



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ**

**UNIDAD ACADÉMICA DE AUDITORIA Y  
CIENCIAS CONTABLES**

**CARRERA DE AUDITORIA**

**TESINA DE GRADO  
PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL**

**TÍTULO DE:  
INGENIERA EN AUDITORIA**

**TEMA:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UNA CADENA DE FOTOCOPIADO COMO IMPULSO  
AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN  
“JIPIJAPA”

**TUTOR:**

**Ing. Sandra Patricia Toala Bozada**

**AUTORA:**

Toala Bozada Carmen Elena

**JIPIJAPA – MANABÍ – ECUADOR**

**-2012-**

## CONTENIDO

AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	v
CERTIFICACIÓN .....	vi
TEMA .....	1
I. INTRODUCCIÓN .....	2
II. JUSTIFICACIÓN .....	3
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
3.1 Formulación del problema.....	4
3.2 Delimitación del problema.....	4
IV. OBJETIVO .....	5
4.1 Objetivo general .....	5
4.2 OBJETIVO ESPECÍFICO.....	5
V. MARCO TEÓRICO .....	6
5.1 Historia de la Fotocopiadora .....	6
5.2 Tipos de fotocopiadoras.....	7
5.3 Importancia de la fotocopiadora.....	8
5.4 Clases de fotocopiadoras.....	9
5.5 Concepto de inversión .....	11
5.6 La empresa .....	12
VI. DISEÑO METODOLÓGICO.....	16
6.1 Hipótesis General.....	16
6.2 Tipo de estudio.....	16
6.3 Métodos y técnicas .....	16
6.4 Variables e indicadores.....	17
6.4.1 Variable Independiente .....	17
• Creación de Fotocopiadoras en varias ciudadelas.....	17
6.4.2 Variable Dependiente .....	17
6.5 Indicadores .....	17
6.5 Ubicación geográfica.....	18
6.6 Población y muestra.....	18
6.7 Recursos utilizados.....	19
VII. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	21
7.1 Estudio de mercado .....	21
7.1.1 Presentación.....	21
7.1.2 Identificación del producto .....	22
7.1.3 Mercado meta.....	22
7.1.4 Descripción del producto o servicio: .....	22
7.1.5 Segmentación de mercado .....	24

7.1.6	Resultado de la encuesta .....	25
7.1.7	Análisis de la Oferta.....	32
7.2	Estudio técnico del proyecto .....	33
7.2.1	Localización .....	33
7.2.2	Propuesta operativa.....	35
7.2.3	Equipos, muebles y enseres.....	36
7.2.4	Requerimiento de Materiales directos e Indirectos .....	38
7.2.5	Ingresos.....	39
7.3	Estudio económico.....	40
7.3.1	Inversión Inicial .....	40
7.3.2	Financiamiento .....	42
7.3.3	Presupuesto de Personal.....	43
7.3.4	Presupuesto Gastos Administrativos y de Ventas .....	44
7.4	Evaluación financiera.....	45
7.4.1	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	45
7.4.2	Flujo de Caja.....	47
7.4.3	Costo promedio ponderado del capital (WACC) .....	49
7.4.4	TIR .....	49
7.4.5	VAN .....	50
7.4.6	Relación beneficio costo B/C .....	51
7.4.7	Periodo de Recuperación de la inversión .....	51
7.4.8	Punto de Equilibrio.....	52
VIII.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53
8.1	Conclusiones.....	53
8.2	Recomendaciones .....	54
	BIBLIOGRAFÍA.....	55
	ANEXOS.....	56

## **AGRADECIMIENTO**

Primero quiero agradecer a Dios que fue quien me dio fuerza para seguir adelante y culminar con éxito lo propuesto.

Quiero agradecer a mis profesores que me supieron guiar para llegar a ser una profesional.

En especial a la Universidad que nos dio la oportunidad de estudiar en ella.

A mi Tutora Ing. Sandra Toala que fue quien me inscribió en la Universidad para que yo estudie y siempre me apoyo en lo que más pudo.

Agradezco a mis compañeras y compañeros que siempre estuvieron inculcándome para seguir adelante y no dejar que deje mis estudios, en especial a mi amiga Gabriela Chong que siempre me apoyó de una u otra manera.

**Carmen Elena Toala Bozada**

## **DEDICATORIA**

Nadie sabe lo que nos pasa día a día en la vida, solo Dios y es él que siempre está a mi lado y me guía para que se cumplan siempre todos mis sueños, que es culminar mi carrera profesional y obtener mi título de Ing. Auditora.

Con mucho cariño dedico este proyecto a mi querido esposo

Feissar Chara que siempre ha estado a mi lado en lo que ha podido

A mis hijos Feissar, Kaleb, Dassyn por ayudarme y apoyarme siempre y estar a mi lado, en especial a mi hija María José que siempre me inculco que tenía que ser una profesional exitosa.

A mis padres Sr. Gustavo Toala y Sra. Flor Bozada que siempre me supieron guiar por el camino del saber y poder que nunca es tarde para lograr lo que anhelamos.

A mis hermanas Jaqueline, Rosa, Sandra, Vanessa y a mi hermano Gustavo Toala que siempre me inculcaron que tenía que llegar a ser una profesional.

A mi suegra Sra. Azucena Morán que siempre hizo hincapié para que yo estudie y sea lo que voy hacer.

**CARMEN ELENA TOALA BOZADA**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

La responsabilidad del contenido de esta Tesina de Grado, cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CADENA DE FOTOCOPIADO COMO IMPULSO AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN “JIPIJAPA” corresponde a la Egresada: Carmen Elena Toala Bozada exclusivamente y los derechos patrimoniales de la misma Universidad Estatal del Sur de Manabí.

---

Carmen Elena Toala Bozada

**AUTORA**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad Tutor de Tesina de Grado de la Carrera de Ingeniería en Auditoria de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado la tesis sobre el Tema: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CADENA DE CENTRO DE FOTOCOPIADO COMO IMPULSO AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTON JIPIJAPA.**”, de la egresada: Carmen Elena Toala Bozada, considero que el mencionado trabajo investigativo cumple con los requisitos y tiene los méritos suficientes para ser sometidos a la evaluación del jurado examinador.

En honor a la verdad,

---

Ing. Sandra Patricia Toala Bozada  
**DIRECTORA DE TESINA**





**TEMA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CADENA DE CENTRO DE FOTOCOPIADO COMO IMPULSO AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN JIPIJAPA”**

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la ciudad de Jipijapa hace 30 años entro en la era de la nueva Tecnología del Fotocopiado por la gran demanda del requerimiento de los estudiantes y de las Instituciones Públicas y Privadas para facilitar el trabajo de volver a realizar tareas de fotocopiados, en el año de 1982 el Sr. Pedro Napoleón Chara Marcillo trajo una Copiadora Marca Minolta para brindar el servicio de Fotocopiado a la Ciudad de Jipijapa, y en el transcurso de los años se fue incrementando nuevas máquinas con nuevas tecnologías.

En el año de 1985, el Señor Feissar Chara y la Sra. Carmen Toala asumió la administración de dicho negocio y se colocó como razón social FOTOCOPIAS MONTE LIBANO, incrementando la venta suministros de oficina, bazar, anilladora, plastificadora. Actualmente contamos con dos máquinas fotocopadoras modernas que reducen y amplían, y dos impresoras que sacan copias a colores.

Después de ello, "alguien" tomó la decisión para producirlo en masa para lo cual tuvo que realizar una inversión económica.

En la actualidad, los proyectos de inversión requieren una base que los justifiquen. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse.

Para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario que éste sea sometido al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas.

## **II. JUSTIFICACIÓN**

En vista que el negocio está en auge se apertura otros puntos de Fotocopiados para brindar otro servicio de calidad, nitidez. en la zona urbana del Cantón Jipijapa.

Los proyectos no se justifican solos, esa es la razón por la cual son necesarias las justificaciones por escrito para soportar un presupuesto de inversión.

Una justificación efectiva es un paquete de decisión conciso que les dice a los tomadores de decisiones lo que ellos(as) necesitan saber para estar adecuadamente informados y decidir inteligentemente sobre los proyectos de inversión.

Una justificación de un presupuesto es una herramienta de comunicación para transferir conocimientos técnicos básicos a los tomadores de decisiones. Los profesionales no financieros debemos aprender cómo redactar este paquete de decisión en forma clara, resumida y convincente.

### **III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **3.1 Formulación del problema**

A continuación se formula la interrogante a la que se pretende dar respuesta:

¿De qué manera la creación de un centro de Fotocopiado contribuye al sector productivo del Cantón Jipijapa?

#### **3.2 Delimitación del problema.**

**Contenido:** Proyecto de inversión para la creación de un centro de Fotocopiado como contribución al sector productivo.

**Clasificación:** Económica-Productiva

**Espacio:** Cantón Jipijapa

**Tiempo:** Esta investigación se desarrolló durante el periodo Marzo–Agosto del 2012

## **IV. OBJETIVO**

### **4.1 Objetivo general**

- Realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una cadena de fotocopiado como impulso al desarrollo económico del cantón “jipijapa”.

### **4.2 OBJETIVO ESPECÍFICO**

- ➡ Realizar el estudio de mercado para proporcionar la demanda y oferta que obtendrá el proyecto.
- ➡ Efectuar un estudio técnico de la creación de una cadena de fotocopiado.
- ➡ Realizar un análisis económico-financiero del proyecto.

## **V. MARCO TEÓRICO**

### **5.1 Historia de la Fotocopiadora**

Anterior a la invención de la fotocopiadora, se hicieron numerosos intentos para realizar duplicados de documentos originales. Hasta antes de 1867, el proceso de copia mecánica era bastante tedioso, hasta que en dicho año hizo su aparición la máquina de escribir, facilitando las tareas de copia de forma considerable.

