330,24 |
| Total | | \$ 300,00 | | \$ 307,29 | | \$ 314,76 | | \$ 322,41 | | \$ 330,24 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autores 2018

Gasto publicidad

La publicidad para el proyecto objeto se realizará mediante redes sociales; para lo cual, se utilizará el portal web gratis Jimdo.

Sin embargo, se va a entregar tarjetas de presentación al público para conocimiento de la empresa y del bien que se oferta.

Tabla N° 84

Gasto publicidad proyectada

| Rubro | Publicidad | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|------------|--------|----------------|--------|--------|----------------|-------|--------|----------------|-------|--------|----------------|-------|--------|----------------|
| | Año 1 | | | Año 2 | | | Año 3 | | | Año 4 | | | Año 5 | | |
| | Q | VU | VT | Q | VU | VT | Q | VU | VT | Q | VU | VT | Q | VU | VT |
| Tarjetas de presentación | 500 | \$0,03 | \$12,50 | 512,15 | \$0,03 | \$13,11 | 525 | \$0,03 | \$13,77 | 537 | \$0,03 | \$14,43 | 550 | \$0,03 | \$15,14 |
| Total | | | \$12,50 | | | \$13,11 | | | \$13,77 | | | \$14,43 | | | \$15,14 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autores 2018

5.7.3. Resumen de gasto de ventas

Tabla N° 85

Resumen de gastos de venta

| Rubro | Q/Me | Q/An | Q/Me | Q/An | Q/Me | Q/An | Q/Me | Q/An | Q/Me | Q/An |
|--------------------------|---------|------------------|----------|------------------|----------|------------------|----------|------------------|----------|------------------|
| Transporte | \$25,00 | \$ 300,00 | \$ 25,61 | \$ 307,29 | \$ 26,23 | \$ 314,76 | \$ 26,87 | \$ 322,41 | \$ 27,52 | \$ 330,24 |
| Tarjetas de presentación | 500 | \$ 12,50 | 512,15 | \$ 13,11 | 525 | \$ 13,77 | 537 | \$ 14,43 | 550 | \$ 15,14 |
| Total | | \$ 312,50 | | \$ 320,40 | | \$ 328,53 | | \$ 336,83 | | \$ 345,38 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autores 2018

5.8. Gastos financieros

Se establece el monto de dinero que se debe cancelar por intereses del crédito a una institución financiera, en este caso el Banco Pichincha.

Tabla N° 86
Datos de crédito

| Datos del financiamiento | Valores |
|-----------------------------------|--------------------|
| Monto | \$ 3.000,00 |
| Cuota financiera (Método francés) | \$ 202,06 |
| Plazo | 18 meses |
| Frecuencia de pago | Mensual |
| Tasa de interés efectiva | 25,33% |
| Interés total | \$ 637,11 |
| Total, a pagar | \$ 3.637,11 |

Fuente: Banco Pichincha 2019

Tabla N° 87
Amortización del crédito

| Cuota | Fecha de pago | Capital | Interés | Valor de la cuota | Saldo |
|--------------|---------------|--------------------|------------------|--------------------|-------------|
| 0 | 08-ene-2019 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 3.000,00 |
| 1 | 08-feb-2019 | \$ 138,74 | \$ 63,32 | \$ 202,06 | \$ 2.861,26 |
| 2 | 08-mar-2019 | \$ 141,66 | \$ 60,40 | \$ 202,06 | \$ 2.719,60 |
| 3 | 08-abr-2019 | \$ 144,65 | \$ 57,41 | \$ 202,06 | \$ 2.574,95 |
| 4 | 08-may-19 | \$ 147,71 | \$ 54,35 | \$ 202,06 | \$ 2.427,24 |
| 5 | 08-jun-2019 | \$ 150,83 | \$ 51,23 | \$ 202,06 | \$ 2.276,41 |
| 6 | 08-jul-2019 | \$ 154,01 | \$ 48,05 | \$ 202,06 | \$ 2.122,40 |
| 7 | 08-ago-2019 | \$ 157,26 | \$ 44,80 | \$ 202,06 | \$ 1.965,14 |
| 8 | 08-sep-2019 | \$ 160,58 | \$ 41,48 | \$ 202,06 | \$ 1.804,56 |
| 9 | 08-oct-2019 | \$ 163,97 | \$ 38,09 | \$ 202,06 | \$ 1.640,59 |
| 10 | 08-nov-2019 | \$ 167,43 | \$ 34,63 | \$ 202,06 | \$ 1.473,16 |
| 11 | 08-dic-2019 | \$ 170,96 | \$ 31,10 | \$ 202,06 | \$ 1.302,20 |
| 12 | 08-ene-2020 | \$ 174,57 | \$ 27,49 | \$ 202,06 | \$ 1.127,63 |
| 13 | 08-feb-2020 | \$ 178,26 | \$ 23,80 | \$ 202,06 | \$ 949,37 |
| 14 | 08-mar-2020 | \$ 182,02 | \$ 20,04 | \$ 202,06 | \$ 767,35 |
| 15 | 08-abr-2020 | \$ 185,86 | \$ 16,20 | \$ 202,06 | \$ 581,49 |
| 16 | 08-may-20 | \$ 189,79 | \$ 12,27 | \$ 202,06 | \$ 391,70 |
| 17 | 08-jun-2020 | \$ 193,79 | \$ 8,27 | \$ 202,06 | \$ 197,91 |
| 18 | 08-jul-2020 | \$ 197,91 | \$ 4,18 | \$ 202,09 | \$ - |
| TOTAL | | \$ 3.000,00 | \$ 637,11 | \$ 3.637,11 | |

Fuente: Banco Pichincha 2018

5.9. Depreciación

Para depreciar la inversión fija se utilizará el método de línea recta que se basa en la disminución del activo acuerdo va pasando el tiempo.

5.9.1. Depreciación de propiedad, planta y equipo

Para depreciar

La depreciación es el desgaste que se va produciendo en las maquinas según va pasando el tiempo; para ello, se estima que los bienes tendrán un valor residual del 10%.

Tabla N° 88
Depreciación propiedad, planta y equipo

| Activos fijos | Valor actual | Valor residual | Vida útil | Depreciación (anual) |
|--------------------------------------|--------------------|------------------|-----------|----------------------|
| Maquinaria y equipo | \$ 120,00 | \$ 24,00 | 10 | \$ 10,80 |
| Maquinaria y equipo (no depreciable) | \$ 283,00 | | | |
| Muebles y enseres | \$ 1.024,00 | \$ 102,40 | 10 | \$ 92,16 |
| Equipo de computo | \$ 1.230,00 | \$ 123,12 | 3 | \$ 368,96 |
| Total | \$ 2.657,00 | \$ 249,52 | | \$ 471,92 |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

5.9.2. Maquinaria y equipo

Tabla N° 89
Depreciación de maquinaria y equipo para la producción

| Años | Valor actual | Depreciación | Dep. Acumulada | Saldo | Valor de rescate |
|--------|--------------|--------------|----------------|-----------|------------------|
| Año 1 | \$ 120,00 | \$ 10,80 | \$ 10,80 | \$ 109,20 | |
| Año 2 | \$ 120,00 | \$ 10,80 | \$ 21,60 | \$ 98,40 | |
| Año 3 | \$ 120,00 | \$ 10,80 | \$ 32,40 | \$ 87,60 | |
| Año 4 | \$ 120,00 | \$ 10,80 | \$ 43,20 | \$ 76,80 | |
| Año 5 | \$ 120,00 | \$ 10,80 | \$ 54,00 | \$ 66,00 | |
| Año 6 | \$ 120,00 | \$ 10,80 | \$ 64,80 | \$ 55,20 | \$66,00 |
| Año 7 | \$ 120,00 | \$ 10,80 | \$ 75,60 | \$ 44,40 | |
| Año 8 | \$ 120,00 | \$ 10,80 | \$ 86,40 | \$ 33,60 | |
| Año 9 | \$ 120,00 | \$ 10,80 | \$ 97,20 | \$ 22,80 | |
| Año 10 | \$ 120,00 | \$ 10,80 | \$ 108,00 | \$ 12,00 | |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

5.9.3. Muebles de oficina

Tabla N° 90
Depreciación de muebles de oficina

| Años | Valor actual | Depreciación | Dep. Acumulada | Saldo | Valor de rescate |
|--------|--------------|--------------|----------------|-----------|------------------|
| Año 1 | \$ 1.024,00 | \$ 92,16 | \$ 92,16 | \$ 931,84 | |
| Año 2 | \$ 1.024,00 | \$ 92,16 | \$ 184,32 | \$ 839,68 | |
| Año 3 | \$ 1.024,00 | \$ 92,16 | \$ 276,48 | \$ 747,52 | |
| Año 4 | \$ 1.024,00 | \$ 92,16 | \$ 368,64 | \$ 655,36 | |
| Año 5 | \$ 1.024,00 | \$ 92,16 | \$ 460,80 | \$ 563,20 | |
| Año 6 | \$ 1.024,00 | \$ 92,16 | \$ 552,96 | \$ 471,04 | \$563,20 |
| Año 7 | \$ 1.024,00 | \$ 92,16 | \$ 645,12 | \$ 378,88 | |
| Año 8 | \$ 1.024,00 | \$ 92,16 | \$ 737,28 | \$ 286,72 | |
| Año 9 | \$ 1.024,00 | \$ 92,16 | \$ 829,44 | \$ 194,56 | |
| Año 10 | \$ 1.024,00 | \$ 92,16 | \$ 921,60 | \$ 102,40 | |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

5.9.4. Equipos de computación

Para la vida del proyecto se adquirirá 4 computadores y 4 impresoras, 2 conjuntos se comprará al inicio de la producción y lo restante al inicio del 4 año.

Tabla N° 91
Depreciación de equipos de cómputo del año 1 al 3

| Años | Valor actual | Depreciación | Dep. Acumulada | Saldo | Valor de rescate |
|-------|--------------|--------------|----------------|-----------|------------------|
| Año 1 | \$1.230,00 | \$ 368,96 | \$ 368,96 | \$ 861,14 | |
| Año 2 | \$1.230,00 | \$ 368,96 | \$ 737,92 | \$ 492,08 | |
| Año 3 | \$1.230,00 | \$ 368,96 | \$1.106,88 | \$ 123,12 | |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

Tabla N° 92
 Depreciación de equipos de cómputo del año 4 al 5

| Años | Valor actual | Depreciación | Dep. Acumulada | Saldo | Valor de rescate |
|--------------------------------|--------------|--------------|----------------|-------------|--------------------|
| Año 4 | \$1.600,00 | \$ 479,95 | \$ 479,95 | \$ 1.120,05 | |
| Año 5 | \$1.600,00 | \$ 479,95 | \$ 959,90 | \$ 640,10 | |
| Año 6 | \$1.600,00 | \$ 479,95 | \$ 1.439,85 | \$ 160,15 | \$640,10 |
| Total, valor de rescate | | | | | \$ 1.269,30 |

Fuente: Estudio financiero
 Elaborado por: Autores 2018

El valor rescate después de los cinco años de trabajo; los activos fijos de la empresa ascienden a \$ 1.269,30.

5.10. Proyección de costos y gastos

Los costos y gastos son proyectados de acuerdo con el nivel de producción que se estima realizar, los conceptos que se encuentran inversos son: costos de producción, gastos de administración, de ventas y financieros.

Para estos rubros se tomó en cuenta la tasa de inflación promedio de 2,43% de los cinco últimos años.

Tabla N° 93
Resumen de costos y gastos proyectados

| Cuenta | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costos de producción | | | | | |
| Materia prima directa | \$ 2.232,00 | \$ 2.327,72 | \$ 2.471,79 | \$ 2.576,34 | \$ 2.686,50 |
| Mano de obra directa | \$ 12.086,34 | \$ 13.344,06 | \$ 13.830,91 | \$ 14.335,52 | \$ 14.858,54 |
| Costos indirectos de fabricación | \$ 2.990,40 | \$ 3.082,24 | \$ 3.177,25 | \$ 3.275,57 | \$ 3.377,31 |
| Total, Costos de producción | \$ 17.308,74 | \$ 18.754,01 | \$ 19.479,95 | \$ 20.187,43 | \$ 20.922,36 |
| Gastos de administración | | | | | |
| Servicios básicos | \$ 154,80 | \$ 162,41 | \$ 170,40 | \$ 178,79 | \$ 187,58 |
| Arriendo | \$ 1.440,00 | \$ 1.474,99 | \$ 1.510,83 | \$ 1.547,55 | \$ 1.585,15 |
| Suministros de oficina | \$ 103,84 | \$ 106,36 | \$ 108,95 | \$ 111,60 | \$ 114,31 |
| Depreciación | \$ 471,92 | \$ 471,92 | \$ 471,92 | \$ 582,91 | \$ 582,91 |
| Amortización de activos no depreciables | \$ 283,00 | | | | |
| Amortización activos diferidos | \$ 160,00 | \$ 160,00 | \$ 160,00 | \$ 160,00 | \$ 160,00 |
| Total, Gastos de administración | \$ 2.613,56 | \$ 2.375,69 | \$ 2.422,11 | \$ 2.580,84 | \$ 2.629,95 |
| Gasto de ventas | | | | | |
| Transporte | \$ 300,00 | \$ 307,29 | \$ 314,76 | \$ 322,41 | \$ 330,24 |
| Publicidad | \$ 12,50 | \$ 13,11 | \$ 13,77 | \$ 14,43 | \$ 15,14 |
| Total, Gastos de ventas | \$ 312,50 | \$ 320,40 | \$ 328,53 | \$ 336,83 | \$ 345,38 |
| Gastos financieros | | | | | |
| Interés | \$ 552,35 | \$ 84,76 | | | |
| Total, Gastos financieros | \$ 552,35 | \$ 84,76 | \$ 0,00 | 0 | 0 |
| Total, Costos y Gastos | \$ 20.787,16 | \$ 21.534,87 | \$ 22.230,58 | \$ 23.105,10 | \$ 23.897,68 |
| Total, Costos y Gastos variables | \$ 2.232,00 | \$ 2.327,72 | \$ 2.471,79 | \$ 2.576,34 | \$ 2.686,50 |
| Total, Costos y Gastos fijos | \$ 18.555,16 | \$ 19.207,15 | \$ 19.758,80 | \$ 20.528,76 | \$ 21.211,18 |
| Total, Costos y Gastos | \$ 20.787,16 | \$ 21.534,87 | \$ 22.230,58 | \$ 23.105,10 | \$ 23.897,68 |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

5.11. Estados financieros

Los estados financieros sirven para analizar y representar la situación monetaria de una empresa; esta información se presenta en determinados periodos.

5.11.1. Estado de Situación Financiera Inicial

El Estado de Situación Financiera Inicial se establece al comienzo de cada periodo para identificar que activos, pasivos y patrimonio cuenta la empresa.

Tabla N° 94
Estado de situación inicial

| Magic abilities | |
|-------------------------------------|---------------------------|
| ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL | |
| DEL AÑO 0 | |
| ACTIVOS | |
| Activos Corrientes | |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | |
| Bancos | \$ 3.321,55 |
| Total, Activo Corriente | \$ 3.321,55 |
| Activos No Corrientes | |
| Propiedad planta y equipo | |
| Maquinaria y equipo depreciable | \$ 120,00 |
| Maquinaria y equipo no depreciable | \$ 283,00 |
| Muebles y enseres | \$ 1.024,00 |
| Equipo de computo | \$ 1.230,00 |
| Total, Activo No Corriente | \$ 2.657,00 |
| Activos Diferidos | |
| Gasto de constitución | \$ 800,00 |
| Total, Activos Diferidos | \$ 800,00 |
| TOTAL, ACTIVOS | <u>\$ 6.778,55</u> |
| PASIVOS | |
| Pasivos Corrientes | |
| Obligaciones Bancarias | \$ 3.000,00 |
| TOTAL, PASIVOS | <u>\$ 3.000,00</u> |
| PATRIMONIO | |
| Capital social | \$ 3.778,55 |
| TOTAL, PATRIMONIO | <u>\$ 3.778,55</u> |
| TOTAL, PASIVOS + PATRIMONIO | <u>\$ 6.778,55</u> |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

5.11.2. Estado de Resultados Integro Proyectado

El estado de resultados proyectado refleja los ingresos y egresos que tiene el proyecto durante un determinado tiempo; además, sirve para determinar las ganancias o pérdidas obtenidas.

Tabla N° 95
Estado de resultados proyectado

| Cuenta | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Ventas netas | \$ 24.000,00 | \$ 25.159,37 | \$ 26.374,03 | \$ 27.632,86 | \$ 28.964,82 |
| (Otros ingresos) | | | | \$ 123,12 | |
| (-) Costo de producción | \$ 17.308,74 | \$ 18.754,01 | \$ 19.479,95 | \$ 20.187,43 | \$ 20.922,36 |
| (=) Utilidad bruta en ventas | \$ 6.691,26 | \$ 6.405,35 | \$ 6.894,08 | \$ 7.568,55 | \$ 8.042,46 |
| (-) Gastos de administración | \$ 2.613,56 | \$ 2.375,69 | \$ 2.422,11 | \$ 2.580,84 | \$ 2.629,95 |
| (-) Gastos de ventas | \$ 312,50 | \$ 320,40 | \$ 328,53 | \$ 336,83 | \$ 345,38 |
| (=) Utilidad en operaciones | \$ 3.765,19 | \$ 3.709,26 | \$ 4.143,44 | \$ 4.650,88 | \$ 5.067,14 |
| (-) Gastos financieros | \$ 552,35 | \$ 84,76 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| (=) Utilidad Neta antes de Part. Trabajadores | \$ 3.212,84 | \$ 3.624,50 | \$ 4.143,44 | \$ 4.650,88 | \$ 5.067,14 |
| (-) 15% Part. Trabajadores | \$ 481,93 | \$ 543,67 | \$ 621,52 | \$ 697,63 | \$ 760,07 |
| (=) Utilidad Neta antes de Impuesto | \$ 2.730,92 | \$ 3.080,82 | \$ 3.521,93 | \$ 3.953,24 | \$ 4.307,07 |
| (-) Impuesto a la renta | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| (=) Utilidad Neta | \$ 2.730,92 | \$ 3.080,82 | \$ 3.521,93 | \$ 3.953,24 | \$ 4.307,07 |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

5.11.3. Estado de flujo de caja proyectado

El estado de flujo de efectivo sirve para verificar la entrada y salida del dinero; es decir, las variaciones monetarias que presenta un proyecto.

Tabla N° 96
Estado de flujo proyectado

| Rubro | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 |
|---|---------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Utilidad Neta | | \$ 2.730,92 | \$ 3.080,82 | \$ 3.521,93 | \$ 3.953,24 | \$ 4.307,07 | |
| Depreciaciones | | \$ 471,92 | \$ 471,92 | \$ 471,92 | \$ 582,91 | \$ 582,91 | |
| Amortización de activos no depreciables | | \$ 283,00 | | | | | |
| Valor residual equipo de computo | | | | | \$ 123,12 | | |
| Valor de rescate | | | | | | | \$ 1.269,30 |
| Total, Ingresos | | \$ 3.485,84 | \$ 3.552,75 | \$ 3.993,85 | \$ 4.659,27 | \$ 4.889,98 | \$ 1.269,30 |
| Amortizaciones | -\$ 800,00 | \$ 160,00 | \$ 160,00 | \$ 160,00 | \$ 160,00 | \$ 160,00 | |
| Inversiones | -\$ 2.657,00 | | | | -\$1.600,00 | | |
| Capital de trabajo | -\$ 3.321,55 | | | | | | |
| Préstamo | \$ 3.000,00 | | | | | | |
| Amortizaciones del préstamo | | -\$ 1.872,37 | -\$ 1.127,63 | | | | |
| Total, Egresos | | -\$ 1.712,37 | -\$ 967,63 | \$ 160,00 | -\$1.440,00 | \$ 160,00 | |
| FLUJO DE CAJA NETO | -\$ 3.778,55 | \$ 1.773,47 | \$ 2.585,12 | \$ 4.153,85 | \$ 3.059,27 | \$ 5.049,98 | \$ 1.269,30 |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

5.12. Indicadores financieros

Los índices financieros son instrumentos para determinar la estabilidad y viabilidad económica de un proyecto.

5.12.1. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad ayuda a determinar si la inversión a realizar es rentable, si genera ingresos mejores que de un depósito bancario a una tasa de interés y plazo determinado.

Tabla N° 97
Costo de oportunidad

| Detalle | Inversión | Composición | Tasa operación | Valor ponderado |
|-----------------------------|--------------------|-------------|----------------|-----------------|
| Inversión propia | \$ 3.778,55 | 56% | 5,98% | 0,0333 |
| Inversión financiada | \$ 3.000,00 | 44% | 25,33% | 0,1121 |
| Total | \$ 6.778,55 | 100% | | 0,1454 |
| COSTO DE OPORTUNIDAD | | | | 14,54% |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

Para la puesta en marcha, la empresa necesita \$ 6.778,55 dólares americanos; para lo cual, el 56% son aportes de los socios y el 44% es de un microcrédito del Banco Pichincha a un interés del 25,33%. Si el valor de inversión se depositaria a plazo fijo generaría 5,98%; para ello, el costo de oportunidad otorga una tasa anual de 14,54% obteniendo mejores beneficios económicos.

5.12.2. Tasa de rendimiento medio TRM

Para este indicador se utiliza el costo de oportunidad 14,54% y la tasa de inflación promedio anual que se está utilizando de 2,43%.

Tabla N° 98
Fórmula de la tasa de rendimiento medio

| Fórmula | | |
|------------|---------------------------|--------------------------|
| TRM | | $((1+CK)*(1 + INF)) - 1$ |
| TRM | Tasa de rendimiento medio | ? |
| CK | Costo de Capital | 14,54% |
| INF | Inflación | 2,43% |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

$$TRM = ((1+CK)*(1 + INF)) - 1$$

$$TRM = ((1+14,54%)*(1 + 2,43%)) - 1$$

$$TRM = (1,17323322)-1$$

$$TRM = 0,1732 = 17,32\%$$

Para que el proyecto sea rentable se necesita que la tasa interna de retorno este por arriba del 17,32% para cubrir los costos y gastos del proyecto, caso contrario no es factible.

5.12.3. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN se utiliza para actualizar los valores monetarios proyectados con la finalidad de conocer si el proyecto es viable o no.

Tabla N° 99
Fórmula del Valor Actual Neto

| | Fórmula |
|------------|-------------------------------------|
| VAN | $I - \sum FE / (1+r)^n$ |
| VAN | Valor actual neto |
| I | Inversión inicial |
| ΣFE | Sumatoria de los flujos de efectivo |
| r | Tasa mínima de rendimiento |
| n | Tiempo |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

Tabla N° 100
Cálculo del VAN

| AÑO | FLUJOS DE CAJA EFECTIVOS | FACTOR | FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS 17,32% |
|--------------|--------------------------|--------------|------------------------------------|
| Año 0 | -\$ 6.778,55 | 1 | -\$ 6.778,55 |
| Año 1 | \$ 1.773,47 | 0,85 | \$ 1.511,65 |
| Año 2 | \$ 2.585,12 | 0,73 | \$ 1.878,17 |
| Año 3 | \$ 4.153,85 | 0,62 | \$ 2.572,38 |
| Año 4 | \$ 3.059,27 | 0,53 | \$ 1.614,84 |
| Año 5 | \$ 5.049,98 | 0,45 | \$ 2.272,11 |
| Año 6 | \$ 1.269,30 | 0,45 | \$ 571,09 |
| VAN | -\$ 6.778,55 | \$ 10.420,24 | \$ 3.641,69 |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

Se puede determinar que el proyecto es factible debido a que la suma de los flujos supera a la inversión inicial en \$ 3.641,69 dólares, la tasa utilizada la TRM, que después de la aplicación de la fórmula se obtuvo 17,32%.

5.12.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

El indicador representa el porcentaje de rentabilidad esperado del proyecto; por lo tanto, si la TIR es mayor a la Tasa de Rendimiento Medio, se puede decir que es factible el proyecto.

Tabla N° 101
Cálculo del VAN con tasa superior

| AÑO | FLUJOS DE CAJA EFECTIVOS | FACTOR | VAN 17,32% | FACTOR | TIR 34,81% |
|-------|--------------------------|---------|---------------|--------|--------------|
| Año 0 | -\$ 6.778,55 | 1 | -\$ 6.778,55 | 1 | -\$ 6.778,55 |
| Año 1 | \$ 1.773,47 | 0,85 | \$ 1.511,65 | 0,88 | \$ 1.315,51 |
| Año 2 | \$ 2.585,12 | 0,73 | \$ 1.878,17 | 0,78 | \$ 1.422,39 |
| Año 3 | \$ 4.153,85 | 0,62 | \$ 2.572,38 | 0,68 | \$ 1.695,35 |
| Año 4 | \$ 3.059,27 | 0,53 | \$ 1.614,84 | 0,60 | \$ 926,19 |
| Año 5 | \$ 5.049,98 | 0,45 | \$ 2.272,11 | 0,50 | \$ 1.134,07 |
| Año 6 | \$ 1.269,30 | \$ 0,45 | \$ 571,09 | 0,50 | \$ 285,05 |
| | | | \$ 10.420,24 | | - |
| | TIR | | 34,81% | | |
| | TIR DESCONTADA | | 17,49% | | |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

VAN con tasa inferior = \$ 10.420,24

Tasa inferior = 17,32%

VAN con tasa superior = \$ 0

Tasa superior = 34,81%

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno se aplicará la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + [(Ts - Ti) * (VAN Ti / VAN Ti - VAN Ts)]$$

$$TIR = 17,32\% + [(34,81\% - 17,32\%) * (\$10.420,24 / \$10.420,24 - \$10.420,24)]$$

$$TIR = 17,32\% + [(17,49\%) * (1,00)]$$

$$TIR = 17,32\% + (17,49\% * 1,00)$$

$$TIR = 17,32\% + 17,49\%$$

$$TIR = 34,81\%$$

$$TIR DESCONTADA = 34,81\% - 17,49\% = 17,32\%$$

La tasa interna de retorno es de 34,81%, se puede establecer que el porcentaje es superior al 17,32%, TRM y al 14,54%, costo de oportunidad, por tal motivo se puede determinar que el proyecto es factible porque va a poder cubrir los costos y gastos en los cuales incurrirá; además de obtener mayores ganancias al no invertir en una institución financiera.

5.12.5. Costo / Beneficio

El cálculo del indicador ayuda a determinar la rentabilidad que se adquirirá por cada dólar invertido en el proyecto, si es mayor a 1 es factible caso contrario es rechazado.

Tabla N° 102
Relación costo/beneficio

| AÑO | INGRESOS | FACTOR DE PONDERACIÓN | FLUJOS ACTUALIZADOS INGRESOS | COSTOS | FACTOR DE PONDERACIÓN | COSTOS ACTUALIZADOS |
|--------------|--------------|-----------------------|------------------------------|--------------|-----------------------|---------------------|
| Año 0 | \$(6.778,55) | 1 | \$ (6.778.55) | | | |
| Año 1 | \$ 24.000,00 | 0,976 | \$ 23.430,64 | \$ 20.787,16 | 0,98 | \$ 20.294,01 |
| Año 2 | \$ 25.159,37 | 0,953 | \$ 23.979,79 | \$ 21.534,87 | 0,95 | \$ 20.525,23 |
| Año 3 | \$ 26.374,03 | 0,931 | \$ 24.541,15 | \$ 22.230,58 | 0,93 | \$ 20.685,66 |
| Año 4 | \$ 27.632,86 | 0,908 | \$ 25.102,51 | \$ 23.105,10 | 0,91 | \$ 20.989,36 |
| Año 5 | \$ 28.964,82 | 0,887 | \$ 25.688,27 | \$ 23.897,68 | 0,89 | \$ 21.194,34 |
| Total | | | \$ 115.963,81 | | | \$ 103.688,60 |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

$$\text{Costo/beneficio} = (\text{Ingresos actualizados} / \text{Costos actualizados})$$

$$\text{Costo/beneficio} = (\$ 115.963,81 / \$ 103,688,60)$$

$$\text{Costo/beneficio} = \$ 1,12$$

Por cada \$ 1 dólar invertido, se obtendrá \$ 0,12 centavos adicionales; por lo tanto, se indica que el proyecto es factible.

5.12.6. Periodo de Recuperación de la Inversión

El cálculo del indicador permite determinar el tiempo que se va a demorar el proyecto en recuperar la inversión inicial.

Tabla N° 103
Flujos netos actualizados de la inversión

| Año | Inversión | Flujos proyectados | Flujos acumulados |
|-------|-------------|--------------------|--------------------|
| Año 0 | \$ 6.778,55 | | |
| Año 1 | | \$ 1.773,47 | \$ 1.773,47 |
| Año 2 | | \$ 2.585,12 | \$ 4.358,58 |
| Año 3 | | \$ 4.153,85 | \$ 8.512,43 |
| Año 4 | | \$ 3.059,27 | \$ 11.571,71 |
| Año 5 | | \$ 5.049,98 | \$ 16.621,68 |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

Después del cálculo del periodo de recuperación de la inversión se puede determinar que en el año dos se tiene flujos netos actualizados \$ 4.358,58 y la inversión inicial es \$ 6.778,55; para lo cual, se tomaría un porcentaje del año siguiente.

PR = Inversión inicial – Flujos descontados acumulados

PR = 6.778,55 – 4.358,58 = 2.419,97 **Inversión que falta recuperar**

REGLA DE TRES

Flujo neto año siguiente (Año 3) = \$ 4.153,85 1

Inversión que falta por cubrir = \$ 2.419,97 **X = 0,5826 * 360 días =210 días**

PR = 2,5826 años es decir 2 años 7 meses.

Para recuperar la inversión se requiere de 2 años y 7 meses, por tal motivo, se establece que es factible el proyecto.

5.12.7. Punto de equilibrio

Mediante el cálculo del indicador se puede establecer la cantidad a producir; en donde, la empresa no obtenga ni ganancias ni pérdidas. Para ello se utilizará la información financiera desde el año 1 al 5.