El año 1938, Chester Carlson, logró realizar la primera copia exitosa en papel a través de un sistema basado en procesos electrostáticos o de "Xerografía", que de su derivación del griego se traduce como escritura o impresión en seco. Durante investigaciones que realizaba en el Batelle Memorial Institute, Carlson mejoró el sistema xerográfico y, en 1947, le vendió los derechos comerciales de su invención a una compañía llamada Haloid, la que hacia el año 1950, cambió su nombre a Xerox, introduciendo al mercado, unos años después, la primera fotocopiadora xerográfica automática.

A pesar de la evolución y perfeccionamiento del sistema xerográfico, este proceso sigue siendo utilizado en las fotocopiadoras de todas las marcas. Sin embargo, un nuevo mercado se está abriendo paso, el de los equipos multifuncionales. Se trataría de máquinas copadoras que poseen tecnología digital, con una calidad mucho mayor en cuanto a imagen, de bajo consumo energético y poco mantenimiento. Además de todas estas ventajas, se trata de máquinas que poseen la capacidad de cumplir funciones de fax, de impresora y de scanner. Por otra parte, pueden ser conectadas a un computador, ampliando las posibilidades de trabajo de manera considerable, ayudando a adaptarse a las grandes exigencias del mundo tecnológico.

## 5.2 Tipos de fotocopiadoras

Existen dos tipos principales de fotocopiadoras: las xerográficas, que utilizan papel normal, y las electrostáticas, que requieren un papel sensible especial.

### Xerográficas



- **Xerográficas**

En las fotocopiadoras xerográficas el documento original es barrido por un rayo de luz intensa que proyecta la imagen sobre un tambor giratorio de superficie fotosensible, que se carga electrostáticamente en correspondencia con la imagen.

Sobre el tambor se distribuye un polvo pigmentado, llamado tóner, que se adhiere a las zonas electrizadas (o sea, donde hay imagen), reproduciendo el escrito o dibujo original.

La imagen así pigmentada es transferida del tambor al papel dispuesto en la fotocopiadora, el cual finalmente se calienta para fijar de modo definitivo el pigmento sobre la copia.

La xerografía (del griego Xerox: seco y graphein: escribir) fue inventada por otro norteamericano, Chester Carlson, el 22 de octubre de 1938, pero este la denominó electrofotografía. En los años siguientes, una veintena de instituciones rechazaron sus patentes, hasta que, en 1944, el Instituto Memorial Battelle de Ohio firma un acuerdo con Carlson y comenzó a desarrollar la xerografía. En 1947 firma un acuerdo con un pequeño negocio de fotografía, Haloid, el que más tarde se convertiría en la ahora famosa Xerox.

En 1959 se comercializó la primera fotocopiadora.

## **Electrostáticas**



- **Electrostáticas**

En las copadoras electrostáticas la imagen a reproducir se proyecta directamente sobre el papel, cuya superficie queda sensibilizada con cargas eléctricas.

El papel se somete luego a un baño de tóner y las partículas se fijan en las zonas electrizadas de éste dando lugar a la copia definitiva.

- **El color**

El paso siguiente fue la fotocopia en color, procedimiento creado por la empresa japonesa Cannon, en 1973. La misma empresa logra la fotocopiadora láser en blanco y negro y posteriormente, en 1986, presenta la primera fotocopiadora láser color sobre papel común.

### **5.3 Importancia de la fotocopiadora**

Una fotocopiadora es una herramienta importante para el trabajo cotidiano de una oficina. Por lo tanto, es muy importante que una prensa de calidad superior. No es muy difícil elegir una fotocopiadora. Fotocopiadoras de oficina están disponibles en diferentes modelos y formatos para los clientes más exigentes. Ahora puede adquirir una fotocopiadora, de acuerdo a las necesidades de su Oficina. Lo importante a considerar al



comprar a una impresora tiene las características de esta impresora multifunción. Una función única impresora es incapaz de satisfacer los exigentes que una Oficina son múltiples. Impresoras multifunción incluso si son más caras que una impresora tradicional, tienen características tales como realizar multitarea como impresión, escaneo, fax, fotocopias, PDF, etc.. Además, estos dispositivos están equipados con grandes cantidades de memoria y lentes exploración avanzadas. La compra de impresora multifunción ahorra dinero que de lo contrario se desperdicia adquirir componentes individuales, es decir, escáner, impresora, copiadora, y también permite guardar ambos espacio que la energía como la energía optimizada.

Además de las diversas necesidades de los clientes, múltiples tareas impresoras están disponibles en blanco y negro y color. Es necesario elegir la fotocopidora que ha avanzado características tales como la alta resolución, impresión a doble cara y automático continuo. cambiar el tamaño de imagen, edición de documentos y muchos otros. Hay impresoras robustas disponible en el mercado, elaborado de acuerdo a sus necesidades de negocio y capaz de satisfacer las necesidades de impresión de grandes empresas. La impresora multifunción es un dispositivo capaz de cubrir varias funciones y por lo tanto, satisfacer las diversas necesidades.

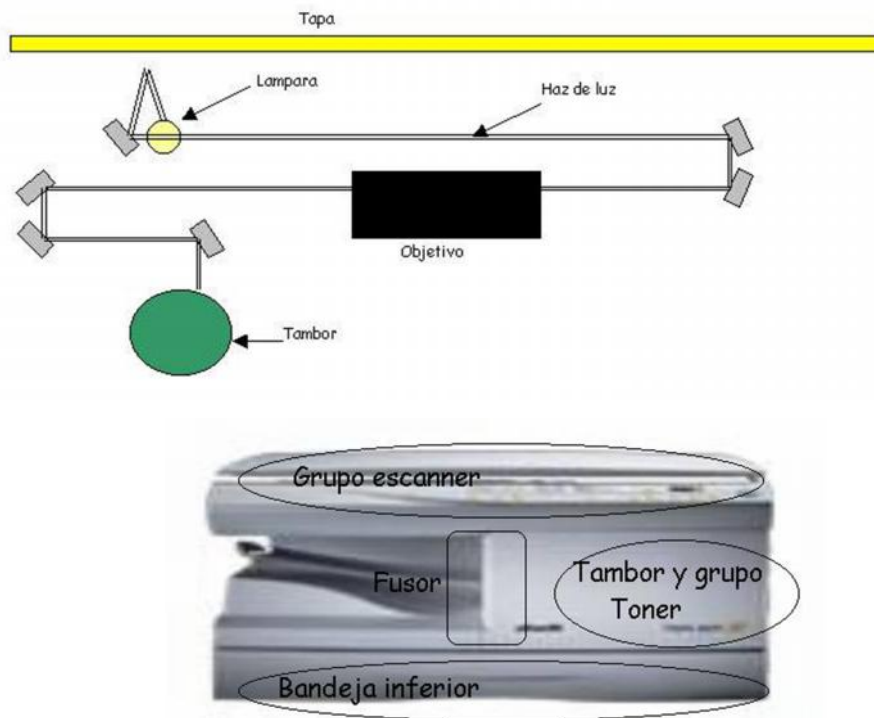
#### **5.4 Clases de fotocopíadoras.**

**Existen tres clases de fotocopíadoras:**

- 1-. Fotocopíadoras analógicas.**
- 2-. Fotocopíadoras digitales.**
- 3-. Fotocopíadoras ink-jet.**

**Las fotocopíadoras analógicas** , funcionan de la siguiente manera. Se enciende la lámpara del scanner, la luz que saca la lámpara, es devuelta hacia la maquina por la tapa de la fotocopíadora ( por eso que lleve esa esponja con el plástico blanco )la luz devuelta incide en dos espejos que están justo al lado y por debajo de la lámpara y después por otros 4

espejos que no se pueden sacar muy bien con una cámara así que lo dibujo.



**Fotocopiadoras digitales;** funcionan como si fueran un scanner de ordenador normal + una impresora láser, por eso que la mayoría se pueden conectar al ordenador como impresoras láser y/o scanner.

- Los scanner suelen tener 1 o 2 espejos nada más, que únicamente reflejan la luz como en las analógicas pero en esta caso a un CCD , esto es una lente fotosensible, que pasa el reflejo a digital.

Después de esto se envían los datos de la imagen a un láser que es el que va a grabar el tambor como en la analógica, la ventaja de las digitales es la calidad, ya que el paso de la imagen por muchos espejos lleva a una mayor distorsión.

**3-. Fotocopiadoras Ink-Jet ;** Usan un scanner como las digitales lo que para imprimir las hojas usan una impresora de inyección de tinta, son las copadoras más baratas.

## 5.5 Concepto de inversión

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.

Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

<b>PROYECTO</b>			
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO</b>

El proyecto de inversión privado, es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos, múltiples beneficios que espera del proyecto con sus ventas ya sea de bienes o servicio.

El proyecto de inversión pública o social, busca cumplir objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas en programas de apoyo; se determina su alcance bajo las condiciones poblacionales.

La evaluación de proyectos de inversión, cuando los inversionistas deciden utilizar sus recursos o de terceros; en una actividad productiva asumen un riesgo, el riesgo que puede significar fracasar en dicha "experiencia" y por consiguiente ocasionarles pérdidas.

La evaluación de un proyecto de inversión tiene como propósito establecer en el presente si dicho proyecto es rentable económica y financieramente, de tal manera que los interesados puedan tomar una actitud frente al mismo, en el sentido de implementarlo o no

## **5.6 La empresa**

### **5.6.1 Concepto de Empresa**

La **empresa** es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman.

Bravo (2004); Manifiesta “La empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción y comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”.

Zapata Pedro (2008); Define “La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, a los Estados y a la sociedad en general.

Los autores mencionados definen a la empresa como un ente económico que se dedica a ofrecer bienes y servicios con la finalidad de obtener una utilidad.

El aporte a estos conceptos se dice que la empresa es la entidad que se dedica a prestación de bienes y servicios cuyas actividades están orientadas a conseguir rentabilidad dentro de un margen legal.

### **5.6.2 Importancia**

La empresa en cualquier sistema económico será el motor que mueva la economía de un país; la importancia radica en su capacidad generadora de riqueza, que al ser distribuida equitativamente propicia la paz social y por ende tranquilidad y desarrollo.