Tabla N° 104
Información de producción año 1

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| INGRESOS | | | | | |
| Cantidad a producir | 1.920 | 1.965 | 2.011 | 2.057 | 2.105 |
| Precio de venta | \$ 12,50 | 12,80 | 13,11 | 13,43 | 13,76 |
| Ventas netas | \$ 24.000,00 | \$ 25.159,37 | \$ 26.374,03 | \$ 27.632,86 | \$ 28.964,82 |
| COSTOS VARIABLES | | | | | |
| Materia prima directa | \$ 2.232,00 | \$ 2.327,72 | \$ 2.471,79 | \$ 2.576,34 | \$ 2.686,50 |
| Mano de obra directa | \$ 12.086,34 | \$ 13.344,06 | \$ 13.830,91 | \$ 14.335,52 | \$ 14.858,54 |
| Costos indirectos de fabricación | \$ 2.990,40 | \$ 3.082,24 | \$ 3.177,25 | \$ 3.275,57 | \$ 3.377,31 |
| TOTAL, COSTO VARIABLE | \$ 17.308,74 | \$ 18.754,01 | \$ 19.479,95 | \$ 20.187,43 | \$ 20.922,36 |
| Cantidad a producir | 1.920 | 1.965 | 2.011 | 2.057 | 2.105 |
| Costo variable unitario | \$ 9,01 | \$ 9,54 | \$ 9,69 | \$ 9,81 | \$ 9,94 |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| Gastos de administración | \$ 2.613,56 | \$ 2.375,69 | \$ 2.422,11 | \$ 2.580,84 | \$ 2.629,95 |
| Gastos de ventas | \$ 312,50 | \$ 320,40 | \$ 328,53 | \$ 336,83 | \$ 345,38 |
| Gastos financieros | \$ 552,35 | \$ 84,76 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| TOTAL, COSTO FIJO | \$ 3.478,41 | \$ 2.780,86 | \$ 2.750,64 | \$ 2.917,67 | \$ 2.975,33 |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

Tabla N° 105
Punto de equilibrio

| Punto de equilibrio | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| TOTAL, COSTO FIJO | \$ 3.478,41 | \$ 2.780,86 | \$ 2.750,64 | \$ 2.917,67 | \$ 2.975,33 |
| TOTAL, COSTO VARIABLE | \$ 17.308,74 | \$ 18.754,01 | \$ 19.479,95 | \$ 20.187,43 | \$ 20.922,36 |
| Ventas netas | \$ 24.000,00 | \$ 25.159,37 | \$ 26.374,03 | \$ 27.632,86 | \$ 28.964,82 |
| Punto de equilibrio monetario | \$ 12.655,11 | \$ 11.092,57 | \$ 10.680,23 | \$ 10.983,94 | \$ 10.863,01 |
| Precio de venta | \$ 12,50 | \$ 12,80 | \$ 13,11 | \$ 13,43 | \$ 13,76 |
| Punto de equilibrio en unidades | 998 | 853 | 802 | 806 | 779 |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

Tabla N° 106
Fórmula para determinar punto de equilibrio en dólares del año 1

| Fórmulas | |
|---------------------------------------|--------------------------------|
| Punto de equilibrio en dólares | $PE\$ = CF / 1 - (CV / IT)$ |
| PE\$ | Punto de equilibrio en dólares |
| CF | Costos fijos |
| CV | Costos variables |
| IT | Ingresos totales |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

$$PE\$ = CF / 1 - (CV / IT)$$

$$PE\$ = \$ 3.478,41 / 1 - (\$17.308,74 / \$24.000,00)$$

$$PE\$ = \$ 3.478,41 / 1 - (0,7212)$$

$$PE\$ = \$ 3.478,41 / 0,2788$$

$$PE\$ = \$ 12.476,27$$

$$PEQ = PE\$ / PVP$$

$$PEQ = \$ 12.476,27 / \$12,50$$

$$PEQ = 998 \text{ unidades}$$

Tabla N° 107
Resumen del punto de equilibrio año 1

| Cantidad | Precio unitario | Ingreso total | Costo fijo | Costo Variable unitario | Costo Variable total | Costo total |
|----------|-----------------|---------------|-------------|-------------------------|----------------------|--------------|
| 0 | \$ 12,50 | \$ - | \$ 3.478,41 | \$ 9,01 | \$ - | \$ 3.478,41 |
| 598 | \$ 12,50 | \$ 7.476,27 | \$ 3.478,41 | \$ 9,01 | \$ 5.391,87 | \$ 8.870,28 |
| 798 | \$ 12,50 | \$ 9.976,27 | \$ 3.478,41 | \$ 9,01 | \$ 7.194,86 | \$ 10.673,28 |
| 998 | \$ 12,50 | \$ 12.476,27 | \$ 3.478,41 | \$ 9,01 | \$ 8.997,86 | \$ 12.476,27 |
| 1198 | \$ 12,50 | \$ 14.976,27 | \$ 3.478,41 | \$ 9,01 | \$ 10.800,85 | \$ 14.279,26 |
| 1398 | \$ 12,50 | \$ 17.476,27 | \$ 3.478,41 | \$ 9,01 | \$ 12.603,84 | \$ 16.082,26 |
| 1598 | \$ 12,50 | \$ 19.976,27 | \$ 3.478,41 | \$ 9,01 | \$ 14.406,84 | \$ 17.885,25 |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

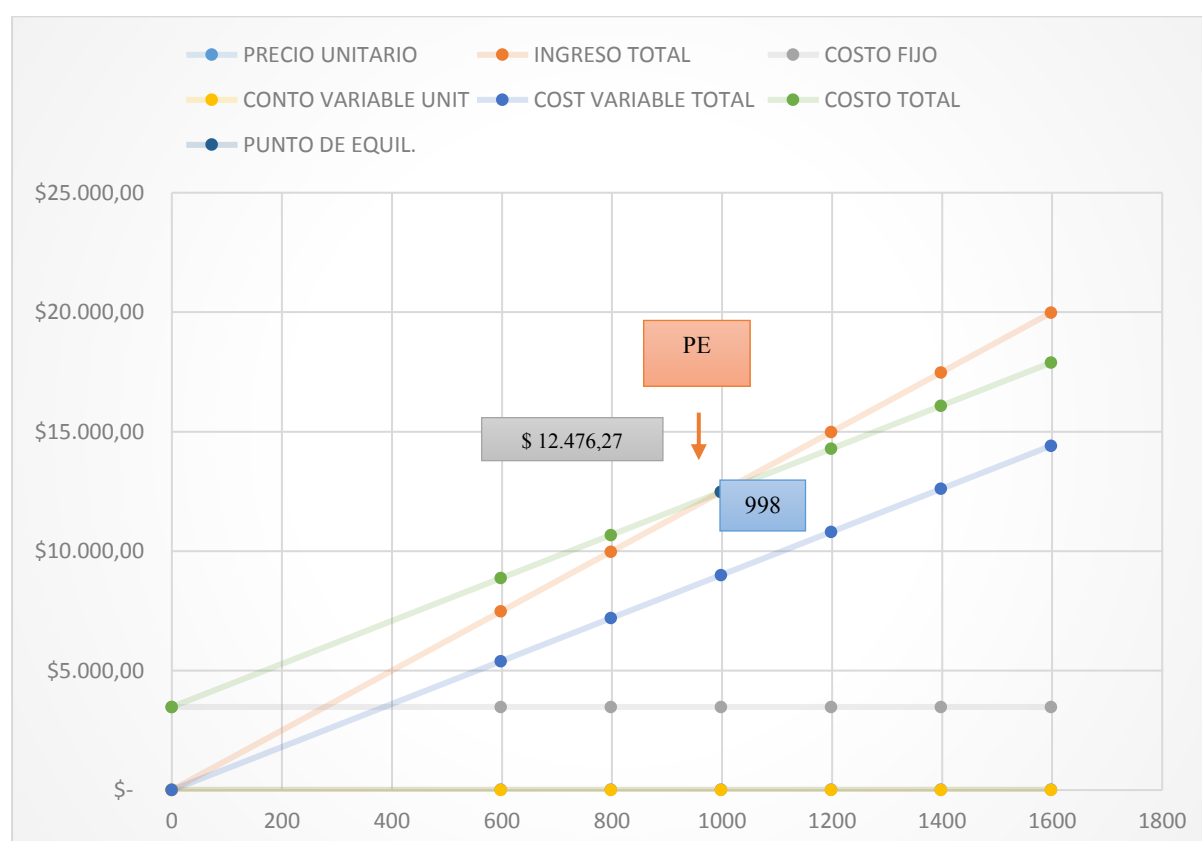


Gráfico N° 39
Punto de equilibrio año 1
Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

Cuando la producción sea de 998 unidades, el costo de producción será de \$12.476,27; en este punto se equilibrará; los costos y gastos con el nivel de ingreso. Si se logra colocar un mayor número de unidades en el mercado, se tiene la oportunidad de repartir dividendos para los trabajadores e inversionistas.

5.13. Tablero de indicadores financieros

El tablero de comandos es una matriz que servirá para analizar si el proyecto es viable o no, se establecerán los siguientes indicadores: Costo de oportunidad, Tasa de rendimiento medio, Valor actual neto, tasa interna de retorno, Costo/Beneficio, Periodo de recuperación de la inversión y el Punto de equilibrio tanto en valor monetario como en unidades a producir.

Tabla N° 108
Tablero de indicadores financieros

| Indicador | Valor | Valor esperado | Viabilidad |
|--|-----------------|---|------------|
| Valor actual neto | \$ 3.641,69 | El valor actual neto es positivo; por tal motivo, los flujos de efectivo superan a los costos que se incurre para la producción del producto | Si |
| Tasa interna de retorno | 34,81% | La TIR es mayor a la TRM, se puede establecer que se alcanza a cubrir los costos y gastos en los cuales se incurre el proyecto. La Tasa de descuento es de 17,32% por lo que el proyecto es factible. | Si |
| Costo de oportunidad | 14,54% | La tasa pasiva referencial para inversiones a plazo fijo es de 5,98% | Si |
| Tasa de rendimiento medio | 17,32% | La tasa de rendimiento medio supera en 11,32% a la tasa pasiva impuesta por el BCE para instrumentos a plazo fijo | Si |
| Costo/Beneficio | \$ 1,12 | Se puede establecer que por cada \$ 1 dólar se obtiene \$0,11 centavos adicionales. | Si |
| Periodo de recuperación de la inversión con flujos actualizados | 2 años, 7 meses | Se alcanza a recuperar la inversión antes del tercer año de vida del proyecto; es decir antes del 60%. | Si |
| Punto de equilibrio monetario | \$ 12.476,27 | Para cubrir los costos y gastos se necesita que el valor monetario de las ventas sea de \$12.467,27 dólares | Si |
| Punto de equilibrio en unidades | 998 | Para que no existe ganancias ni pérdidas se necesita de 998 unidades, correspondiendo al 51,97% del total de ventas | Si |

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Autores 2018

5.14. Resumen del capítulo

Los indicadores financieros establecieron los siguientes resultados:

Según el VAN, es factible cuando el valor monetario es mayor a 1, en este caso supera los costos del proyecto en \$3.641,69 dólares utilizando una tasa del 17,32%; mientras que, la TIR descontada es de 17,49% con lo que se puede afirmar que el financiamiento del proyecto es viable.

El costo de oportunidad es del 14,54%, y TRM es del 17,32%, las cuales superan a la tasa pasiva referencial para pólizas a plazo fijo que otorga el Banco Central del Ecuador en 8,56% y 11,34% respectivamente.

El Costo/Beneficio establece que debe ser mayor a 1 para que sea rentable; el resultado arroja que se obtendrá 0,12 centavos adicionales si los recursos son dedicados al proyecto.

El periodo de recuperación de la inversión establece que se recuperará la inversión antes del tercer año por lo que se establece que es beneficioso debido a que la vida del proyecto es de 5 periodos.

Para cubrir los costos y gastos del proyecto se debe producir 998 a un precio de venta de \$12,50 dólares; en el primer año se espera colocar en el mercado \$ 12.476,27 lo que constituye el 51,97% de las ventas totales.

Por lo expuesto y luego de analizar cada uno de los indicadores calculados se establece que el proyecto es financieramente factible.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. Introducción

Las organizaciones deben tener claramente definido lo que quieren lograr y como lo van a hacer, para ello es necesario implementar la filosofía empresarial y procesos que promuevan el adecuado funcionamiento de cada una de las áreas o departamentos establecidos; la estructura organizacional permite planificar correctamente el proceso administrativo de la empresa y establecer la adecuada segregación de funciones y responsabilidades que cada empleado deberá ejercer con el fin de alcanzar los objetivos propuestos para la entidad.

6.2. Objetivos

6.2.1. Objetivo general

Plantear una propuesta de estructura organizacional mediante la elaboración de un organigrama que describa la jerarquía y las funciones a desempeñar por cada una de las personas que trabajarían en la empresa; así como su filosofía empresarial con la finalidad de garantizar su correcto funcionamiento administrativo.

6.2.2. Objetivos específicos

- Definir la filosofía empresarial, misión, visión, valores, principios y políticas de la empresa.
- Presentar un organigrama estructural, funcional y manual de funciones de la empresa.
- Elaborar una propuesta de reglamento interno para el funcionamiento de la empresa.

6.3. Filosofía empresarial.

La filosofía empresarial permite identificar la misión por la cual existe y también la visión que espera lograr en un tiempo, la razón de ser de la empresa en la cual se incluye un conjunto de valores, prácticas, objetivos, metas, ideales que conforman el núcleo de una organización; permitiendo interrelacionarse con todos los individuos que la integran.

6.4. Actividad económica

La empresa productora, comercializadora y distribuidora de libros para niños tendrá el nombre de “MAGIC ABILITIES”, se le designó este nombre que traducido al español significa habilidades mágicas, con el objetivo de desarrollar las diferentes destrezas y conocimientos en los niños y darse a conocer en el mercado, la denominación de la empresa se encontrará en la portada del producto, las diferentes formas de publicidad que promoverá la empresa, previamente registrados en el servicio de rentas internas (SRI) y los permisos correspondientes para el correcto funcionamiento de la entidad.

6.5. Logotipo

El logotipo es una imagen representativa de la marca de la empresa la cual contiene colores, diseños y formas agradables para los usuarios, tiene como fin distinguirse de la competencia y darse a conocer al público aportando a la publicidad de la empresa.

La gama de variados colores que posee el logo de la marca Magic Abilities representa el agrado por el arte y las pinturas que atraen visualmente a los consumidores, el color negro que sobresale en la imagen e identifica al producto, ya que de este color serán sus hojas.



Gráfico N° 40

Logotipo

Fuente: Estudio organizativa

Elaborado por: Los autores 2018

6.6. Slogan

El slogan es la frase o lema publicitario, el cual contiene pocas palabras, debe ser muy bien ideado ya que la empresa lo llevará por siempre y representa el valor del producto para generar confianza en los consumidores.

El Slogan de la empresa Magic Abilities será “Impulsando tu creatividad”, con el fin de generar nuevas ideas a través de la imaginación de los niños expresados en el arte, la pintura y el desarrollo motriz.

A continuación, se presenta el slogan de la empresa.

“IMPULSANDO TU CREATIVIDAD”

6.7. Misión

Mediante la misión de la empresa se puede definir la razón de ser, la actividad que realiza en el mercado, a qué grupo van dirigidos sus productos y cómo aporta en la sociedad para satisfacer las necesidades de los clientes en el mercado, se ha definido la misión de la empresa de la siguiente forma:

“Magic Abilities es una empresa productora, comercializadora y distribuidora de libros didácticos innovadores, que se enfocan en el desarrollo de la habilidad motriz de los niños, contribuyendo a la generación y el desarrollo de conocimientos que promueven la calidad de vida y la integración de las personas en la sociedad.”

6.8. Visión

Se define como visión a los objetivos y metas realistas que se consideran alcanzar a futuro, motivando a cada uno de sus trabajadores al fortalecimiento y bienestar de la empresa, para lograr eficazmente el posicionamiento en el mercado. A continuación, la visión de la empresa:

“Dentro de 5 años la empresa pretende ser una marca reconocida, que genere confianza en sus clientes, introducir nuevas líneas de productos y expandirse en los diferentes cantones de la provincia de Imbabura y ciudades del país.”

6.9. Objetivos Organizacionales

Son propósitos que una organización pretende alcanzar con todas las personas que la conforman, los cuales son planificados previamente y proyectados a futuro con el fin de alcanzar el éxito de una empresa.

A continuación, los objetivos empresariales de la empresa Magic Abilities:

- Incrementar la participación en nuevos mercados.
- Ofertar productos de calidad.
- Maximizar las utilidades de la empresa.
- Generar alternativas de responsabilidad social con la sociedad y medio ambiente.
- Mantenerse en el mercado mediante la innovación de nuevos productos.

6.10. Valores corporativos

Los valores corporativos se basan en la cultura empresarial, actitudes, costumbres y distintos comportamientos de cada entidad, son importantes para lograr una ventaja competitiva al momento de ser evaluadas, cumpliendo las expectativas tanto de los empleados como de los clientes.

A continuación, los valores corporativos a ser implementados en la empresa Magic Abilities:

Responsabilidad: Los empleados de la empresa deberán comprometerse a cumplir las diferentes normas y parámetros establecidos con el fin de producir y comercializar un producto de calidad para la satisfacción de los clientes.

Honestidad: Los diferentes procesos establecidos en la empresa serán realizados con transparencia, siempre guiados por el camino correcto y anteponiendo la verdad ante cualquier circunstancia.

Innovación: la empresa se sentirá comprometida a capacitar de forma permanente a sus empleados con el fin de lograr mejores resultados en los diferentes métodos y procesos de trabajo para alcanzar la excelencia continua.

Solidaridad: La empresa se sentirá comprometida en todo momento en ayudar a los demás, estarán dispuestos a brindar el apoyo necesario y promover proyectos de integración social que generen desarrollo.

Respeto: Todas las personas deberán mantener una interacción social estable, ser tolerantes, mostrando reciprocidad en cada uno de los actos realizados.

Trabajo en equipo: Los empleados de la empresa aportarán su mayor esfuerzo para cumplir con rectitud todos los procesos para la elaboración y comercialización del producto, aportando conjuntamente a alcanzar los estándares de calidad.

6.11. Principios

Los principios corporativos se encuentran conformados por valores, normas, líneas de trabajo, creencias y filosofía empresarial, ligadas al accionar de la organización y de cada miembro que compone su establecimiento y orientan de mejor manera al accionar de cada individuo.

Responsabilidad social: Magic Abilities estará comprometido a mejorar la calidad de vida de los niños desarrollando sus habilidades motrices, ser responsables de salvaguardar el planeta, implementando programas para el cuidado del medio ambiente.

Integridad: La empresa estará dispuesta a operar correctamente los procesos de diseño y producción para cumplir con todas las normativas emitidas por los organismos de regulación y control para el buen funcionamiento de la empresa con el fin de ofrecer productos de calidad y ganar la confianza de los clientes.

Seguridad y salud en el trabajo: Magic Abilities se compromete a prevenir los accidentes laborales de la empresa, implementando la protección e instalaciones adecuadas para salvaguardar la vida y salud ocupacional.

Calidad: Contar con proveedores que dispongan de insumos de calidad para la realización del producto, con el fin de procurar para el bienestar de cada uno de los consumidores.

6.12. Políticas empresariales

Las políticas empresariales contienen normas y reglas que permiten garantizar el adecuado orden, la credibilidad y buena organización en cada una de las operaciones de la empresa.

En el proyecto se han desarrollado políticas para los clientes, los proveedores, la entidad y el personal.

6.12.1. Política para los clientes

- Ofrecer un óptimo producto y servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.
- La empresa cumplirá los requerimientos previamente acordados con el cliente.
- Brindar un trato justo a todos los clientes, escuchar sus sugerencias, en caso de ser negativas corregirlas inmediatamente.
- Se aceptarán devoluciones del producto, solo en caso de tener errores en su producción.
- Notificar a los clientes sobre retrasos en el proceso de producción o distribución del producto.
- Se atenderá a los clientes en el punto de venta en el que se podrá recibir personalmente o mediante llamadas los pedidos de los clientes de lunes a viernes de 8am a 6pm.

6.12.2. Política para los proveedores

- Fijar acuerdos con proveedores que demuestren su ética profesional, trabajen de manera legal y sean transparentes en la gestión de compras que realizará la empresa.
- Establecer relaciones con proveedores que tengan la capacidad de ofrecer insumos de calidad, para maximizar la satisfacción de los clientes.
- Entablar relaciones mutuas de honestidad con los proveedores.
- Los proveedores deben garantizar el cumplimiento de la entrega de suministros a la hora y fecha señalada.
- Los proveedores de Magic Abilities deben ser evaluados en determinado tiempo mediante criterios establecidos por la empresa, quienes cumplan con esos parámetros serán considerados para compras futuras.

- Todos los acuerdos con los proveedores deberán ser establecidos por escrito y tener las firmas correspondientes del gerente.

6.12.3. Políticas para la entidad

- El proceso de producción, comercialización y distribución se realizará 5 días a la semana de lunes a viernes, en horarios establecidos de 8: H00 a 13 H00 y de 14H00 a 17 H00.
- La elaboración de los productos cumplirá los estándares de calidad, salubridad y seguridad establecidas por los organismos de control.
- Los empleados tendrán un salario y beneficios acordes a la resolución establecida por el Ministerio de Trabajo.
- Se deberá cumplir con todos los requerimientos exigidos por los organismos de regulación y control para el correcto desarrollo de actividades.
- Acatar las órdenes y respetar a la autoridad establecida en la empresa.
- Promover una cultura organizacional para lograr una participación en los diferentes procesos, para alcanzar el logro de los objetivos planteados.

6.12.4. Políticas para el personal

- Los empleados deberán cumplir el reglamento interno otorgado por la empresa.
- Los empleados deberán usar los equipos de protección personales entregados por la empresa durante todas las jornadas de trabajo.
- Los empleados rendirán periódicamente una evaluación de desempeño para verificar el logro de resultados, potenciar las fortalezas y corregir las debilidades en los diferentes procesos.
- La empresa estará comprometida a capacitar a sus empleados con el fin de lograr la mejora continua de sus procesos.

- Los empleados son responsables del cuidado de las instalaciones, maquinaria y equipos de la empresa.

6.13. Niveles administrativos

En las organizaciones se establecen niveles de trabajo con el fin de lograr sus objetivos, mediante una pirámide operacional se establecerá una estructura jerárquica dependiendo de las responsabilidades y las competencias en la toma de decisiones.

La empresa Magic Abilities se dedicará a la producción, comercialización y distribución de libros para niños, se ha considerado establecer niveles administrativos para la adecuada asignación de funciones y responsabilidades.

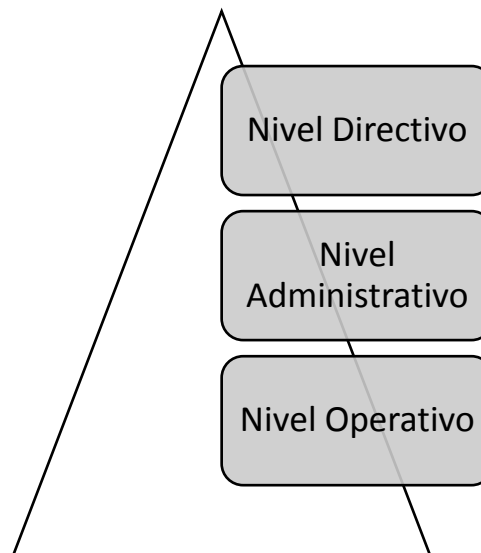


Gráfico N° 41
 Niveles administrativos
 Fuente: Estudio organizativo
 Elaborado por: Los autores 2018

6.13.1. Nivel directivo

El nivel directivo es el encargado de ejercer autoridad sobre los demás niveles controlando el cumplimiento de las normas y reglamentos establecidos, además de la toma de decisiones para la empresa, con el fin de lograr las metas y objetivos planteados, este nivel directivo es unipersonal y se encuentra representado por el gerente de la empresa.

6.13.2. Nivel administrativo

Este nivel cumple las funciones administrativas que se promueven en la entidad, el departamento de contabilidad gestionará todos los movimientos financieros que se realicen en la empresa.

6.13.3. Nivel operativo

El nivel operativo es el proceso de producción en la empresa para la elaboración del producto final, realizarán documentos que respalden la entrada y salida de todo el material necesario para la fabricación y el envío del producto terminado a bodega de manera eficaz a través de las ordenes emanadas de los niveles superiores.

6.14. Estructura administrativa

La estructura organizacional es la adecuada planificación dentro de una organización de la división de tareas, para el adecuado uso de recursos y logro de objetivos de la empresa.

6.14.1. Organigrama estructural

Mediante el organigrama estructural se puede demostrar la división de trabajo jerárquica, en la estructura de la empresa.

A continuación, se presenta el organigrama de Magic Abilities.

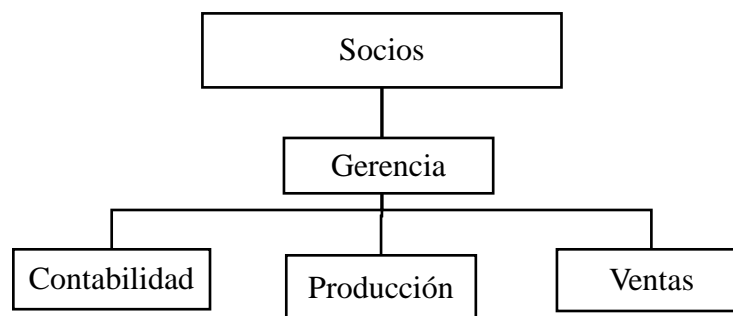


Gráfico N° 42
Organigrama estructural
 Fuente: Estudio organizativo
 Elaborado por: Los autores 2018

6.14.2. Organigrama Funcional

El organigrama funcional es una representación gráfica en una estructura y muestra la actividad que cada empleado realiza dentro de la empresa dependiendo del cargo que ocupa.

Organigrama funcional de MAGIC ABILITIES.

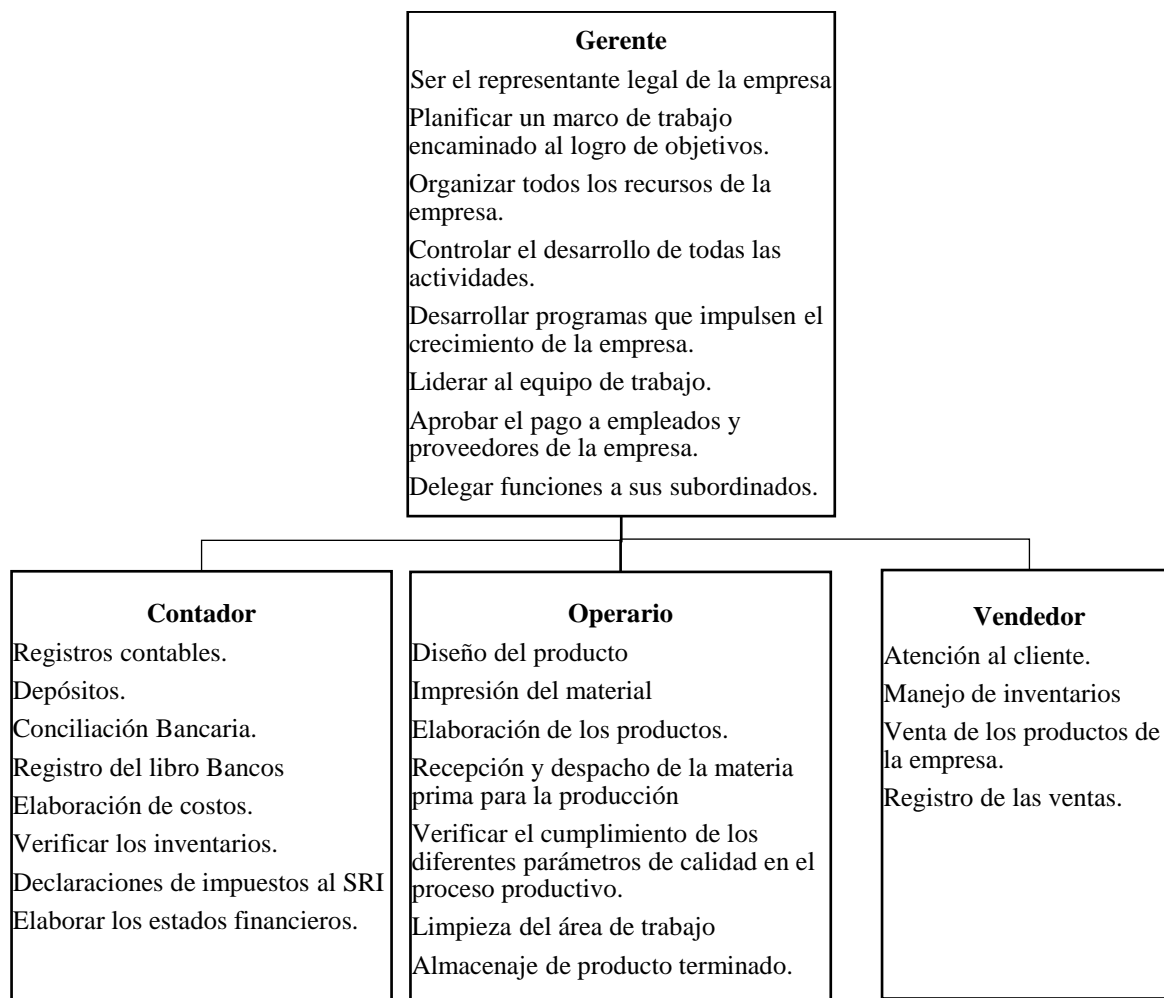


Gráfico N° 43

Organigrama funcional

Fuente: Estudio organizativo



Elaborado por: Los autores 2018

6.15. Manual de funciones



El manual de funciones es un documento y una herramienta que contiene todas las responsabilidades, competencias y perfiles que ejercen cada uno de los empleados en cada área de la empresa para el desarrollo de la gestión y evaluación del desempeño de la empresa.

A continuación, el manual de funciones de la empresa MAGIC ABILITIES:

6.15.1. Manual de funciones del Gerente


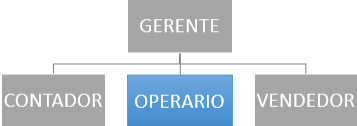
| | | |
|--|--|---------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES MAGIC ABILITIES | CÓDIGO TH - 01 |
| IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO | | |
| DENOMINACIÓN | Gerente | |
| LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA | Ibarra – Ecuador | |
| AMBIENTE DE TRABAJO | Ejecutivo | |
| ÁREA DE GESTIÓN | Administrativa | |
| NIVEL DEL PUESTO | | |
| REPORTA A | Organismos externos de control | |
| SUPERVISAA | Todas las áreas de la empresa | |
| ORGANIGRAMA <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> CONTADOR[CONTADOR] GERENTE --> OPERARIO[OPERARIO] GERENTE --> VENDEDOR[VENDEDOR] </pre> </div> | | |
| MISIÓN Responsible principal de salvaguardar y administrar todos los recursos de “MAGIC ABILITIES”, aplicar políticas institucionales, operativas de la empresa fomentando al desarrollo y logro de objetivos. | | |
| ACTIVIDADES ESENCIALES: <ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal de la empresa • Planificar un marco de trabajo encaminado al logro de objetivos. • Organizar todos los recursos de la empresa. • Controlar el desarrollo de todas las actividades. • Desarrollar programas que impulsen el crecimiento de la empresa. • Liderar al equipo de trabajo. • Aprobar el pago a empleados y proveedores de la empresa. • Delegar funciones a sus subordinados | | |
| REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO | | |
| PREPARACIÓN ACADÉMICA | Título de tercer nivel avalado por la SENESCYT | |
| PROFESIÓN | Ingeniero en Administración de empresas o carreras afines. | |
| EXPERIENCIA | N/A | |
| FORMACIÓN | Conocimientos en planificación estratégica, marketing, comercialización, leyes laborales, tributarias, societarias, trabajo en equipo. | |

Fuente: Estudio organizativo
Elaborado por: Los autores 2018



| | | |
|--|--|---------------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES MAGIC ABILITIES | CÓDIGO TH – 02 |
| IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO | | |
| DENOMINACIÓN | Contador | |
| LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA | Ibarra – Ecuador | |
| AMBIENTE DE TRABAJO | Ejecutivo | |
| ÁREA DE GESTIÓN | Administrativa | |
| NIVEL DEL PUESTO | | |
| REPORTA A | Gerente y Junta de accionistas | |
| SUPERVISA A | Todas las áreas de la empresa | |
| ORGANIGRAMA <div style="text-align: center; margin: 20px 0;">  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> CONTADOR[CONTADOR] GERENTE --> OPERARIO[OPERARIO] GERENTE --> VENDEDOR[VENDEDOR] </pre> </div> | | |
| MISIÓN Proporcionar información útil y oportuna de la información financiera de la empresa para la adecuada toma de decisiones, obrar de buena fe, anteponiendo la ética ante cualquier circunstancia. | | |
| ACTIVIDADES ESENCIALES: <ul style="list-style-type: none"> • Registros contables. • Depósitos. • Conciliación Bancaria. • Registro del libro Bancos • Elaboración de costos. • Verificar los inventarios. • Declaraciones de impuestos al SRI • Elaborar los estados financieros. | | |
| REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO | | |
| PREPARACIÓN ACADÉMICA | Título de tercer nivel avalado por la SENESCYT | |
| PROFESIÓN | Ingeniero o Licenciado en Contabilidad (CPA). | |
| EXPERIENCIA | N/A | |
| FORMACIÓN | Conocimientos en leyes y obligaciones tributarias. Manejo de sistemas Contables, Trabajo en equipo, Proactivo. | |