### 5.6.3 Clasificación de Empresas

Las empresas se clasifican de la siguiente manera:

#### **Por su actividad o giro**

**Empresas del Sector Primario:** También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.

**Empresas del Sector Secundario o Industrial:** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.

**Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

#### 5.6.3.1 Por su forma jurídica

**Unipersonal:** El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.

**Sociedad Colectiva:** En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa.

**Cooperativas:** No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los

cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.

**Comanditarias:** Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.

**Sociedad de Responsabilidad Limitada:** Los socios propietarios de éstas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.

**Sociedad Anónima:** Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan.

#### **5.6.3.2 Por su tamaño**

**Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

**Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.

**Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no

predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.

**Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidas y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

#### **5.6.3.3 Por su ámbito de actuación**

**Empresas Locales:** Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.

**Empresas Provinciales:** Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.

**Empresas Regionales:** Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.

**Empresas Nacionales:** Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.

**Empresas Multinacionales:** Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

#### **5.6.3.4 Por su titularidad del capital**

**Empresa Privada:** La propiedad del capital está en manos privadas.

**Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.

**Empresa Mixta:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

## VI. DISEÑO METODOLÓGICO

### 6.1 Hipótesis General

- ✚ La creación de negocios de Fotocopiados contribuye positivamente al sector comercial del cantón Jipijapa.

### 6.2 Tipo de estudio

El tipo de estudio que se utilizó en este trabajo fue el **no experimental**. El paradigma de la presente investigación se la relacionó con la **concepción Filosófica hermenéutica**, donde se aplicó la investigación de campo, descriptiva, histórica y bibliográfica.

**Investigación descriptiva.** Es la que estudia, analiza, o describe la realidad presente actual, en cuanto a hechos, personas, situaciones, etc.

**La investigación bibliográfica** es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema.

**Investigación de campo.** Es la que se realiza en lugares determinados específicamente para ello, si no que corresponde al medio en donde se encuentra los sujetos o el objeto de investigación, donde ocurre los hechos o fenómenos investigados.

### 6.3 Métodos y técnicas

#### 6.3.1 Métodos

Para la realización de la presente investigación se requirió aplicar los métodos **científico, histórico y descriptivo**. El método científico permitió realizar una recopilación bibliográfica de artículos y temas (internet, libros y revistas) relacionados con la temática a investigar lo cual sirvió para fundamentar el marco teórico y conocer de manera específica el diseño a aplicar al negocio del Fotocopiado; Se estableció la utilización del **método histórico** para analizar e incorporar en la investigación la información



acerca de la historia y la del problema que ha tenido en los últimos años y **el método descriptivo** fue empleado por consistir este en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interpretaciones y comportamientos, lo que permitió establecer la descripción actual del sector productivo.

**Método estadístico:** Utilizado en la recolección, análisis y presentación de resultado de los datos de las fuentes primarias, se utilizó para ello el paquete estadístico de Microsoft Excel.

### **6.3.2 Técnicas e Instrumentos**

#### **6.3.2.1 Técnicas**

Esta actividad está estrechamente ligada a los métodos empíricos de la actividad investigativa.

**La encuesta.-** Mediante la encuesta se pudo obtener datos de varias alumnas/os, personas cuyas opiniones impersonales fueron de interés para la investigación, fueron encuestados estudiantes dedicadas a la producción de Fotocopiados del cantón Jipijapa.

### **6.4 Variables e indicadores**

#### **6.4.1 Variable Independiente**

- Creación de Fotocopiadoras en varias ciudadelas

#### **6.4.2 Variable Dependiente**

- Contribución al sector productivo

#### **6.5 Indicadores**

- Número de Comerciantes
- Ingresos económicos
- Volumen de producción

## **6.5 Ubicación geográfica**

El cantón Jipijapa está ubicado al sur de la provincia de Manabí, entre los 01 grados 10 minutos y 01 grados 47 minutos de latitud sur y entre los 80 grados 25 minutos y 80 grados 52 minutos de longitud oeste.

## **6.6 Población y muestra**

### **6.6.1 Población**

Objeto de estudio para esta investigación se consideró a 373 personas que poseen pequeñas y medianas empresas, se tomó como fuente los registros de la cámara de comercio del cantón Jipijapa.

### **6.6.2 Tamaño de la Muestra**

Para determinar el número de encuestas a realizar, se establece un grado de confianza y un margen de error y además se toman en cuenta los siguientes factores:

Para determinar el número de encuestas a realizar, se establece un grado de confianza del 95% y un margen de error del 5% y además se toma en cuenta los siguientes factores:

Máximo error permisible.- La variable  $e$  representa el margen de error de muestreo, este refleja la variabilidad de datos, la cual no debe ser mayor al 10%, que para nuestro estudio consideramos un 5%.

Grado de confianza.- Es el porcentaje de datos que se abarca, dado el nivel de confianza establecido del 95%. Para este grado de confianza corresponde un valor de  $z$  de 1,96 obtenido de una tabla de distribución normal.

Porción estimada ( $P$ ).- Es la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno en específico, en este caso, es que la población objetivo esté dispuesta a colaborar con la investigación; puesto que no se tiene ninguna

información previa, se toma el promedio con el que se trabaja en estos casos, que es del 50% de predisposición.

Para hallar el número de personas a encuestar, aplicamos la fórmula de una población finita el tamaño de la población N= 40.232 habitantes de la zona urbana del cantón Jipijapa, por lo tanto, la fórmula es la siguiente:

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

<b>Donde:</b>	
<b>n=</b> Tamaño de la muestra	$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (40.232)}{(0,05)^2 (40.232) + (1,96)^2 (0,25)}$
<b>Z=</b> Margen de confiabilidad,	
<b>e=</b> Error admisible	$n = \frac{(3,84) (0,25) (40.232)}{(0,0025) (40.232) + (3,84)(0,25)}$
<b>N=</b> Tamaño de la población	
<b>n= ?</b>	$n = \frac{38.639}{100,58 + 0,96}$
<b>Z=</b> 1,96	
<b>P=</b> 0,5	$n = \frac{38.639}{101,54}$
<b>Q=</b> 0,5	
<b>e=</b> 0,05	
<b>N=</b> 40.232	<b>n= 381 Habitantes</b>

Tamaño final de la muestra.- Según los cálculos el tamaño final de la muestra debe ser 381 habitantes del sector urbano del cantón Jipijapa

## 6.7 Recursos utilizados

Para la realización de la presente investigación contamos con los recursos, tanto humanos y materiales que fueron factores importantes en desarrollo de la investigación.

### 6.7.1 Humanos

- Usuarios de servicio de fotocopiado
- Investigador
- Tutor de tesina

### **6.7.2 Materiales**

- Cámara fotográfica
- Libretas de apuntes,
- Papel de impresión,
- Esferográficos

### **6.7.3 Financieros**

El costo global utilizado en la investigación fue de \$ 350 valor que fue cubierto por la autora de la Tesina.

## **VII. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

### **7.1 Estudio de mercado**

#### **7.1.1 Presentación**

Germán Arboleda Vélez (2004), define: “Es el área en la cual convergen las fuerzas de oferta y demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar”.

Adam Smith (2004), manifiesta: “el mercado no es un ente abstracto, supone cinco elementos fundamentales: por lo menos un comprador, un vendedor, una oferta, una retribución lógica a cambio de la oferta y un ambiente adecuado que brinde tranquilidad, comodidad y que permita la interacción positiva entre los elementos.

Al referirse al objetivo de estudio de mercado determina que este permite estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir por un precio.

El estudio de mercado tiene como finalidad la determinación de los siguientes aspectos valorar la cantidad de producción, la existencia real de clientes que se dedican a la reproducción de Fotocopiados, la determinación de la cantidad demandada en términos de poder elaborar una proyección de ventas, la aceptación de las formas de pago, la valides de los mecanismo de mercado y ventas previstas.

Para ello el estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que existirán para adquirir el producto, además indicara que si las características y especificaciones del producto corresponden a las que desea comprar el cliente internos de los interesados, lo cual nos sirve para tener mejor orientación en el proyecto.

### **7.1.2 Identificación del producto**

El producto de este proyecto es la reproducción de Fotocopiado contando para ello con un equipo humano con mucha experiencia en la elaboración de los mismos, lo que permitirá ofrecer un reproducción de calidad..

### **7.1.3 Mercado meta**

Las estadísticas indican que el desarrollo de nuevos soportes tecnológicos no ha conseguido desplazar al papel, y que medios como la informática han disparado su consumo entre los particulares y empresas que requieren la reproducción rápida de documentos. A pesar de tratarse de un sector muy competitivo, los emprendedores más perspicaces pueden encontrar la oportunidad de introducirse sacando partido a su inversión.

### **7.1.4 Descripción del producto o servicio:**

**Las líneas de negocio que se pueden incorporar son las siguientes:**

- Copias color o blanco y negro: impresión de múltiples copias de todo tipo de documentos, en color o en blanco y negro.
- Copias de planos: impresión y doblado.
- Plastificados: impresión y plastificación de cualquier tipo de documento, títulos, oficiales o privados.
- Encuadernados: impresión y encuadernación de todo tipo de trabajos, proyectos, catálogos, tesis doctorales, etc.
- Servicio de fax
- Escaneados
- Cartelería: impresión de carteles o cualquier elemento comunicativo.

### **La clientela**

Este establecimiento tendrá como objetivo captar, básicamente, dos grandes colectivos:

Sector empresas (zonas de oficinas, comercios, instituciones públicas, etc.). Población estudiantil (escolares, formación profesional, universitarios, academias, etc.).

## La competencia

**Para el análisis de la competencia hay que distinguir dos tipos principales de competidores:**

- **Papelerías y copisterías.** Estos comercios van a ser la competencia directa del negocio. Por tanto, habrá que estudiar la zona escogida para la ubicación ya que es básico saber qué hace la competencia que ya está establecida en esa zona y apostar por la diferenciación .
- **Centros de reprografía.** Son centros de mayor inversión y cuyos principales clientes son otras empresas, puesto que están pensados para grandes volúmenes de trabajo.
- **Imprentas.** Algunas de ellas ofrecen servicios reprográficos, si bien están especializadas en la impresión para empresas.
- **Particulares.** Más que un competidor suponen una amenaza a servicio puesto que sustituye a este. Las nuevas tecnologías permiten que una gran mayoría de la población pueda disponer de impresora, ya sea en su propio hogar o en su lugar de trabajo.