Fuente: Estudio organizativo

Elaborado por: Los autores 2018

| | | |
|--|---|---------------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES MAGIC ABILITIES | CÓDIGO TH – 03 |
| IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO | | |
| DENOMINACIÓN | Operario | |
| LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA | Ibarra – Ecuador | |
| AMBIENTE DE TRABAJO | Productivo | |
| ÁREA DE GESTIÓN | Proceso de Producción | |
| NIVEL DEL PUESTO | | |
| REPORTA A | Gerente y Contador | |
| SUPERVISA A | Área de diseño y producción. | |
| ORGANIGRAMA <div style="text-align: center; margin: 20px 0;">  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> CONTADOR[CONTADOR] GERENTE --> OPERARIO[OPERARIO] GERENTE --> VENDEDOR[VENDEDOR] </pre> </div> | | |
| MISIÓN Ser un operador de confianza desarrollando todas las actividades del área de diseño y producción, cumpliendo a cabalidad lo encomendado, para el desarrollo de la empresa. | | |
| ACTIVIDADES ESENCIALES: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño del producto • Impresión del material • Elaboración de los productos. • Recepción y despacho de la materia prima para la producción • Verificar el cumplimiento de los diferentes parámetros de calidad en el proceso productivo. • Limpieza del área de trabajo • Almacenaje de producto terminado. | | |
| REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO | | |
| PREPARACIÓN ACADÉMICA | Tecnólogo | |
| PROFESIÓN | Tecnólogo en diseño y producción | |
| EXPERIENCIA | N/A | |
| FORMACIÓN | Conocimientos básicos en diseño, impresión, serigrafía, trabajo en equipo, uso de maquinaria. | |


Fuente: Estudio organizativo
Elaborado por: Los autores 2018

| | | |
|--|---|---------------------------------|
|  | MANUAL DE FUNCIONES MAGIC ABILITIES | CÓDIGO TH – 04 |
| IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO | | |
| DENOMINACIÓN | Vendedor | |
| LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA | Ibarra – Ecuador | |
| AMBIENTE DE TRABAJO | Administrativo | |
| ÁREA DE GESTIÓN | Administrativa | |
| NIVEL DEL PUESTO | | |
| REPORTA A | Gerente, Contador y Operarios | |
| SUPERVISA A | Área de Ventas | |
| ORGANIGRAMA  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> CONTADOR[CONTADOR] GERENTE --> OPERARIO[OPERARIO] GERENTE --> VENDEDOR[VENDEDOR] </pre> | | |
| MISIÓN Lograr el mayor volumen en ventas y generar satisfacción al cliente al momento de su compra. | | |
| ACTIVIDADES ESENCIALES: <ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente. • Manejo de inventarios • Venta de los productos de la empresa. • Registro de las ventas en el sistema. | | |
| REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO | | |
| PREPARACIÓN ACADÉMICA | Bachiller | |
| PROFESIÓN | N/A | |
| EXPERIENCIA | N/A | |
| FORMACIÓN | Conocimientos básicos en Excel, Ventas, atención al cliente, promover el trabajo en equipo, responsabilidad y honestidad. | |

Fuente: Estudio organizativo
 Elaborado por: Los autores 2018


6.16. Manual de procedimientos

6.16.1. Procedimiento de adquisición de materiales

| | | |
|--|---|------------------------------|
|  | PROCEDIMIENTO DE ADQUISICIÓN DE MATERIALES | Proceso Operativo |
| | | 01 |
| <p>1. PROPÓSITO Tener a disposición los materiales necesarios para la producción de libros a ofertar en el mercado.</p> <p>2. ALCANCE Aplica el procedimiento para producción y bogada de Magic Abilities.</p> <p>3. RESPONSABILIDAD El jefe de producción debe llevar un Kardex de materiales; cuando en stock tenga el 20% hará la requisición de los insumos para la fabricación del producto.</p> <p>4. METODOLOGÍA El proceso de adquisición de materiales en “Magic Abilities” tiene los siguientes pasos</p> <p>4.1. Proceso de Adquisición de materia prima</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificar el stock de materiales este cerca del 20% • Elaborar la requisición de compra de implementos necesarios para la fabricación del producto final. • Revisar la orden de requisición. • Obtener proformas de los materiales a comprar. • Enviar a contabilidad la información de la orden de compra. • Realizar la solicitud de compra desde contabilidad a gerencia. • Firmar la solicitud de compra por parte del gerente. • Enviar a contabilidad para proceder a la adquisición de materiales. • Recibir el material por parte del encargado de producción. • Revisar que se encuentre todo en perfectas condiciones, realizar la actualización de Kardex y almacenar. • Enviar a contabilidad el recibí conforme para proceder el pago. • Pagar y archivar los documentos de compra. | | |

Fuente: Estudio organizativo
Elaborado por: Los autores 2018


6.16.2. Procedimiento de producción

| | | |
|---|------------------------------------|--------------------------|
|  | PROCEDIMIENTO DE PRODUCCIÓN | Proceso operativo |
| | | 02 |
| <p>1. PROPÓSITO</p> <p>Detallar la información necesaria para la producción de libros.</p> <p>2. ALCANCE</p> <p>Aplica el procedimiento para producción y bogada de Magic Abilities.</p> <p>3. RESPONSABILIDAD</p> <p>Los responsables serán todas las personas que trabajen en la empresa “Magic Abilities” desde el Gerente hasta el personal de ventas.</p> <p>4. METODOLOGÍA</p> <p>El proceso de adquisición de materiales en “Magic Abilities” tiene los siguientes pasos</p> <p>4.1. Proceso de Producción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de la orden de producción. • Elaborar la requisición de materiales para la fabricación de los libros. • Diseño y elaboración de libros. • Proceso de pintura y secado. • Verificar calidad del producto. • Encuadernar y enfundar. • Realizar acta de entrega al punto de venta. • Revisar el pedido; si está completo envía el recibí conforme, caso contrario envía el porcentaje de libros faltantes. • Entregar el pedido al cliente o colocar en vitrinas para la venta al público. | | |


Fuente: Estudio organizativo

Elaborado por: Los autores 2018

6.16.3. Procedimiento de venta del producto

| | | |
|--|--|-------------------------------|
|  | PROCEDIMIENTO DE VENTA DEL PRODUCTO | Proceso Administrativo |
| | | 03 |
| <p>1. PROPÓSITO</p> <p>Realizar la venta de libros didácticos para desarrollar la motricidad fina con los sustentos tributarios necesarios.</p> <p>2. ALCANCE</p> <p>Aplica el procedimiento al área de ventas y contabilidad.</p> <p>3. RESPONSABILIDAD</p> <p>Los responsables serán los encargados del departamento de contabilidad y ventas de la empresa “Magic Abilities”.</p> <p>4. METODOLOGÍA</p> <p>El proceso de venta del producto final que oferta “Magic Abilities” tiene los siguientes pasos</p> <p>4.1. Proceso de Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atender al cliente y escuchar las necesidades • Verificar si existe disponibilidad del producto, si pasa a elegir el producto, caso contrario se envía el requerimiento a producción. • Elaboración de factura con los datos del cliente. • Firma el cliente de recibido conforme. • Se envía la factura al registro de ingresos y gastos para declaración de impuestos posteriores. | | |

6.16.4. Procedimiento de pago de impuestos

| | | |
|---|---|-----------------------------------|
|  | PROCEDIMIENTO DE PAGO DE IMPUESTOS | Proceso Administrativo |
| | | 04 |
| <p>1. PROPÓSITO Calcular y cancelar los impuestos tributarios en el tiempo adecuado para evitar multas con las entidades de control.</p> <p>2. ALCANCE Aplica el procedimiento al pago de impuestos que se deben realizar por parte del área contable.</p> <p>3. RESPONSABILIDAD El responsable es el encargado del departamento de contabilidad de la empresa “Magic Abilities”.</p> <p>4. METODOLOGÍA Los impuestos que se deban calcular y cancelar Impuesto al Valor Agregado (semestral) Impuesto a la renta (anual)</p> <p>4.1. Proceso de pago de impuestos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el registro de ingresos y gastos • Identificar las fechas de declaración y pago de impuestos • Ingresar al portal del SRI – declaración de impuestos • Elegir el impuesto a pagar • Ingresar los valores del registro de ingresos y gastos. • Verificar si tiene impuestos a pagar o crédito tributario. • Guardar e imprimir los comprobantes para sustento del contador. • Pagar impuesto • Archivar documentos. | | |

Fuente: Estudio organizativo
Elaborado por: Los autores 2018

6.17. Constitución de la empresa.

Para que MAGIC ABILITIES pueda ejercer sus actividades comerciales y de producción debe cumplir permisos de funcionamiento legales que lo emiten diferentes organismos públicos para constituirse legalmente como una microempresa.

6.18. Permisos de funcionamiento.

Para el cumplimiento de constituirse legalmente la empresa obtendrá los siguientes permisos en el municipio de la ciudad de Ibarra:

6.18.1. Requisitos para el registro único de contribuyente (RUC)

- Copia de cédula del representante de la empresa.
- Copia de la papeleta de votación actual.
- Comprobante de servicios básicos.

6.18.2. Requisitos para la patente municipal

- Copia de Ruc.
- Copia de la cédula del representante legal de la empresa.
- Copia de la papeleta de votación actual
- Formulario lleno del tipo de negocio.
- Recibo del pago actualizado del impuesto predial.
- Formulario de la declaración de impuesto de patente.

6.18.3. Requisitos de la licencia de funcionamiento anual.

- Copia del del pago de patente.
- Permiso del uso de suelo.
- RUC.
- Formulario debidamente llenado de la solicitud de autorización firmado por el representante legal.

6.18.4. Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

- Emitir una solicitud para la inspección del local.
- Presentar el informe favorable de la inspección del local.
- Comprobante de la copia del RUC.

6.19. Reglamento interno de la microempresa “Magic Abilities”.

La Empresa “MAGIC ABILITIES”, legalmente constituida, con domicilio en la ciudad de Ibarra, según dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y para efectos legales, aplicará las disposiciones del reglamento interno en su matriz con el carácter de obligatorio para todos los trabajadores de la empresa.

Objeto social del reglamento.

Art 1.- **OBJETO GENERAL.** – El presente reglamento tiene como objetivo establecer las normas y disposiciones necesarias, las cuales se consideren justas tanto para el empleador como para los trabajadores en el cumplimiento de todas las disposiciones legales.

Generalidades.

Art 2.- **Conocimiento y difusión.** - Magic Abilities dará a conocer y difundir el reglamento interno a los trabajadores, colocando un ejemplar el cual sea visible en cada una de las áreas de la empresa.

Art 3.- **Órdenes.** - Mediante el organigrama estructural establecido por la empresa y en apego a la ley se deberá obediencia y respeto a las jerarquías superiores, deberán cumplir sus obligaciones verbales o por escrito con responsabilidad.

Representante Legal.

Art 4.- El gerente general de “MAGIC ABILITIES” es la máxima autoridad, tiene la facultad supervisar a la empresa y a los empleados y también de promover y remover empleados en base a lo establecido en la normativa legal.

Contratación de talento humano.

Art 5.- Son trabajadores de “MAGIC ABILITIES” las personas que cumplen con los requisitos de ingreso, selección y presten sus servicios bajo relación de dependencia en las diferentes actividades de las áreas de la empresa.

Art.6.- Los aspirantes con el fin de prestar sus servicios a “MAGIC ABILITIES” deberán presentar:

- a) Original y Copia de la cédula de identificación (certificada por la notaria del cantón)
- b) Original y Copia de la papeleta de votación del último sufragio.
- c) Tres fotos tamaño carné.
- d) Récord policial notariado.
- e) Estudios realizados, que estén avalados por las diferentes instituciones y notariados para su validación.
- f) Certificados de trabajo y honorabilidad.
- g) Número de cuenta bancaria.
- h) Certificado médico otorgado por un establecimiento público.

Horarios y jornadas de trabajo.

Art 7.- Los empleados de “MAGIC ABILITIES” se sujetarán a lo dispuesto en la ley y al reglamento impuesto por la empresa cumpliendo con responsabilidad y puntual los horarios establecidos.

Se considera hábiles todos los días del año, excepto los feriados, celebraciones cívicas o nacionales, o que sean de obligatorio descanso y se encuentren legalmente establecidos en el código de trabajo.

Art 8.- La jornada de trabajo normal de Magic Abilities es de 8H00 a 12H00 y de 13H00 a 17 H00, de lunes a viernes

Del trabajo suplementario o horas extraordinarias.

Art 9.- La empresa tiene la facultad de establecer horarios especiales, cuando la necesidad de trabajo lo requiera, sin alterar la normativa legal vigente.

Art 10.- Las horas suplementarias no deberán exceder de 4 horas diarias, ni de 12 horas en la semana, se le deberá compensar económicamente al trabajador según los establecido en la normativa legal.

De la asistencia y puntualidad.

Art 11.- Todos los trabajadores firmarán en una hoja de asistencia su hora de llegada y de salida según la jornada diaria de trabajo establecido.

Art 12.- Ningún trabajador puede dejar su puesto de trabajo siempre y cuando exista una causa la cual sea justificable y en caso de ser por enfermedad deberá presentar el debido certificado médico.

De las vacaciones, licencias y permisos.

Art 13.- Las vacaciones son obligatorias para todos los empleados que ha cumplido el año de labores de la empresa. El empleado tendrá derecho a gozar de 15 días de vacaciones, estas vacaciones serán remuneradas según lo establece el código de trabajo en el Art 69.

Art 14.- MAGIC ABILITIES concederá permisos y licencias en las siguientes circunstancias:

- a) Por enfermedad.
- b) Por maternidad.
- c) Licencia por paternidad.
- d) Calamidad doméstica.

Obligaciones del Empleador.

Art 15.- Proporcionar la maquinaria, herramientas y equipo necesario para el proceso de producción.

Art 16.- Implementar programas de seguridad laboral, proveer equipos de protección personales (EPP's), con el fin de minimizar los riesgos de accidentes.

Art 17.- Promover capacitaciones a los trabajadores para el mejoramiento de la empresa.

Obligaciones del Trabajador.

Art 18.- Guardar confidencialidad de los procesos y diferentes actividades de la empresa.

Art 19.- Cumplir responsablemente las ordenes de las diferentes autoridades

Art 20.- Realizar el trabajo conforme a los procedimientos y normas establecidas en la empresa.

Art 21.- Asistir puntualmente a la jornada de trabajo, conferencias o capacitaciones que la máxima autoridad ordene.

Art 22.- Proporcionar la información que el gerente requiera de forma útil, correcta y oportuna.

Art 23.- Mantener limpias todas las instalaciones y corredores de la empresa y cuidar de los equipos y maquinarias

Art 24.- Crear un ambiente de amabilidad y trabajo en equipo, evitar rumores que alteren el equilibrio de los trabajadores.

De las prohibiciones a los empleados.

Art 25.- Incluidas las del art. 46 del código de trabajo, se consideran prohibiciones:

- a) El mal uso de los bienes de la institución, sin la autorización respectiva.
- b) Fumar, ingerir bebidas alcohólicas dentro de la empresa.
- c) Hacer mal uso del internet de la empresa y teléfonos celulares en horarios de trabajo.
- d) Asistir al trabajo bajo el efecto de sustancias psicotrópicas.
- e) Ser partícipes de escándalos dentro de la institución.
- f) Propagar rumores falsos que afecten la integridad de la empresa o de algún empleado.
- g) Ingerir alimentos en los diferentes puestos de trabajo.
- h) Falsificación de documentación requerida por el gerente u otras áreas de la empresa.
- i) Abandonar el puesto de trabajo, sin cumplir la jornada diaria laboral.

De las faltas Leves y graves.

Art 26. Según el código de trabajo es falta leve afectar a la operación y las diferentes actividades de la empresa.

Art 27. Se consideran faltas graves las que afecten a la moral, el respeto y la integridad de las personas, no acatar la autoridad del gerente, afectar a la empresa y a los clientes, la entidad tiene por autorización dar por terminado el contrato de trabajo, cumpliendo con el trámite legal de visto bueno.

Art 28.- La Junta de accionistas y el gerente de MAGIC ABILITIES realizarán la respectiva sesión para considerar una falta leve o grave, previamente conociendo todos los detalles de algún caso que afecte a la institución.

De los reclamos.

Art 29.- El empleado está en su derecho en el caso de sentirse afectado por algún problema o proceso de la empresa de presentar su queja verbal o por escrito a la máxima autoridad legal de la empresa.

CAPÍTULO VII

7. ESTUDIO DE IMPACTOS

7.1. Introducción

En este capítulo se realizará la proyección del comportamiento de los distintos factores internos y externos que podrían afectar a la puesta en marcha de la empresa o en el transcurso de este; se identificará las consecuencias positivas y negativas a través de la evaluación de impactos empresariales, económicos, educativos, sociales y ambientales que se consideran importantes para la implementación del proyecto.

7.2. Objetivo general

Determinar los impactos positivos y negativos en el ámbito; educativo, social, económico, cultural y ambiental mediante la utilización de técnicas de investigación que permita mitigar los efectos negativos y potencializar los posibles efectos positivos que se generen de la ejecución del proyecto.

7.3. Evaluación de impactos

Para la realización del proyecto es necesario una matriz de valoración de impactos, que ayude a: evaluar, tabular y analizar los indicadores establecidos; se utilizará ponderación alta, media y baja en forma positiva y negativa en la siguiente escala.

7.3.1. Matriz de valoración de impactos

Tabla N° 109

Matriz de valoración de impactos

| Nivel de impacto | Negativo | | | No existe impacto | Positivo | | |
|---------------------|----------|-------|------|-------------------|----------|-------|------|
| | Alto | Medio | Bajo | | Bajo | Medio | Alto |
| Calificación | - 3 | - 2 | - 1 | 0 | + 1 | + 2 | + 3 |

Fuente: Estudio de impactos

Elaborado por: Los autores 2018

La matriz tiene valoración de -3 al -1 se utiliza para impactos negativos y del 1 al 3 para positivos, en el caso de no existir incidencia tendrá una valoración de 0.

7.4. Impacto empresarial

El impacto empresarial es la variación positiva o negativa de los aspectos sociales, económicos que le interesan a la empresa directamente.

Tabla N° 110
Matriz de impacto empresarial

| INDICADOR | NIVEL DE IMPACTO EMPRESARIAL | | | | | | | TOTAL |
|---|------------------------------|----|----|---|---|---|---|-------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Fortalecimiento productivo de la provincia | | | | | | | X | 3 |
| Impulso a emprendimientos | | | | | | | X | 3 |
| Crecimiento del sector comercial | | | | | | X | | 2 |
| Adecuado uso de los recursos | | | | | | X | | 2 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 | 10 |

Fuente: Estudio de impactos
Elaborado por: Los autores 2018

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de indicadores}} = 10 / 4 = 2,5 \text{ Impacto positivo alto}$$

7.4.1. Análisis del impacto empresarial

La puesta en marcha de la empresa ayudará al fortalecimiento y crecimiento productivo de la provincia; además; colaborará con el desarrollo del país en aspectos económicos como: la reactivación monetaria, pago de impuestos, entre otros., en el social se otorgará empleo a personas de la sociedad.

Las instituciones financieras ofertan créditos a bajas tasas de interés con la finalidad de que el emprendedor se opte por implementar nuevos negocios que generen rentabilidad tanto para él y consecuentemente para el estado.

La creación de negocios innovadores fomenta la matriz productiva del país debido al crecimiento del sector comercial que existe en la ciudad.

Al empezar el proyecto será difícil la utilización adecuada de los recursos materiales debido al desconocimiento del proceso de producción; sin embargo, el uso eficiente de la mano de obra y el capital financiero se puede establecer como una valoración de 2 positivo en la matriz de impactos.

7.5. Impacto económico

El impacto económico es la variación positiva o negativa en el ámbito financiero, laboral entre otros que afectan directamente a la empresa y al país.

Tabla N° 111
Matriz de impacto económico

| INDICADOR | NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO | | | | | | | TOTAL |
|--|----------------------------|----|----|---|---|---|---|-------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Desarrollo económico | | | | | | | X | 3 |
| Disminución de la tasa de desempleo | | | | | X | | | 1 |
| Aumento de ingresos monetarios para el emprendedor | | | | | | | X | 3 |
| Reinversión de utilidades | | | | | | X | | 2 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 6 | 9 |

Fuente: Estudio de impactos
Elaborado por: Los autores 2018

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de indicadores}} = 9 / 4 = 2,25 \text{ Impacto positivo medio}$$

7.5.1. Análisis del impacto económico

La creación de microempresas permitirá establecer crecimiento económico para el emprendedor debido a las ganancias que obtendrá el proyecto al finalizar cada periodo productivo.

La implementación del proyecto fomentará el empleo de forma directa e indirecta porque se va a contratar personal para el proceso de producción y a transportistas para el traslado del producto final; aunque en pequeña escala debido a que se trata de una microempresa.

El conocimiento de la normativa tributaria contable ayudará al empresario a evitar las sanciones establecidas por las entidades de control.

Con las ganancias obtenidas a lo largo de periodos de tiempo establecidos se puede analizar la opción de reinvertir las utilidades en el tamaño de la empresa, activos fijos para la producción con la visión de crecer la organización.

7.6. Impacto educativo

El impacto educativo es la variación positiva o negativa de la adquisición de conocimientos, habilidades y aprendizaje que tiene el estudiante.

Tabla N° 112
Matriz de impacto educativo

| INDICADOR | NIVEL DE IMPACTO EDUCATIVO | | | | | | | TOTAL |
|------------------------------|----------------------------|----|----|---|---|---|---|-------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Guía de aprendizaje | | | | | | | X | 3 |
| Desarrollo de habilidades | | | | | | | X | 3 |
| Adquisición de conocimientos | | | | | | | X | 3 |
| Idea de emprendimiento | | | | | | X | | 2 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 | 11 |

Fuente: Estudio de impactos
Elaborado por: Los autores 2018

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de indicadores}} = 11 / 4 = 2,75 \text{ Impacto positivo alto}$$

7.6.1. Análisis del impacto educativo

La producción de libros para la motricidad tiene como finalidad ayudar al niño a conocer diversos aspectos educativos como números, letras, entre otros. El desarrollo de habilidades que logran adquirir al momento de empezar a raspar las hojas debido al movimiento de los dedos.

Se puede obtener conocimientos que ayuden a la formación escolar de cada estudiante, debido a que en el interior de cada hoja se obtendrá operaciones matemáticas, sopas de letras y más. Los tres indicadores se calificaron como alto positivo porque el proyecto fomentará el desarrollo de estos parámetros.

El establecimiento de la idea del emprendimiento será de ayuda para lograr independencia profesional, lo cual generará oportunidades de empleo y así disminuir la tasa de desempleo del país.

7.7. Impacto Social

Se conoce como impacto social a los cambios o alteraciones que se producen en la sociedad, consecuencia de la implementación de un proyecto, la empresa es la responsable de mejorar las relaciones con la comunidad afectada.

Tabla N° 113
Matriz de impacto social

| INDICADOR | NIVEL DE IMPACTO SOCIAL | | | | | | | TOTAL |
|------------------------------|-------------------------|----|----|---|---|---|---|-------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Atención del Cliente | | | | | | | X | 3 |
| Mejora en la calidad de vida | | | | | | | X | 3 |
| Desarrollo de Políticas | | | | | | X | | 2 |
| Estabilidad Laboral | | | | | X | | | 1 |
| TOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 6 | 9 |

Fuente: Estudio de impactos
Elaborado por: Los autores 2018

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de indicadores}} = 9 / 4 = 2,25 \text{ Impacto positivo medio.}$$

7.7.1. Análisis del impacto Social

Magic Abilities considera que el cliente es lo primero y el vendedor de la empresa se encontrará capacitado para ofrecer un buen servicio en la venta del producto, se ha valorado con positivo alto porque al cliente hay que darle lo que espera para satisfacerlo.

La calidad de vida de las personas mejorará ya que influirá en los usuarios de los libros que son niños, aprenderán más y desarrollarán su creatividad, habilidades motrices, lo que causará también satisfacción en los padres por eso se ha valorado con positivo alto, por las características que el producto ofrece.

Se ha valorado con 1 a la estabilidad laboral, por qué depende del trabajador mantenerse en la empresa, ser responsable y cumplir con las ordenes de sus autoridades, la empresa no despedirá a nadie que realice de la mejor manera su trabajo, los trabajadores representan a la marca y si se ofrece un producto y servicio de calidad, la organización crecerá y será reconocida en la ciudad.

7.8. Impacto Ambiental

El impacto ambiental es la alteración causada por el ser humano a través de una actividad o proyecto en marcha, es importante evaluar los niveles de riesgo y minimizarlos, con el fin de ser responsables con el entorno.

Tabla N° 114
Matriz de impacto Ambiental

| INDICADOR | NIVEL DE IMPACTO SOCIAL | | | | | | | TOTAL |
|--|-------------------------|----|----|---|---|---|---|-------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Reciclaje | | | | | | | X | 3 |
| Contaminación | | X | | | | | | -2 |
| Responsabilidad Social con el medio ambiente | | | | | | | X | 3 |
| Ruido | | | | | X | | | 1 |
| TOTAL | 0 | -2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 6 | 5 |

Fuente: Estudio de impactos
Elaborado por: Los autores 2018

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de impacto}}{\text{N° de indicadores}} = 5 / 4 = 1,25 \text{ Impacto positivo bajo}$$

7.8.1. Análisis del impacto ambiental.

Se ha valorado con alto positivo al reciclaje por que la empresa promueve una cultura ambiental y al ser una empresa comercializadora y productora de libros se debe tener conciencia del uso de la materia prima con la cual se trabaja, la empresa promueve como alternativas de reciclaje la clasificación de desechos con el fin de ser reutilizados.

La calificación de -2 en la contaminación es debido al proceso de producción, la empresa se encuentra consciente de los materiales con los que se fabricará el producto los cuales perjudican al entorno.

La responsabilidad social con el medio ambiente se ha calificado con alto positivo, porque la empresa voluntariamente pretende unirse a campañas que incentiven el compromiso con la naturaleza, promoviendo el uso adecuado de los recursos naturales.

El ruido ha sido calificado con la valoración de 1, ya que se considera que el nivel de ruido de la maquinaria es moderado durante la jornada laboral, lo cual no generará problemas.

7.9. Impacto general

La evaluación de los impactos empresarial, económico, educativo, social permiten conocer los beneficios y riesgos que tendrá la puesta en marcha del proyecto.

Tabla N° 115
Matriz de impacto general

| DETALLE | NIVEL DE IMPACTO SOCIAL | | | | | | | TOTAL |
|----------------------------|-------------------------|----|----|---|---|---|---|-------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| Impacto empresarial | | | | | | | X | 3 |
| Impacto económico | | | | | | X | | 2 |
| Impacto educativo | | | | | | | X | 3 |
| Impacto social | | | | | | X | | 2 |
| Impacto ambiental | | | | | X | | | 1 |
| TOTAL | 0 | -0 | 0 | 0 | 1 | 4 | 6 | 11 |
| PROMEDIO | | | | | | | | 2,2 |

Fuente: Estudio de impactos
Elaborado por: Los autores 2018

7.9.1. Análisis de impacto general

Los impactos analizados del proyecto mediante la matriz de evaluación arrojaron un resultado medio positivo favorable para la viabilidad de la empresa.

El impacto empresarial tiene una calificación de alto positivo debido a que la implementación de nuevos negocios MYPIMES generan competencia y crecimiento productivo desarrollando productos de calidad; al igual que; el educativo promueve la adquisición de conocimiento y habilidades motrices.

El impacto económico otorga un resultado medio positivo porque genera ingresos para los emprendedores y con la reinversión de la maquinaria se logra posicionar el mercado local y nacional; además, en las mismas condiciones se valoró el social porque al gestionar e implementar la empresa se busca la satisfacción de necesidades los consumidores y así mantener relaciones de armonía con los diferentes grupos de interés que se encuentran en la

sociedad, esto servirá para aprovechar las oportunidades que el mercado ofrezca, actuando de manera responsable y sin causar ningún daño a terceros.

Los indicadores del impacto ambiental determinaron un resultado de bajo positivo, debido a que para la fabricación del producto se necesita de la materia prima directa que es el papel, pero se ha propuesto alternativas con el fin de minimizar el daño al medio ambiente como la utilización de reciclaje.

CONCLUSIONES

- El estudio de diagnóstico situacional se realizó mediante la investigación y el análisis de las variables demográficas, geográficas, económicas, culturales; la situación del mercado determinó que la ubicación estratégica donde se va a instalar el proyecto favorece la creación la empresa.
- En el marco teórico se realizó la investigación bibliográfica, científica y linkografica con el fin de contar con un mayor conocimiento de los términos que sustentan el proyecto. El capítulo se dividió en tres aspectos: generales, específicos y técnicos; los conceptos más relevantes son motricidad fina, psicología infantil, serigrafía, entre otros que se utilizan para reforzar el conocimiento del estudiante y lector.
- Luego de haber realizado el análisis del estudio de mercado se determinó que en la ciudad de Ibarra existe demanda insatisfecha, debido a que los productos que se ofertan en las papelerías y librerías no cumplen con los requerimientos que cada padre familia desea para el desarrollo motriz de sus hijos de 6 a 8 años de edad. Además, se logró conocer el lugar de ventas que prefiere el comprador, el precio que están dispuestos a pagar, el tamaño y contenido que deben tener los libros para niñas y niños; las formas de publicidad, promoción, comercialización y distribución; estos son factores de vital importancia para la satisfacción del cliente.
- Mediante el estudio técnico se pudo definió el lugar óptimo para la instalación de la empresa, se determinó el tamaño del proyecto el cual fue importante para conocer la capacidad instalada del negocio, de tal forma que, se proyecta producir 40 libros semanales en una jornada laboral diaria de 8 horas de lunes a viernes. Se fijó el precio de venta inicial al público para el producto en \$12,50 dólares con un margen de contribución del 35%. Finalmente se estableció el financiamiento necesario para poner en marcha el proyecto con un monto de \$ 6.778,55 dólares americanos, los 2 accionistas

aportarán el 56% en partes iguales es decir \$ 1.889,28 y el porcentaje restante de \$ 3.000,00 dólares se obtendrán a través de un microcrédito.