## Plan de ventas

La captación de clientes es muy importante en un inicio para darse a conocer. Algunas variables que deben tenerse en cuenta para elaborar el plan de comunicación para el negocio son las que se exponen a continuación:

- El personal debe transmitir **profesionalidad**, que el cliente aprecie que le atiende un experto, capaz de asesorarle y aconsejarle.
- Se podría establecer la **recogida y entrega a domicilio** de forma gratuita siempre y cuando el importe fuese superior a uno establecido.

- **Publicidad:** buzoneo por la zona donde se ubique el negocio; folleto en el local sobre ofertas mensuales; mailing a empresas; Páginas Amarillas, etc.
- **Promociones:** bonos de fotocopia con los cuales la unidad sale más económica, tarjeta para acumular puntos, etc.
- El trabajo bien hecho y el servicio prestado adecuadamente hacen que el «**boca a boca**» sea la mejor publicidad para el negocio.
- Crear una **página web** es una opción válida debido al servicio que se ofrece, permitiendo exponer de una forma más explícita el conjunto de las actividades, y facilitando el contacto con los clientes. Hay copisterías que ofrecen sus servicios on-line, a través de la recepción de documentos y posterior envío de estos al domicilio del cliente. De momento, será una herramienta comunicativa que pospondremos a un momento en el negocio esté asentado

### 7.1.5 Segmentación de mercado

Segmentar un mercado significa dividir en partes y segmentos. Cada segmento debe estar conformado por grupos homogéneos de consumidores, es decir, que tengan los mismos grupos y preferencias. Es posible entonces, dividir el mercado de consumidores en función de algunas características que los hagan particulares para así poder concentrar la estrategia de ventas en un solo tipo de clientes.



## 7.1.6 Resultado de la encuesta

### 1. ¿Usted utiliza servicios de Fotocopiado regularmente?

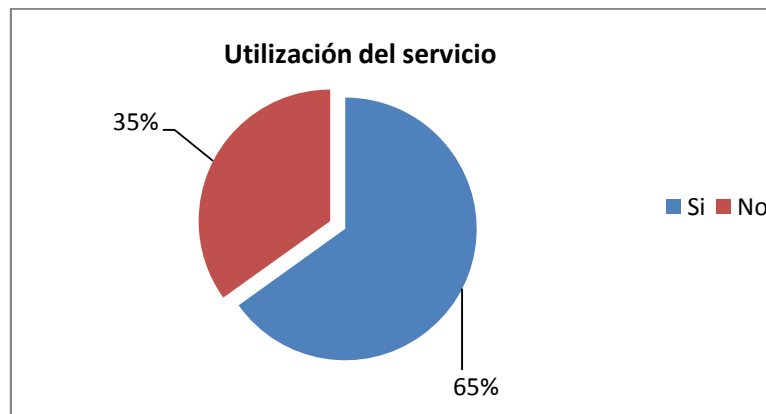
**TABLA 1**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	248	65%
No	133	35%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Público en general del cantón Jipijapa

**Elaborado por:** Autor de la Investigación

**GRAFICO 1**



#### **Análisis:**

Los estudiantes y el público en general en un 65% utilizan regularmente servicios de fotocopiado, en contraste con el 35% que manifestó que por sus actividades no lo utiliza.

2. ¿Además del Fotocopiado que otro servicio quisiera encontrar en el local?

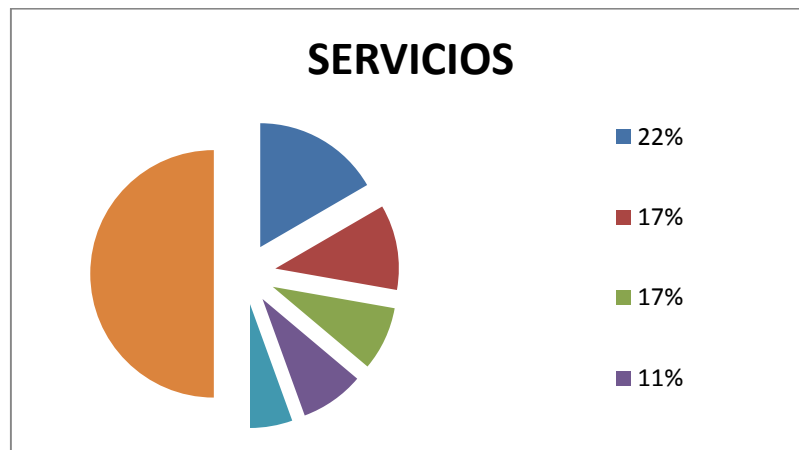
TABLA 2

	Frecuencia	Porcentaje
Fotocopia a color	126	33%
Anilladas	84	22%
Internet	65	17%
Papelería en general	65	17%
Trabajos en computadora	42	11%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Público en general del cantón Jipijapa

Elaborado por: Autor de la Investigación

GRAFICO 2



**Análisis:**

Los estudiantes y el público en general desearían encontrar otros servicios como: Fotocopia a color 33%, Anillados 22%, Internet 17%, Papelería en general 17%, trabajos en computadora 11%.

3. De las opciones anteriores, ¿Cuál es la más requerida por usted?

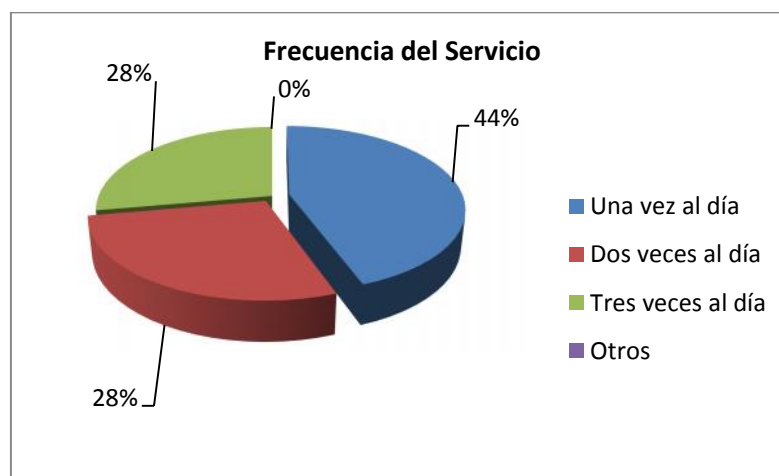
**TABLA 3**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al día	167	44%
Dos veces al día	107	28%
Tres veces al día	107	28%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Público en general del cantón Jipijapa

**Elaborado por:** Autor de la Investigación

**GRAFICO 3**



**Análisis:**

La mayoría de las personas que utilizan servicios de fotocopiado y otros lo utilizan de la siguiente manera: 44% una vez al día, y el 28% dos veces al día y el resto tres veces al día.

4. ¿Con que frecuencia recurre a los locales que ofrecen servicios de fotocopiadora y otros relacionados?

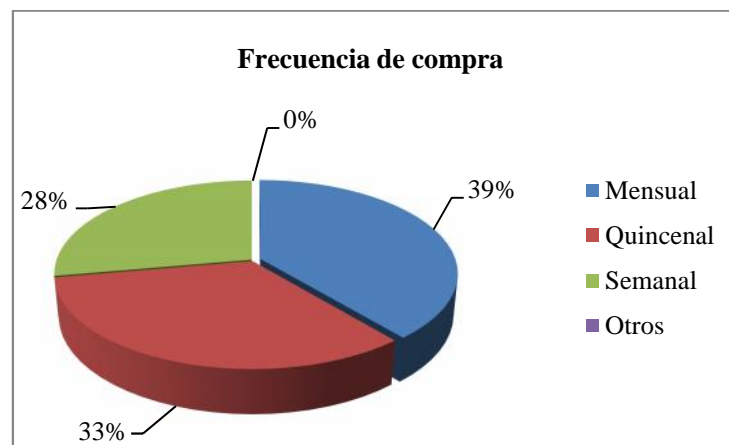
**TABLA 4**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Semanal	<b>149</b>	39%
Quincenal	<b>126</b>	33%
mensual	<b>107</b>	28%
Otros	<b>149</b>	0%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Público en general del cantón Jipijapa

**Elaborado por:** Autor de la Investigación

**GRAFICO 4**



**Análisis:**

Las personas que utilizan el servicio de fotocopiadora lo utilizan un 39% en forma semanal, en un 33% quincenalmente, seguido con el 28% adquieren el producto mensualmente.

5. ¿Dónde le gustaría que funcione un establecimiento de fotocopiadora?

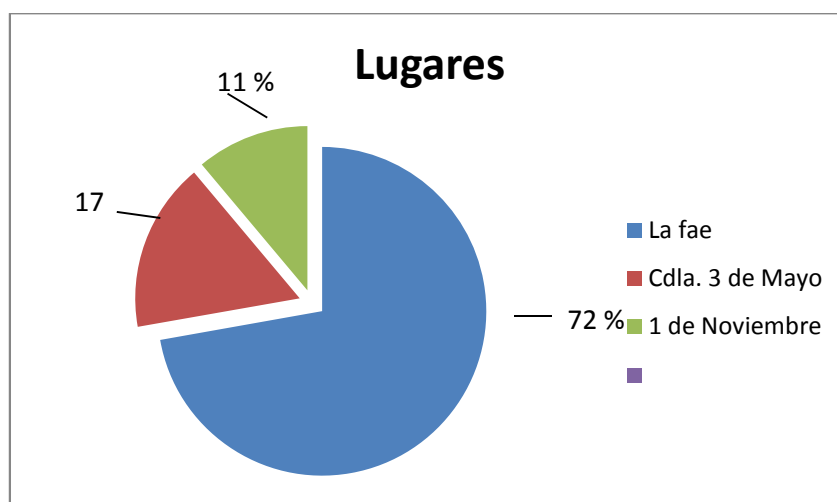
TABLA 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
La fae	274	72%
Cdla. 3 de Mayo	65	17%
1 de Noviembre	42	11%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Fuente: Público en general del cantón Jipijapa

Elaborado por: Autor de la Investigación

GRAFICO 5



**Análisis:**

De las personas encuestadas el 72% prefiere en la Cdla. la Fae, el 17% en la Cdla. 3 de Mayo y el 11 % en la Cdla. 1ero de Noviembre.

## 6. Cuáles son la característica del papel que utiliza?

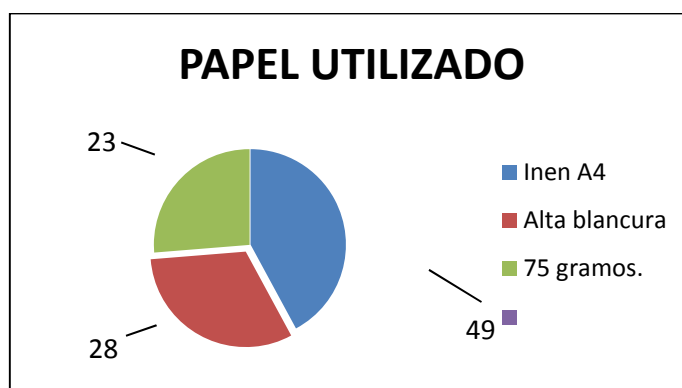
TABLA 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Inen A4	187	49%
Alta blancura	106	28%
75 gramos.	88	23%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Público en general del cantón Jipijapa

**Elaborado por:** Autor de la Investigación

GRAFICO 6



### Análisis:

La mayoría de los habitantes de la comunidad que se dedican al negocio del Fotocopiado utilizan la misma característica, el 49% utilizan el papel Inem, mientras que el 28% utilizan Alta Blancura, el 23% utilizan el de 75gramos.

7. ¿Está de acuerdo en la creación de un negocio de Fotocopiadora en la ciudad de en Jipijapa.

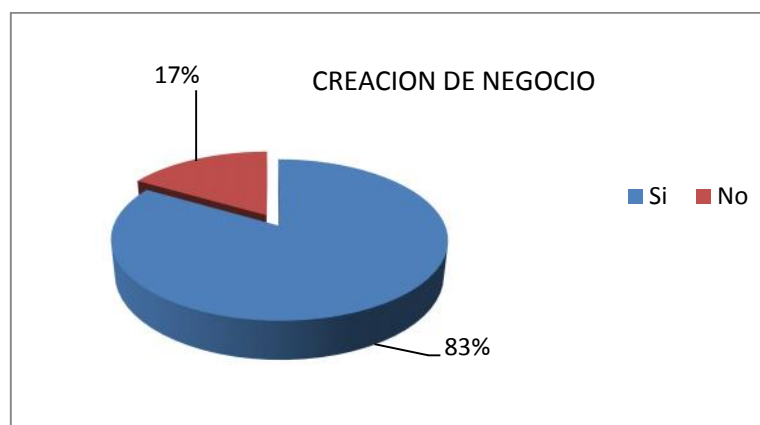
**TABLA 7**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	316	83%
No	65	17%
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**Fuente** público en general Jipijapa

**Elaborado por:** Autor de la Investigación

**GRAFICO 7**



**Análisis:**

La gran mayoría de las personas que fueron encuestas se llegó a determinar que un 83% les gustaría que si exista Inversión de Fotocopiado, mientras que en un 17% no les disgusto la creación del negocio de Fotocopiadora

### 7.1.7 Análisis de la Oferta

El producto “servicio de fotocopiado” es un servicio que desea satisfacer la necesidad de obtener material necesario para desarrollar las actividades académicas de los alumnos a través de la fotocopia.

El servicio de fotocopiado es un bien que busca la conveniencia inmediata de los clientes ya que la necesidad se va generando de manera continua.

#### Calculo de oferta

Poblacion del cantón Jipijapa	40.232		
Productores que utilizan servicios de fotocopiado(C)	65%		
Porción que tiene interes por el visitar los nuevos locales (c)	60%		
Cantidad de servicios de fotocopiado ®	8	(hojas/semana)	
Penetración del mercado real proyectada (p)	10%		
<b>Cálculos:</b>			
Mercado Potencial = P x C xc	40.232 x 65% x 0,60 =	15.690	consumidores
Demanda Real = Mercado	15.690 x 8 =	125.520	(hojas/semana)
Mercado Real = Demanda Real x	125.520 x 10% =	12.552	(hojas/semana)
Oferta de Producción =	Oferta semanal	12.552	(hojas/semana)
	Oferta mensual	50.208	(hojas/mes)
	Oferta anual	602.496	(hojas/año)



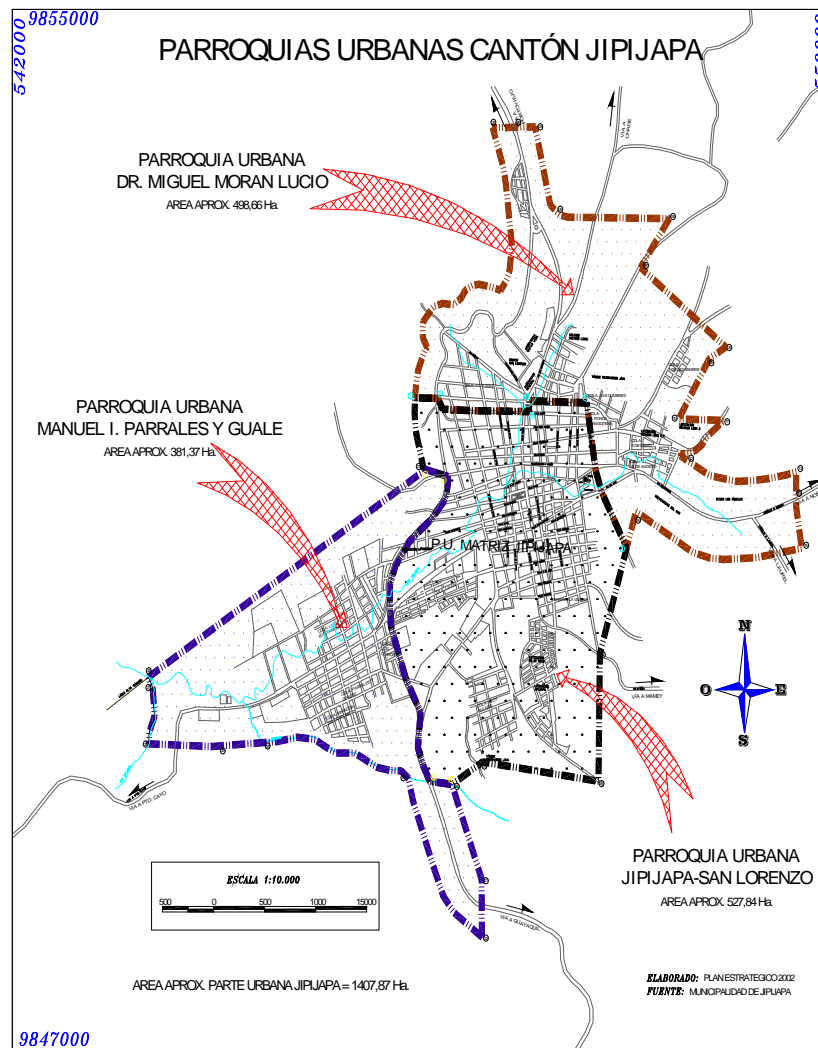
## 7.2 Estudio técnico del proyecto

En esta etapa del proyecto corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos los mismos que deben ser analizados en una forma correcta y adecuada para que el proyecto tenga éxito con sus consumidores finales.

### 7.2.1 Localización

#### Macro localización

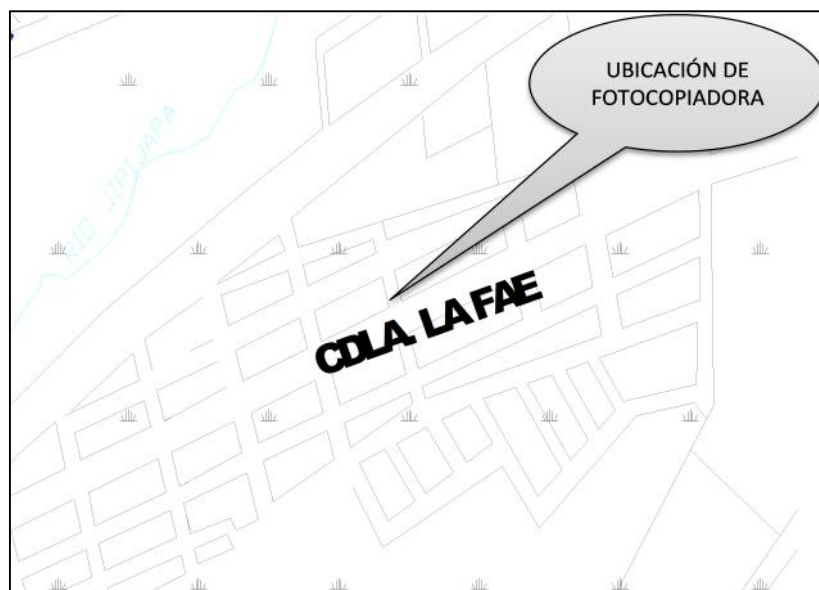
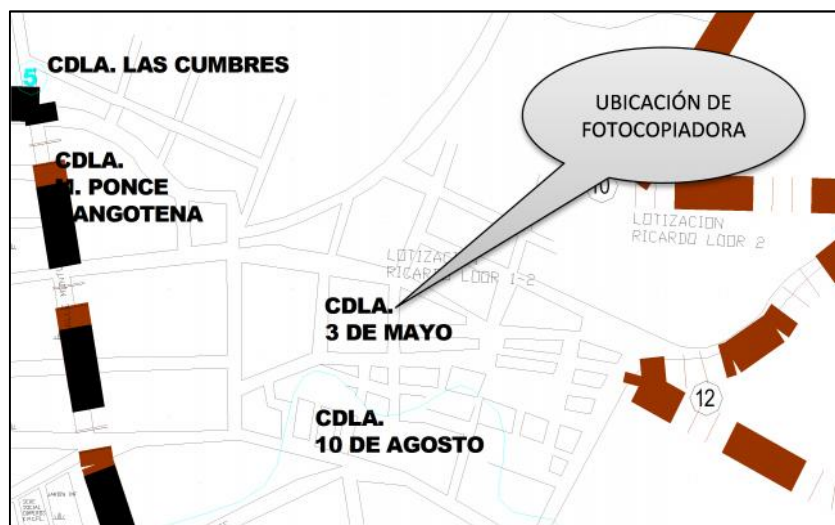
El cantón Jipijapa está ubicado al sur de la provincia de Manabí, entre los 01 grados 10 minutos y 01 grados 47 minutos de latitud sur y entre los 80 grados 25 minutos y 80 grados 52 minutos de longitud oeste.