- Por medio del estudio financiero se estableció que la empresa debe producir y vender como mínimo 998 unidades a un precio de \$12,50 dólares la unidad para cubrir los costos y gastos que se realicen en el proceso, la producción adicional al punto de equilibrio corresponde a las utilidades de la empresa; la evaluación del VAN \$3.641,69, TIR 34,81% y la TIR descontada 17,49%, el Costo de oportunidad 14,54%, TRM 17,32% son superiores a la tasa referencial para inversiones a plazo fijo establecida por el Banco Central del Ecuador 5,98%, el Costo/Beneficio es de \$ 1,12, periodo de recuperación es menor a tres años; lo cual se estableció que el plan es viable desde el punto de vista financiero.
- Se estableció la propuesta de una estructura organizacional, filosofía empresarial, políticas, manuales de funciones, procedimientos y reglamentos, acorde a las necesidades del proyecto denominado “Magic Abilities” para la correcta gestión de la empresa direccionados a lograr los objetivos planteados, además, se conocen los diferentes requisitos para constituir legalmente de la empresa; lo que conlleva a evitar multas y sanciones por las entidades de control.
- Para el proyecto de estudio se estableció el análisis de los siguientes impactos: empresarial, económico, educativo, social, los cuales después de la valoración correspondiente se calificó como medios y altos positivos debido a la incidencia que tiene la empresa en la economía; mientras que el ambiental obtuvo como resultado bajo positivo, debido a la utilización de hojas de papel lo cual afecta al ecosistema.

RECOMENDACIONES

- Mediante los resultados obtenidos, es factible recomendar la creación y puesta en marcha de una microempresa de producción y comercialización de libros didácticos que ayuden a desarrollar la motricidad fina en niños de 6 a 8 años, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, es una buena oportunidad de inversión y existe acogida por los consumidores, este proyecto reducirá el uso desmedido de los celulares por parte de los niños guiándoles positivamente al desarrollo de conocimientos y habilidades motrices.
- Se sugiere la utilización de fuentes bibliográficas y científicas presentadas en el documento y otras que ayuden a la ejecución del proyecto y faciliten la comprensión de los diferentes términos al lector.
- Se recomienda utilizar las estrategias de comercialización propuestas, apegadas a los resultados obtenidos en las encuestas con el fin de tener aceptación de los clientes y posicionamiento en mercado. Además, cumplir con las ofertas y promociones planteadas en el estudio de mercado.
- Cada uno de los procesos de producción deben ser supervisados de tal manera que se aproveche al máximo la capacidad productiva de la empresa, monitorear el uso adecuado de los recursos de la empresa con el fin evitar costos innecesarios, realizar los diferentes mantenimientos a la maquinaria y equipos para mitigar y eliminar riesgos.
- De acuerdo a los resultados del estudio financiero, se recomienda la implementación de la empresa dado que los resultados de la evaluación financiera, el proyecto es factible; además, el nivel de rentabilidad permitirá que la inversión inicial se recupere antes del tercer año de vida del proyecto.

- Es necesario cumplir y respetar la jerarquía de las diferentes autoridades, todas las obligaciones políticas y reglamentos establecidos por la empresa con el fin de cumplir con los objetivos planificados; además, es recomendable contratar a un asesor legal para la constitución legal de la empresa y así evitar problemas con los diferentes organismos de control.
- Con el análisis y los resultados obtenidos del estudio de los impactos desarrollados en el proyecto, es necesario mitigar los resultados negativos y planificar propuestas que mejoren el proyecto en favor de la empresa, sociedad y medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajenjo, A. (2005). *Dirección y Gestión de proyectos* (Segunda Ed). MADRID: Alfaomega.
- Alvarado, V. (2016). *Ingeniería de costos* (Primera ed). México: GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- Arnold, T., Castro, P., & Verdugo, M. (2008). *Conceptos básicos de ciencia, tecnología e innovación*. (B. Gonzáles, Ed.) (Primera ed). Santiago de Chile: Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnología. Recuperado a partir de <http://www.conicyt.cl/regional/files/2012/10/manual-conceptos-basico-cyti.pdf>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (Séptima ed). México: Mc Graw Hill.
- Baca Urbina, G. (2011). *Evaluación de proyectos* (Séptima ed). México D.F.: McGraw-Hill.
- Barbosa, H. (2017). Second Onternational Conference Art, Illustration and Visual Culture in Infant and Primary Education. *Procesos creativos e discursos culturales orientados a la infancia, 1*, 363. Recuperado a partir de <http://congresoarteilustracion.web.ua.pt/wp-content/uploads/2012/12/proceedingsAICVEIP.pdf#page=198>
- Barraco, N. (2015). Motricidad y movimiento. Recuperado a partir de <https://sites.google.com/site/noelianona2011/motricidad-y-movimiento>
- Becerra, F., Cárdenas, D., Castrillón, Ó., García, A., Giraldo, J., Ibarra, S., ... Zapata, A. (2008). *Gestión de la producción: una aproximación conceptual* (Primera ed). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Unibiblos.
- Burbano, J. (2011). *Presupuestos, Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos*. (Cuarta edi). Bogotá: Mc Graw Hill.
- Cambursano, S., & Andrada, S. (2013). *La enseñanza de la psicología en las ciencias de la educación* (Primera ed). Argentina: Editorial Brujas.
- Céspedes, A. (2008). *Principios de mercadeo* (Quinta edi). Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Chain, N. S., & Chain, R. S. (2008). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos* (Quinta edi). Bogotá: McGraw-Hill.
- Chimbolema, M. (2015). Motricidad infantil. Recuperado a partir de

<http://marthachimbolema.blogspot.com/2012/04/concepto.html>

- Collazos, J. (2016). *Evaluación empresarial de proyectos* (Segunda ed). Lima: San Marcos.
- De frascati, M. (1994). *Innovación: un factor clave para la competitividad de las empresas*. (Madrid-CEOE, Ed.) (Primera ed). Madrid: Datagrafic, S.L.
- Díaz Moreno, H. (2011). *Contabilidad General* (Tercera ed, Vol. 516). Colombia: PERSON EDUCACIÓN.
- Díazgranados, F. I. (2007). Los niños y las familias frente a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (tics).
- Fierro, A. (2015). *Contabilidad General (enfoque NIIF para las pymes)* (Quinta edi). Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Figueroa, M. (2017). Abuso de pantallas táctiles causa fallas motrices en niños. Recuperado a partir de https://www.nacion.com/tecnologia/abuso-de-pantallas-tactiles-causa-fallas-motrices-en-ninos/DJDNXSHOAZG4FL6CE6LYYRSQ74/story/?fbclid=IwAR0PyEIOkD8nekjTPkxDdECTwv-gT8dQnpB4gVdwUG2Z60zcdEovcqPn_r8
- Flórez, J. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME* (Segunda ed). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Flórez, J. (2015). *Plan de negocios para pequeñas empresas* (Segunda ed). Bogotá: Ediciones de la U.
- Franklin, E. (2014). *Organización de empresas* (Cuarta edi). México: Mc Graw Hill.
- Gaither, N., & Frazier, G. (2000). *Administración de producción y operaciones*. (K. ZumBahlen, Ed.) (Octava edi). México D.F.: Thomson learning.
- García, M. Á. P., Martínez, J. C. Á., & Vidal, P. H. (2013). *Empresa e Iniciativa Emprendedora* (Primera ed). Madrid: MACMILLAN IBERIA S.A.
- García, V. B. (2011). *Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial. Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial* (Primera ed). Madrid: Editorial UOC.
- Gasibe, C. (2017). El uso abusivo de pantallas táctiles ya causa dificultades motrices en los chicos. Recuperado a partir de <https://www.clarin.com/sociedad/uso-abusivo->

pantallas-tactiles-causa-dificultades-motrices-
chicos_0_S1UG26HYe.html?fbclid=IwAR2l4SY0-
fNEXFc5hZLNCG_MIY2VAjmE06Hfn5ZJnLFINqMI2jzJjXkfYQ8

- Gitman, L., & Joehnk, M. (2009). *Fundamentos de Inversiones* (Décima edi). México D.F.: Perason Educación.
- Gómez, R. del P. (2017). La evaluación psicológica infantil: metodología y aplicación de las técnicas proyectivas y psicométricas. *poiésis.rev.electrón.psicol.soc.online*, 33, 104-118. <https://doi.org/https://doi.org/10.21501/16920945.2500>
- González, M., Alba, E., & Ordieres, M. (2014). *Ingeniería de proyectos* (Primera ed). Madrid: Dextra Editorial.
- Hernández, B. (2014). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL FÍSICO PARA DESARROLLAR LA MOTRICIDAD DE LOS NIÑOS DE 1 A 5 AÑOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA*. Universidad Técnica del Norte.
- Hernández Y Rodríguez, S. (2011). *Administración: Origen, Evolución y Vanguardia* (Quinta edi). México D.F.: McGraw-Hill. <https://doi.org/1098765432101>
- Huamán, L. (2015). *Diseño organizacional de la empresa* (Segunda ed). Lima: Ediciones de la U.
- ISO 9000. (2015). ISO 9000:2015 Sistemas de Gestion de la calidad, 2015, 58. <https://doi.org/325789>
- Leliwa, S., & Scangarello, I. (2011). *Psicología y educación* (Primera ed). Argentina: Editorial Brujas.
- Lobato Gómez, F. (2007). *Administración, Gestión y Comercialización en la pequeña empresa* (Primera ed). Londres: MACMILLAN IBERIA S.A.
- Magallón, R. (2015). *Costos de comercialización* (Primera ed). México D.F.: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Maldonado, A. (2011). *Gestión de procesos* (Primera ed). B - EUMED. Recuperado a partir de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3201706&query=gestion+de+procesos>

- Martínez, F. (2011). *Contabilidad general* (4ta.ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos* (Tercera ed). Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Primera ed). Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i.
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión: Evaluación y formulación. Animal Genetics* (Primera ed, Vol. 39). México D.F.: McGraw-Hill.
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *FINANZAS* (Primera ed). México: GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- Moreno Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. (R. Editores, Ed.) (Primera ed). Santiago de Chile.
- Müch Galindo, L. (2014). *Fundamentos De Administracion: Casos y prácticas* (2da edición, Vol. 19). México D.F.: Editorial Trillas, S.a.
- Munch, L. (2005). *Planeación Estratégica* (Primera ed). México: EDITORIAL TRILLAS.
- Naumov, S. (2011). *Organización total* (Primera ed). México: Mc Graw Hill.
- Olivera, L. (2017). Abuso de pantallas táctiles causa fallas motrices en niños. Recuperado a partir de https://www.nacion.com/tecnologia/abuso-de-pantallas-tactiles-causa-fallas-motrices-en-ninos/DJDNXSHOAZG4FL6CE6LYYRSQ74/story/?fbclid=IwAR0PyEIOkD8nekjTPkxDdECTwv-gT8dQnpB4gVdwUG2Z60zcdEovcqPn_r8
- Ortega, A. (2006). *Proyectos de Inversión* (Segunda ed). México: GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- Pacheco, C., & Pérez, G. (2015). *El proyecto de inversion como estrategia gerencial* (Primera ed). México D.F.: Públicos, Instituto Mexicano de Contadores.
- Perrone, G., & Propper, F. (2007). *Diccionario de educación* (Primera ed). Buenos Aires: Alfagrama.
- Pindado, J. (2012). *FINANZAS EMPRESARIALES* (Segunda ed). España: Ediciones Nobel.
- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento*. (PEARSON Educación, Ed.) (Primera ed). México

D.F.

- Prieto, J. (2009). *Investigación de mercados* (Primera ed). Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Prieto, J. (2014). *Proyectos enfoque gerencial (4a. ed.)* (Cuarta ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Rigal, R. (2003). *Motricidad humana. Fundamentos y aplicaciones pedagógicas* (Primera ed). Barcelona: INDE Publicaciones.
- Rigal, R. (2006). *Educación motriz y educación psicomotriz en Preescolar y Primaria* (Primera ed). Barcelona: INDE Publicaciones.
- Rincón, A. (2011). *Presupuestos empresariales* (Primera ed). Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación* (Segunda ed). Chile: Pearson.
- Sinisterra, G. (2006). *Contabilidad de Costos* (5ta. Ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Trigo, E., Álvarez, M., Argunde, J., García, J., Graña, I., Fernández, D., ... Sánchez, M. (1999). *Creatividad y motricidad* (Primera ed). Barcelona: INDE Publicaciones.
- Understood.org USA LLC. (2015). Habilidades motoras finas: Lo que necesita saber. Recuperado a partir de <https://www.understood.org/es-mx/learning-attention-issues/child-learning-disabilities/movement-coordination-issues/all-about-fine-motor-skills?fbclid=IwAR2gI3TvmEwQfjjwqpMHKSEKPyReaWBz3SKJ5LnxhmMPx1uj4BriFwkbwA4>
- Vignolo, J. (2017). El uso abusivo de pantallas táctiles ya causa dificultades motrices en los chicos. Recuperado a partir de https://www.clarin.com/sociedad/uso-abusivo-pantallas-tactiles-causa-dificultades-motrices-chicos_0_S1UG26HYe.html?fbclid=IwAR2I4SY0-fNEXFc5hZLNCG_MIY2VAjme06Hfn5ZJnLFINqMI2jzJjXkfYQ8
- Wallace, W. (2014). *Gestión de Proyectos* (Quinta edi, Vol. 2014). Edinburgh: Edinburgh Business School.
- Weinberger, K. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS*. (E. Lastra, Ed.) (Primera ed). Lima: Media CORP PERÚ.

**ANEXOS****Anexo 1 Encuesta****UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

La presente encuesta está dirigida a las madres y padres de familia de la ciudad de Ibarra, con el objetivo de recabar información para identificar las oportunidades y problemas de introducir un nuevo producto a través de un estudio de mercado.

Marque su respuesta con una (X)

1. **Edad.**
 - 20 a 30 años ()
 - 31 a 40 años ()
 - 41 a 50 años ()
 - Más de 50 años ()
2. **Género.**
 - Masculino ()
 - Femenino ()
3. **Su nivel de ingresos mensuales se encuentra entre:**
 - 200 – 386 ()
 - 387 – 600 ()
 - 601 – 1000 ()
 - Más de 1000 ()
4. **¿En la familia existen niños que se encuentren entre los 6 a 8 años de edad?**
 - Si ()
 - No () ¿Cuántos?: Niños Niñas
5. **¿Ud. conoce algún producto didáctico para desarrollar la motricidad fina en niños de 6 a 8 años de edad?**
 - Si ()
 - No () ¿Cuáles?:
6. **¿Con que periodicidad Ud. compra artículos para el desarrollo motriz para sus hijos?**
 - Mensual () Semestral ()
 - Bimensual () Anual ()
 - Trimestral ()
7. **Al momento de decidir la compra de un producto que desarrolle la motricidad fina de sus niños ¿Cuáles son las características que toma en cuenta para la compra?**
 - Calidad ()
 - Precio ()
 - Moda ()
 - Innovación ()
 - Otra () ¿Cuál (es)?.....
8. **En el caso de existir en el mercado un producto innovador que este dirigido a fomentar la motricidad de los niños. ¿Ud. lo compraría?**
 - Si ()
 - No () ¿Por qué?.....
9. **¿Desearía comprar libros didácticos que ayuden a desarrollar la motricidad fina en los niños de 6 a 8 años de su familia?**
 - Si ()
 - No ()

10. ¿Cuáles de los siguientes elementos, considera usted que son importantes para que el producto sea de calidad?

- | | | | |
|------------------|-----|----------|-----|
| Números de hojas | () | Material | () |
| Presentación | () | Otros | () |
| Contenido | () | | |

11. ¿Qué tipo de diseño le gustaría encontrar en los libros?

- Rustico ()
 Tradicional ()
 Moderno ()
 Otro () ¿Cuál?.....

12. ¿En qué presentación le gustaría adquirir los libros?

- Sencillo ()
 Normal ()
 Llamativo ()
 Otro () ¿Cuál?.....

13. ¿Cuáles son los colores que le gustaría encontrar en la presentación del libro?

- Azul ()
 Violeta ()
 Rojo ()
 Rosado ()
 Verde ()
 Otro: () ¿Cuál?.....

14. ¿Cuál es el tamaño que le gustaría encontrar el producto?