## Micro localización

Considerando el estudio de los factores de localización, se justifica la implementación de Centros de Fotocopiados en el cantón Jipijapa en las diferentes Ciudadelas del Cantón Jipijapa, la primera estará ubicada en la ciudadela 3 de mayo y una segunda en la ciudadela La FAE, en los cuales se arrendará un local con las siguientes características:

- ✓ Área de 60 m<sup>2</sup>
- ✓ Disponibilidad a servicios básicos
- ✓ Facilidad de atención al cliente



## 7.2.2 Propuesta operativa

### 7.2.2.1 Descripción del área de negocios

La empresa centrara su área de negocio en la adquisición y selección de materia prima de alta calidad para la reproducción del Fotocopiado Básicamente la materia prima en la que enfocara su inversión son:

- ✓ Copiadoras
- ✓ Hojas
- ✓ Tinta
- ✓ Repuestos
- ✓ Suministro de oficina

### Capacidad instalada

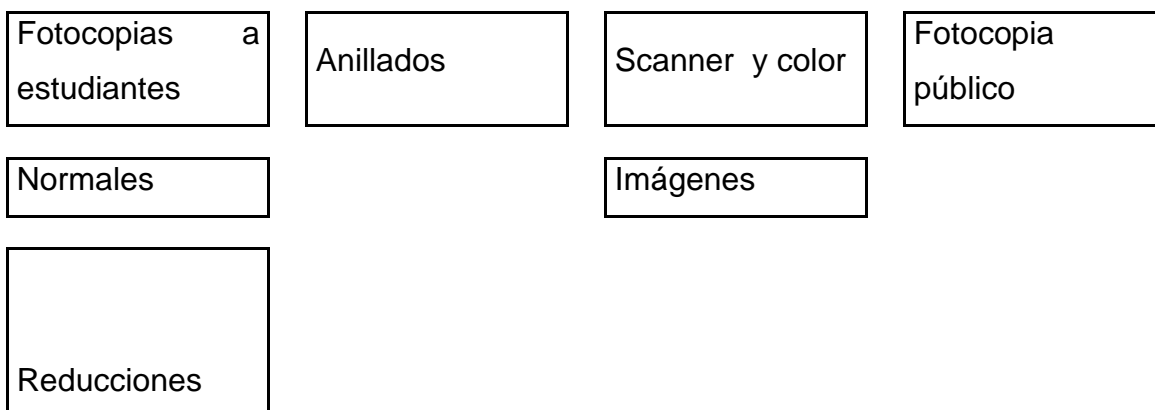
La empresa en este momento está a nivel de proyecto y no cuenta con mobiliario y equipos para producir el servicio.

### Capacidad a instalarse

Con el financiamiento de la institución se instalará el 100% de la capacidad de la empresa y tendrá una capacidad de producir hasta 602.496 fotocopias al año, distribuidos en dos locales.

### 7.2.2.2 Proceso productivo

#### Servicio de fotocopias



Este negocio, permite desarrollar otros productos relacionados y consistentes tales como: Anillado, scanner, fotocopia a color y fotocopias a público en general.

Una ventaja de lo anterior, es decir, la relación entre el producto principal y los relacionados, permite concentrar esfuerzos y consolidar el negocio como un todo aprovechando los recursos.

### **7.2.3 Equipos, muebles y enseres**

#### **Fotocopiadora:**

- ✓ Saca 35 copias/impresiones por minuto full Color.
- ✓ Saca 45 copias/impresiones por minuto en blanco y negro
- ✓ Saca copias en formato A3
- ✓ Funciona como impresora local puerto USB y de red con puerto RJ45.
- ✓ Función para red inalámbrica y BLUETOOTH.
- ✓ Función de escáner de red
- ✓ Garantía en suministros y repuestos
- ✓ Volumen de copiado 45.000 copias mensuales
- ✓ Bandeja automática de hojas (ADF)
- ✓ Amplia al 400% y reduce al 25%
- ✓ Saca copia de lado y lado (Duplex)



### Encuadernadora - Espiraladora

- ✓ Marca: Star
- ✓ Formato: A4- Oficio
- ✓ Sistema graduable para diferentes tamaño de espiral
- ✓ Procedencia: Brasil
- ✓ Estructura metálica de larga vida para trabajo pesado.
- ✓ Ideal para oficinas, centros de copiado, bazares, papelerías.
- ✓ Garantía : 6 meses



### MAQUINARIAS Y EQUIPOS

DETALLE	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Fotocopiadora 35 copias/impresiones por minuto full Color y 45 copias/impresiones por minuto en blanco y negro	4	1.650,00	6.600,00
Encuadernadora - Espiraladora Marca: Star	2	350,00	700,00
Computadoras intel dual core 2.93 ghz	2	755,00	1.510,00
Impresoras láser	2	60,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>8.930,00</b>

### MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Vitrinas	2	220,00	440,00
Perchas	4	150,00	600,00
Mesas de trabajo	4	160,00	640,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.680,00</b>

## 7.2.4 Requerimiento de Materiales directos e Indirectos

Los costos de producción como su nombre lo indica son los que intervienen directa o indirectamente en la producción o elaboración del producto. Los costos de producción o los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto.

Los elementos que conforman los costos de producción se detallan a continuación:

- a) Materia Prima Directa
- b) Mano de Obra Directa
- c) Gastos Generales de Fabricación
- a) Materia Prima Directa

### COSTO DE LA MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (cajas)	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Papel 75 gramo	300	34,00	10.200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.200,00</b>

### MATERIALES DIRECTOS

DETALLE	Unidad de medida	Cantidad (unidad)	Costo Unitario	Costo Total
Cilindro	caja	10	100,00	1.000,00
Piñón	unidad	10	8,00	80,00
Revelador	unidad	10	120,00	1.200,00
cuchilla	unidad	10	21,00	210,00
Rodillo de presión	unidad	10	16,00	160,00
Rodillo de Teflón	unidad	10	20,00	200,00
Uñetas	unidad	40	3,50	140,00
Tintas de colores para recarga de Cartucho de tintas	litros	200	10,00	2.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>4.990,00</b>

## 7.2.5 Ingresos

Las unidades de producción se establece que para los 5 años se mantendrá en el año 1, el precio unitario de venta está en relación a los costos y el incremento a partir del año 2 con el porcentaje de la inflación del 5 %, publicada en Agosto de 2012 por el Banco Central del Ecuador.

PLAN DE PRODUCCIÓN E INGRESOS				
AÑOS	Detalle	Cantidad (unidad/año)	Precio Unitario	Ingreso anual
1	Fotocopias B/N	451.872	0,03	13.556,16
	Fotocopia a color	150.624	0,15	22.593,60
	Anilladas	3.000	1,00	3.000,00
	Trabajos en computadora (tipiado)	30.000	0,20	6.000,00
	<b>TOTAL</b>	<b>451.872</b>		<b>45.149,76</b>
2	Fotocopias B/N	451.872	0,03	14.233,97
	Fotocopia a color	150.624	0,16	23.723,28
	Anilladas	3.000	1,05	3.150,00
	Trabajos en computadora (tipiado)	30.000	0,21	6.300,00
	<b>TOTAL</b>	<b>451.872</b>		<b>47.407,25</b>
3	Fotocopias B/N	451.872	0,03	14.945,67
	Fotocopia a color	150.624	0,17	24.909,44
	Anilladas	3.000	1,10	3.307,50
	Trabajos en computadora (tipiado)	30.000	0,22	6.615,00
	<b>TOTAL</b>	<b>451.872</b>		<b>49.777,61</b>
4	Fotocopias B/N	451.872	0,03	15.692,95
	Fotocopia a color	150.624	0,17	26.154,92
	Anilladas	3.000	1,16	3.472,88
	Trabajos en computadora (tipiado)	30.000	0,23	6.945,75
	<b>TOTAL</b>	<b>451.872</b>		<b>52.266,49</b>
5	Fotocopias B/N	451.872	0,04	16.477,60
	Fotocopia a color	150.624	0,18	27.462,66
	Anilladas	3.000	1,22	3.646,52
	Trabajos en computadora (tipiado)	30.000	0,24	7.293,04
	<b>TOTAL</b>	<b>451.872</b>		<b>54.879,82</b>

### **7.3 Estudio económico**

El estudio económico señalará las necesidades totales de capital para las inversiones y mostrará en un resumen ordenado de fuentes de recursos financieros que se utilizarán y su distribución en los diversos usos que comprende el proyecto. Es decir la información económica necesarios para la ejecución de este proyecto cuáles serán sus gastos administrativos y de ventas, el costo de producción y por ende los indicadores que servirán de base para la evaluación financiera.

El objetivo de este estudio es aportar con una visión amplia de las condiciones financieras y económicas que se llevara a cabo en el proyecto, y de igual manera identificar y mostrar la disposición de los recursos para la ejecución de los mismos.

#### **7.3.1 Inversión Inicial**

Las inversiones corresponden al conjunto de gastos, en los que debe incurrir el proyecto a partir de la iniciación de los estudios preliminares hasta la ejecución y puesta en marcha del proyecto, la inversión asciende a \$ 15.850,09 con un financiamiento de \$ 10,610 mediante préstamo a la corporación financiera nacional (CFN).



**PLAN DE INVERSIÓN Y ORIGEN DE FONDOS**  
(En dólares)  
**PLAN DE INVERSIÓN**

<b>INVERSION FIJA</b>	<b>APORTE</b>	<b>CRÉDITO</b>	<b>TOTAL</b>
Terreno	0,00	0,00	0,00
Edificio	0,00	0,00	0,00
Maquinarias, equipos y herramientas	0,00	10.610,00	10.610,00
Vehículo	0,00	0,00	0,00
Muebles y equipos de oficina.	852,00	0,00	852,00
Gastos de Constitución	1.215,00	0,00	1.215,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.067,00</b>	<b>10.610,00</b>	<b>12.677,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Materia prima directa para un mes	850,00		850,00
Materiales directos para 1 mes	415,83	0,00	415,83
Mano de obra directa para 1 mes	584,00	0,00	584,00
Gastos de operaciones para 1 mes	718,00	0,00	718,00
Gastos de administración y ventas para 1 mes	605,26	0,00	605,26
<b>TOTAL</b>	<b>3.173,09</b>	<b>-</b>	<b>3.173,09</b>

<b>INVERSIÓN TOTAL= INV.FIJA+CAP.TRABAJO</b>	<b>15.850,09</b>
--	------------------

**APLICACIÓN**

<b>INVERSIÓN FIJA</b>	12.677,00	80%
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	3.173,09	20%
<b>TOTAL</b>	<b>15.850,09</b>	<b>100%</b>

**ORIGEN DE FONDOS**

<b>DETALLE</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>RECURSOS PROPIO</b>	5.240,09	33%
<b>CRÉDITO BANCARIO</b>	10.610,00	67%
<b>TOTAL</b>	<b>15.850,09</b>	<b>100%</b>

### 7.3.1.1 Inversión Fija

La inversión fija está constituida por los bienes de capital o activos fijos. En plan de inversión se presentan los rubros que corresponden a la inversión en activos.

### 7.3.1.2 Activos diferidos

Es el pago de los derechos de la empresa debe realizar para poder funcionar legalmente, estos pagos de los realiza por una sola vez hasta que la empresa inicie su funcionamiento. Los gastos ascienden a \$ 1.215,00

#### INVERSION DIFERIDA

DENOMINACIÓN	VALOR
PERMISOS MUNICIPALES Y OTROS	405,00
GASTOS DE CONSTITUCION	810,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.215,00</b>

### 7.3.1.3 Capital del Trabajo

Se considera como capital de trabajo la inversión inicial que es necesaria para la puesta en marcha de la industria, está comprende la Inversión variable proyectada para el primer año correspondiente a 1 mes la misma que estará financiada con capital propio y con financiamiento de una entidad financiera que servirá para cubrir los costos y gastos iniciales de operación más la inversión fija que constituye los activos fijos proyectados necesarios para que entre en funcionamiento la industria, los cuales asciende a \$ 3.173,09

### 7.3.2 Financiamiento

Para la realización de este proyecto, se han considerado dos posibilidades: financiamiento propio, y préstamo a la Corporación Financiera Nacional

De acuerdo a los datos, tendremos un apalancamiento del 56%, lo cual nos servirá para mantener la rentabilidad sostenible de la microempresa. Se solicitará un crédito al CFN (Corporación Financiera Nacional) el cual cuenta con una tasa activa del 12% y cuya deuda se amortizará a 5 años.

Escogemos esta entidad porque esta institución financiera nos ofrece una tasa módica en la cual, los primeros años nosotros como emprendedores podremos cancelar de acuerdo a nuestras ganancias obtenidas.

#### TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

##### CRÉDITO BANCARIO EN DOLARES

MONTO 10.610,00  
 INTERÉS (ie) 12,00% PAGO \$2.943,32  
 PERIODO 5

FORMA DE PAGO: en amortizaciones anuales iguales

PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO DE INTERÉS	PAGO DE CAPITAL	CUOTA TOTAL	SALDO FINAL
0					
1	10.610,00	1.273,20	1.670,12	2.943,32	8.939,88
2	8.939,88	1.072,79	1.870,53	2.943,32	7.069,35
3	7.069,35	848,32	2.095,00	2.943,32	4.974,36
4	4.974,36	596,92	2.346,39	2.943,32	2.627,96
5	2.627,96	315,36	2.627,96	2.943,32	-

### 7.3.3 Presupuesto de Personal

La mano de obra directa corresponde al trabajo físico o intelectual que el ser humano aporta directamente a la transformación de la Materia Prima al Producto Terminado.

**La mano de obra** del presente estudio está conformada por 2 operarios, los mismos que trabajarán en una jornada de 8 horas diarias de trabajo los 6 días a la semana.

**La mano de obra indirecta** está formada por la asistencia de un técnico que es la persona encargada del mantenimiento de los equipos y de capacitación al personal, en especial a los operarios ya que de ellos depende la elaboración y la calidad del producto.

**GASTOS DE PERSONAL EN DÓLARES**

DENOMINACIÓN	CANT.	SUELDO MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>MANO DE OBRA DIR.</b>				
Operarios	2	292,00	584,00	7.008,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>		<b>\$ 584,00</b>	<b>\$ 7.008,00</b>

**GASTOS DE PERSONAL EN DÓLARES**

DENOMINACIÓN	CANT. (visitas técnicas al mes)	VALOR VISITAS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>MANO DE OBRA IND.</b>				
Jefe de mantenimiento	1	50,00	50,00	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 600,00</b>

**7.3.4 Presupuesto Gastos Administrativos y de Ventas**

Los gastos administrativos incluyen el alquiler de la oficina, los suministros de oficina y los servicios básicos; mientras que los gastos de ventas incluyen las comisiones por ventas para el personal en relación de dependencia y los gastos de representación:

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DENOMINACIÓN	CANT.	SUELDO MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Administrador	1	350,00	350,00	4.200,00
				-
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>\$ 4.200,00</b>

**COSTO DE SERVICIOS BÁSICOS AL AÑO**

DESCRIPCIÓN	COSTO AL MES	COSTO AL AÑO
Electricidad	60,00	720,00
Agua	10,00	120,00
Teléfono	25,00	300,00
Alquiler de locales (2 locales)	200,00	2.400,00
Internet	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.900,00</b>

**GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	COSTO AL MES	COSTO AL AÑO
Publicidad en radio	80,00	960,00
Publicidad en prensa escrita	120,00	1.440,00
<b>Total</b>	<b>200,00</b>	<b>\$ 2.400,00</b>

## **7.4 Evaluación financiera**

### **7.4.1 Estado de Pérdidas y Ganancias**

Para mostrar el estado financiero de la empresa, a continuación se presenta el Balance de Resultados o también llamado Balance de Pérdidas y Ganancias de las operaciones que la empresa obtendrá durante los 5 años proyectados:

Este instrumento de evaluación nos permite conocer las ganancias o pérdidas reales de la operación realizada dentro de un ciclo. Esto se calcula en base a los ingresos y costos proyectados. Para la elaboración del estado de resultados se tomó en cuenta lo que establece la Ley de régimen Tributario interno, como es el 15% de utilidades para los trabajadores y el 25% de impuesto a la renta, hasta obtener una utilidad neta.

El primer año podemos observar una ganancia de \$ 3.542,23 para el proyecto, pero en el lapso de los 5 años podemos observar un incremento muy significativo hasta alcanzar la cantidad de \$ 4.549,42 en promedio.

**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

(En dólares)

PERIODOS (en años)

	1	2	3	4	5
<b>VENTAS NETAS</b>	45.149,76	47.407,25	49.777,61	52.266,49	54.879,82
<b>COSTOS DE VENTAS</b>					
(-)Costos directos (A1)	22.198,00	23.272,38	24.398,77	25.579,67	26.817,72
(-)Gastos indirectos (A1)	6.323,59	6.629,65	6.950,52	7.286,93	7.639,61
(-)Depreciación (A1,A2)	2.462,80	2.462,80	2.462,80	2.462,80	2.462,80
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>14.165,38</b>	<b>15.042,42</b>	<b>15.965,52</b>	<b>16.937,10</b>	<b>17.959,68</b>
(-)Gastos de administración (A2)	4.692,74	4.919,87	5.157,99	5.407,64	5.669,37
(-)Gastos de venta (A2)	2.400,00	2.516,16	2.637,94	2.765,62	2.899,47
(-)Amortización ( Est. Sit. Inic. Gast. Preop)	243,00	243,00	243,00	243,00	243,00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>6.829,63</b>	<b>7.363,39</b>	<b>7.926,59</b>	<b>8.520,84</b>	<b>9.147,83</b>
(-)Gastos financieros (Tabla amort)	1.273,20	1.072,79	848,32	596,92	315,36
<b>V.AI.PE</b>	<b>5.556,43</b>	<b>6.290,60</b>	<b>7.078,26</b>	<b>7.923,92</b>	<b>8.832,48</b>
(-)Partcip. Empl. 15%	833,46	943,59	1.061,74	1.188,59	1.324,87
<b>V.A IMP. RENTA</b>	<b>4.722,97</b>	<b>5.347,01</b>	<b>6.016,52</b>	<b>6.735,33</b>	<b>7.507,61</b>
(-)Impuesto a la renta 25%	1.180,74	1.336,75	1.504,13	1.683,83	1.876,90
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>3.542,23</b>	<b>4.010,26</b>	<b>4.512,39</b>	<b>5.051,50</b>	<b>5.630,70</b>