- Pequeño tamaño libreta ()
 Mediano tamaño cuaderno ()
 Grande tamaño libro ()

15. ¿Qué tipo de gráficos piensa usted que debe contener el producto para que sea interactivo y promueva el aprendizaje?

- | | | | |
|--------------------------|-----|----------------------|-----|
| Gráficos coloridos | () | Áreas para colorear | () |
| Operaciones Matemáticas | () | | |
| Ejercicios de escritura. | () | Todas las anteriores | () |
| Otro. | () | ¿Cuál?..... | |

16. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un libro de desarrollo motriz (dibujo, pintura, lectura o escritura)?

- | | | | |
|-----------------|-----|-------------------|-----|
| 5 - 7 dólares. | () | 10 - 12 dólares. | () |
| 8 - 10 dólares. | () | Más de 12 dólares | () |

17. ¿De qué forma le gustaría a usted cancelar el valor del producto?

- Efectivo ()
 Tarjeta de crédito. ()
 Tarjeta de débito ()

18. ¿Por qué medio de distribución, le gustaría adquirir este producto?

- Distribución directa ()
 Intermediarios ()

19. ¿En qué lugar, le gustaría adquirir este producto?

- Papelerías ()
 Centros comerciales ()
 Supermercados ()
 A las afueras de los centros de estudio (escuela) ()

20. A través de que medio le gustaría recibir información sobre este producto

- | | | | |
|----------------|-----|----------------------|-----|
| Prensa | () | Hojas volantes | () |
| Redes sociales | () | Radio | () |
| Televisión | () | Vallas publicitarias | () |

21. ¿Qué tipo de promociones toma en cuenta Ud. a la hora de comprar libros para niños?

- Descuentos directos ()
Premios ()
Cupones de descuento ()
Otro () ¿Cuál?.....

22. ¿En qué lugar le gustaría encontrar a la empresa para realizar la compra directamente?

- En los centros comerciales ()
Cerca de alguna unidad educativa ()
En el centro de la ciudad ()
Otro () ¿Cuál?.....

Gracias por su colaboración



Anexo 2 Entrevista al administrador de la serigrafía Mark@

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Dirigida a: Administrador de serigrafía Mark@

La presente entrevista está dirigida al administrador de la serigrafía Mark@ que se encuentra establecida en la ciudad de Ibarra, el objetivo es recabar información acerca de la producción de la serigrafía (raspaditas).

Entrevista

1. ¿Cómo se realiza el proceso de la serigrafía (raspaditas)?

.....

2. ¿De cuántas maneras se puede producir la serigrafía (raspaditas)?

.....

3. ¿Qué maquinarias se utilizan para el proceso?

.....

4. ¿Qué materiales se necesita?

.....

5. ¿Dónde se puede comprar los materiales para la producción de serigrafía?

.....

6. ¿Qué tiempo se demora en el proceso de producción de la serigrafía?

.....

7. ¿Qué ventajas tiene la producción de la serigrafía?

.....

8. ¿Cuáles son las desventajas?

.....

Anexo 3 entrevista a los administradores de papelerías y librerías de la ciudad de Ibarra

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Dirigida a: Administrador de librería y papelerías de la ciudad de Ibarra

La presente entrevista está dirigida a los administradores de las librerías y papelerías antiguas de la ciudad de Ibarra, con el fin de obtener información acerca de productos didácticos enfocados a desarrollar la motricidad fina de los niños de 6 a 8 años de edad.

Entrevista

1. ¿Qué tipo de productos ofrece la empresa para desarrollar la motricidad fina de niños de 6 a 8 años de edad?
.....
2. ¿Puede ud. cuantificar la cantidad de libros que vende semanalmente?
3.
4. ¿Ud. podría cuantificar la cantidad de libros didácticos que ayuden a desarrollar la motricidad fina vende a la semana?
.....
5. ¿Qué tipo de libros didácticos ofrece la empresa y en a qué precios los oferta?
.....

Anexo 4 Maquinaria y Equipo

Guillotina Oficio



Pistola de Calor



Nuevo - 2 vendidos

Pistola Calor Profesional
Análoga Skill Serigrafía
Etc



U\$S 65

Pago a acordar con el vendedor

Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Guayaquil, Guayas
Ver costos de envío

Cantidad: 1 unidad (99 disponibles)

Comprar

Compresor de Aire



Compresor Porten 2hp 24 Litros Incluye Accesorios

U\$S 120


32 vendidos - Pichincha (Quito)

Pistola de Aire



Pistola Pulverizadora Para Compresor De Aire Ptk

U\$S 12⁵⁰

 Envío a todo el país

Guayas

Marcos de aluminio



Marcos de Aluminio para serigr...

\$22,00

Selladora de fundas plásticas



Máquina Selladora De Fundas Plásticos Empaquetadora

U\$S 22⁹⁹

 Envío gratis a todo el país

25 vendidos - Guayas

Máquina de Encuadernar A4 (Espiraladora, Perforadora, Anilladora)



Nuevo - 4 vendidos

**Maquina Encuadernar A4
Espiraladora Perforadora
Anilladora**



U\$S 89

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

Envío gratis a todo el país
COBERTURA NACIONAL - ECUADOR, Guayas

[Más información](#)

[Comprar](#)

Proforma Muebles y Enseres

LINEA NUEVA PROFORMA - PEDIDO
mobiliario Cda. Ltda. 0000500

Cliente: ALEXANDER SANCHEZ Fecha: 17-17-2018

| CANT. | DESCRIPCIÓN | V. UNIT. | V. TOTAL |
|---|-----------------------------|----------|----------|
| 1 | ESCRITORIO 180X60 cm | | 187 |
| 1 | LAPTOP 1.80X60 cm Mueble | | 110 |
| 1 | SILLON ESPALMADO "LINA" | | 180 |
| 1 | SILLA TRONCO 30x30x40 | | 90 |
| 2 | SILLAS VISITA PLEGADA 30x30 | 35 | 70 |
| y Descuento en Efectivo = 5% | | | |
| OBSERVACIONES: <u>Linea Nueva</u> | | SUBTOTAL | |
| <u>IN</u> <u>TELC: 1003457221001</u> | | IVA 12% | |
| ENTREGADO: <u>[Signature]</u> RECIBIDO: | | IVA 0% | |
| | | TOTAL | 637 |

Linea Nueva
DESDE 1984

OFICINA Y HOGAR

Anexo 5 Equipos de Computo

Computadora



Usado - 1 vendido

**Laptop Dell Core
I5/1tb/6gb Ram/pantalla
Táctil/windows 10**



U\$S 400

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

🔍 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

Impresora tinta Continua



Nuevo - 10 vendidos

**Impresora Epson L4150
Con Sistema De Tinta
Continua Original**



U\$S 215

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

🔍 Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad (9996 disponibles)

Comprar

Materia Prima

Papel Couche A4, 2800 Unidades.



Nuevo - 78 vendidos

Papel Couche X Mayor Y Menor 

U\$S 140,00

 Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad  (22 disponibles)

[Comprar](#)

Tinta para impresora.



Nuevo - 176 vendidos

Tintas Epson Original 1 Litro L355 L395 L475 L495 L575 L606 

U\$S 10

 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad  (61 disponibles)

[Comprar](#)

Espirales.



Nuevo - 8 vendidos

Espiral x 280 Unidades 

U\$S 98,00

 Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

 Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Más información](#)

Único disponible!

[Comprar](#)

Anexo 6 Proforma suministros de Oficina**MEGA Ps**

RAFAEL ROSALES 7-30 Y FLORES
 Telefono(s) 062644905

Nombre **SUAREZ CHICAIZA ALEXANDER GABRIE**

Proforma # 001033

Dirección **COLINAS DEL SUR**

Ruc **1003833132**

Ciudad

Fecha **17-dic-2018**

Teléfono

Representante

| | | | | | | | | |
|-------|-------------------------------------|----|------|--------|---|---|---|-------|
| 6581 | ARCHIVADOR T/OFICIO AZUL | UN | 2,00 | 2,902 | 0 | 0 | 0 | 5,80 |
| 9794 | RESMA PAPEL BOND REPROPAL 75G | UN | 1,00 | 3,500 | 0 | 0 | 0 | 3,50 |
| 9730 | GRAPADORA BESTER 003 | UN | 1,00 | 3,348 | 0 | 0 | 0 | 3,35 |
| 77623 | GRAPAS 2616 JEFF X 5040 UNDS | UN | 1,00 | 0,982 | 0 | 0 | 0 | 0,98 |
| 7606 | CAJA DE ESFERO BIC P/M AZUL | UN | 2,00 | 5,089 | 0 | 0 | 0 | 10,18 |
| 70731 | CALCULADORA CASIO FX-570LA PLUS | UN | 1,00 | 22,098 | 0 | 0 | 0 | 22,10 |
| 5391 | REGLA METALICA 30CM FLEXIBLE | UN | 1,00 | 0,670 | 0 | 0 | 0 | 0,67 |
| 37578 | TIJERA CELINA ESCOLAR | UN | 1,00 | 0,536 | 0 | 0 | 0 | 0,54 |
| 37652 | CUADERNO 100 HOJAS UNICO | UN | 2,00 | 0,804 | 0 | 0 | 0 | 1,61 |
| 81164 | PERFORADORA METALICA JEFF JF.PF.205 | UN | 1,00 | 2,679 | 0 | 0 | 0 | 2,68 |

Forma de Pago **CONTADO**

Subtotal **51,40**

Descuentos **0,00**

Tarifa 12% **47,90**

Tarifa 0% **3,50**

IVA **5,75**

TOTAL 57,15

1003833132
 RUC
 MEGA
 Representante

Anexo 7 Proforma Gastos de Venta



Dir: Grijalva 9-24 y Pedro Rodriguez Telf: 2050133 / 2045122
Ruc: 1000315703001 Calif. Artesanal N° 47562 Ibarra

PROFORMA

Señor (a) : Alexander Suárez Chicaiza

Dirección: Barrio Colinas del Sur

R.U.C/I.: 100383313-2

Teléfono: 0986152958

Fecha :

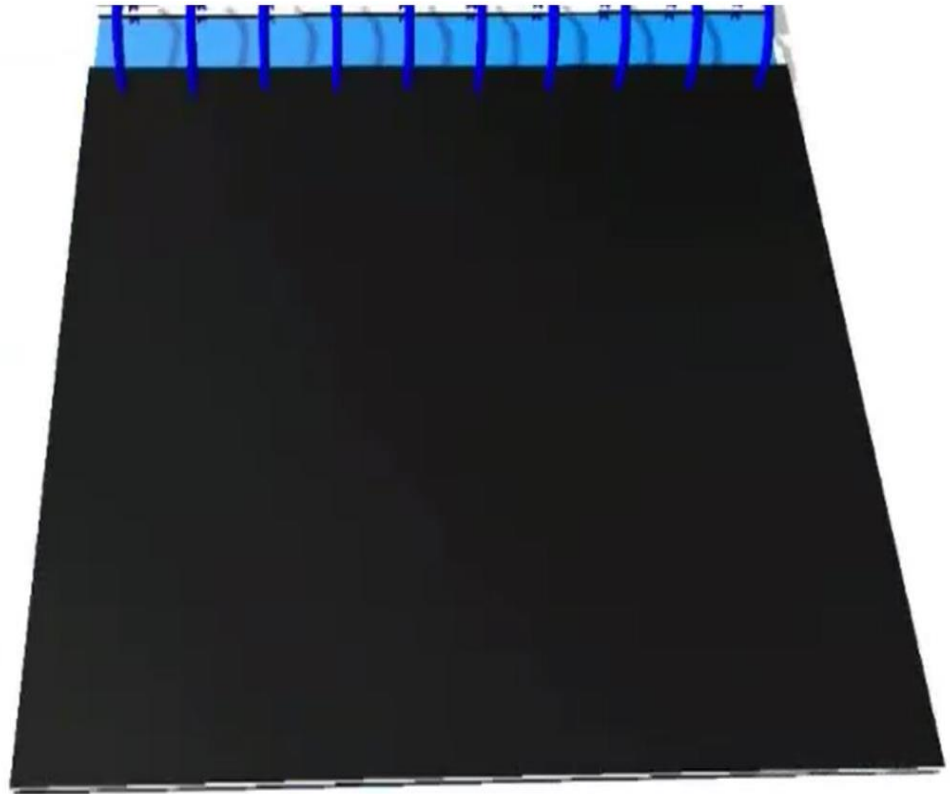
17/12/2018

| CANT. | DESCRIPCION | V. UNIT | V.TOTAL |
|---|--|-------------|---------|
| 1000 | Tarjetas de Presentación impresión a full color con UV | 0,03 | 30,00 |
| 1 | Libretín de Facturas 1/4 de oficio original y una copia papel químico | 8,00 | 8,00 |
| 1 | Sello Automatico pequeño | 8,00 | 8,00 |
| <p>Nota: Le indicamos que nosotros somos Calificados Artesanales por lo que tenemos tarifa 0% IVA.</p> <p>Validez: 8 días a partir de la fecha de enviada la Proforma</p> | | | |
| | | Subtotal \$ | 46,00 |
| | | 0 % IVA | 0 |
| | | 12 % IVA | 0 |
| | | TOTAL \$ | 46,00 |



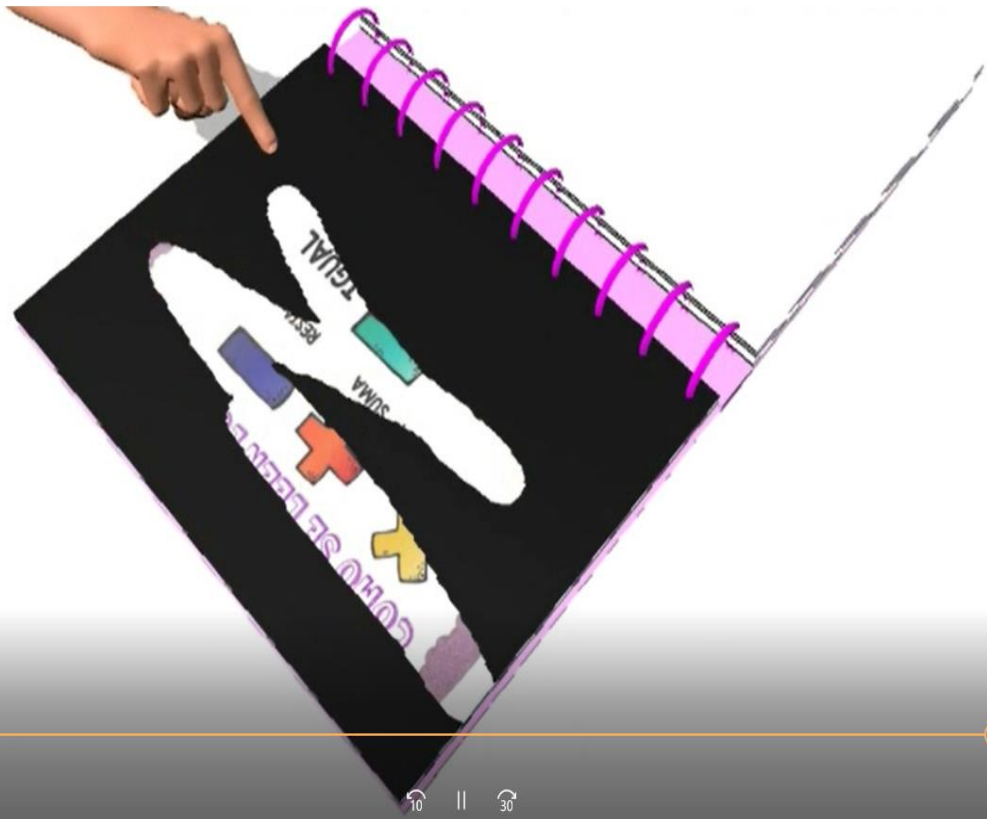
Anexo 8 Producto a ofertar





Películas y TV

- 0



53



04



Anexo 9 Evidencias del trabajo