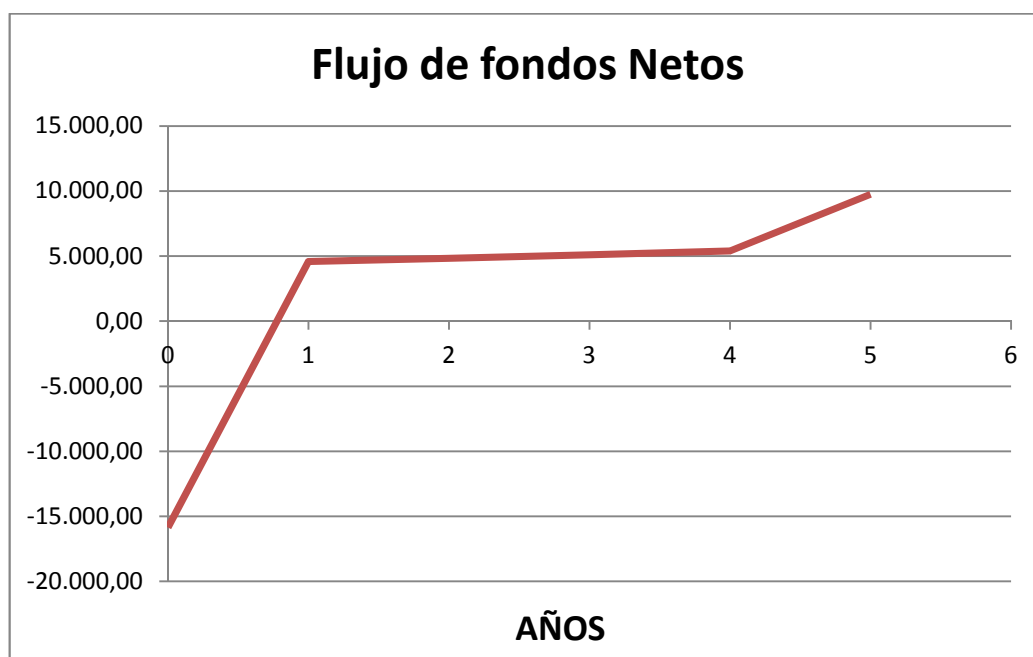
Ingresos promedios al año

49.896,18

## 7.4.2 Flujo de Caja

Es una de las herramientas más importantes dentro de la evaluación de proyectos, debido a que los indicadores que se calculara más adelante dependen fundamentalmente de los resultados de estos, tiene como propósito medir las principales entradas y salidas de los recursos, aquí se incluye información como las depreciaciones y las amortizaciones que son solo con fines tributarios.

Los flujos de caja determinan las entradas y salidas de dinero que le presente proyecto genere, además nos ayuda a determinar los índices financieros del proyecto, En base a la información obtenida en el flujo de caja podremos obtener el VAN (Valor actual neto), el cual nos servirá para evaluar al proyecto y saber si es conveniente hacerlo o no.



### FLUJO DE FONDOS NETOS

INGRESO Y EGRESOS	0	1	2	3	4	5
<b>Servicios de Fotocopias</b>		451.872	451.872	451.872	451.872	451.872
<b>Precio unitario (Promedio)</b>		0,10	0,10	0,11	0,12	0,12
<b>INGRESOS DE OPERACIÓN</b>	<b>0,00</b>	<b>45.149,76</b>	<b>47.407,25</b>	<b>49.777,61</b>	<b>52.266,49</b>	<b>54.879,82</b>
(-)Costo de Operación		28.521,59	29.902,03	31.349,29	32.866,59	34.457,34
(-)Costo de Administración y venta		7.092,74	7.447,38	7.819,75	8.210,74	8.621,27
(-)Depreciación		2.462,80	2.462,80	2.462,80	2.462,80	2.462,80
(-)Amortización		243,00	243,00	243,00	243,00	243,00
(-)Pago de Intereses por Crédito Recibido		1.273,20	1.072,79	848,32	596,92	315,36
<b>Utilidad Antes de Participación e Impuestos</b>		<b>5.556,43</b>	<b>6.279,25</b>	<b>7.054,45</b>	<b>7.886,44</b>	<b>8.780,05</b>
(-)15% de Participación Trabajadores		833,46	941,89	1.058,17	1.182,97	1.317,01
(=)Utilidad Antes de Impuesto a la Renta		4.722,97	5.337,36	5.996,28	6.703,47	7.463,04
(-)25% de impuesto a la Renta		1.180,74	1.334,34	1.499,07	1.675,87	1.865,76
<b>Utilidad Neta</b>		<b>3.542,23</b>	<b>4.003,02</b>	<b>4.497,21</b>	<b>5.027,60</b>	<b>5.597,28</b>
(+)Utilidad en Ventas de Activos		0,00	0,00	0,00	0,00	1.339,35
(-)Impuestos a las utilidades de ventas de activos		0,00	0,00	0,00	0,00	446,45
(+)Ingresos no gravables		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Costos de operación no deducibles		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Valor en libros de los activos vendidos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Depreciación		2.462,80	2.462,80	2.462,80	2.462,80	2.462,80
(+)Amortización de activos diferidos		243,00	243,00	243,00	243,00	243,00
(-)Costo de inversión fija	12.677,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Capital de trabajo	3.173,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Recuperación de capital de trabajo		0,00	0,00	0,00	0,00	3.173,09
(+)Crédito recibido		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Pago del capital (amortización del principal)		1.670,12	1.870,53	2.095,00	2.346,39	2.627,96
<b>Flujo de fondos Netos</b>	<b>-15.850,09</b>	<b>4.577,91</b>	<b>4.838,29</b>	<b>5.108,02</b>	<b>5.387,01</b>	<b>9.741,11</b>

Nota: al final de la vida útil del proyecto se vendera el taller en \$ 12.000,00

VALOR LIBROS =	10.214,20
VAL. VTA. ACT.=	12.000,00
UTIL. VTA. ANT. IMP.=	1.785,80
IMP. VTA. ACT.25% -	446,45
UTILIDAD VTA ACT. =	<b>1.339,35</b>



### 7.4.3 Costo promedio ponderado del capital (WACC)

Para iniciar nuestro análisis de rentabilidad, en primer lugar debemos determinar la tasa a la cual descontaremos nuestros flujos, es decir, el costo de capital denominada WACC

El WACC representa la tasa mínima de retorno a la cual un inversionista estaría dispuesto a invertir en un proyecto, por lo tanto es la rentabilidad que el inversionista exige como mínima por renunciar a un uso alternativo de sus recursos, en otros proyectos con niveles de riesgo similar.

$$\text{CAPM} = R_f + B_e ( E_{Rm} - R_f )$$

$$\text{CAPM} = 13,04\% + 88,97\% * ( 14,00\% - 13,04\% )$$

$$\text{CAPM} = 13,89\%$$

#### DONDE:

$R_f$  = Tasa Libre de Riesgo ( Tasa Pasiva Referencial + Riesgo País )

$B_e$  = Beta (Riesgo sistemático)

$E_{Rm}$  = Tasa de Retorno Esperada del Mercado

Tasa pasiva referencial = 4,86%

Riesgo País = 8,18%

			<b>Aplicación</b>	<b>Interés</b>	<b>Ponderación</b>	
<b>DEUDA</b>	10.610,00	67%	12,00%		8,03%	
<b>PATRIMONIO</b>	5.240,09	33%	13,89%		4,59%	
<b>TOTAL</b>	<b>15.850,09</b>	<b>100,00%</b>			<b>12,63%</b>	<b>WACC</b>

### 7.4.4 TIR

La TIR consiste en determinar la tasa a que recupera la inversión total en activos, durante la vida útil del proyecto, esta recuperación se mide en función del flujo de efectivo durante la vida útil del proyecto, tomando en

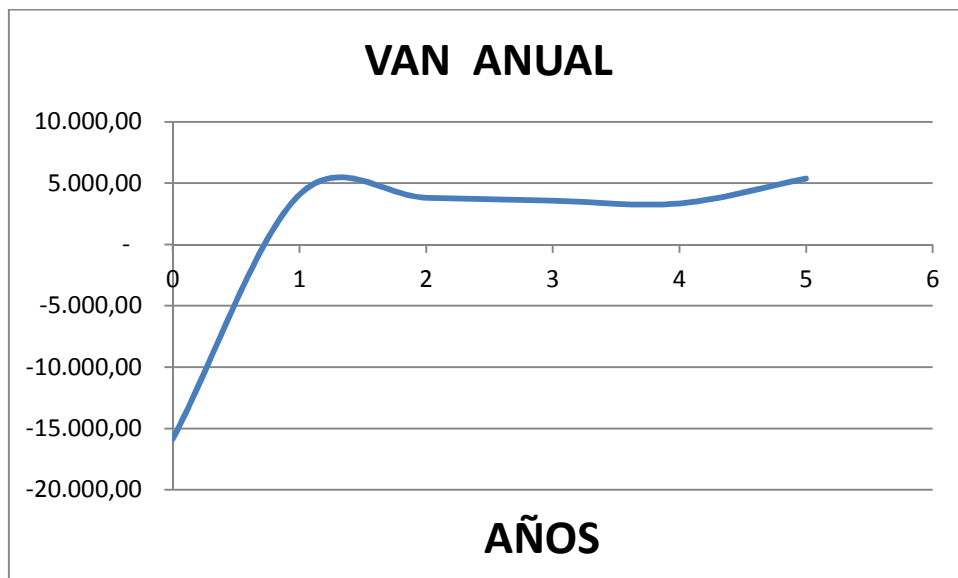
cuenta los flujos de caja proyectados y se obtiene de dos VAN, un positivo y un negativo.

La TIR para el presente proyecto alcanza un 22%, siendo mayor al costo promedio ponderado del capital (WACC) que es de 12,63%; con lo cual se demuestra la viabilidad financiera del proyecto.

#### 7.4.5 VAN

El Valor Actual Neto corresponde al valor presente de todos los flujos futuros generados por el proyecto, descontados a una tasa del 12,63%. El VAN para el presente proyecto es de 4.327,80 siendo este mayor a cero, por lo que se concluye que el negocio es rentable.

<b>VAN</b>	<b>4.327,80</b>
<b>TIR</b>	<b>22,00%</b>
<b>R B/C</b>	<b>1,11</b>
<b>VAN (ingreso)</b>	<b>175.072,72</b>
<b>VAN (egreso)</b>	<b>\$ 157.138,54</b>



#### 7.4.6 Relación beneficio costo B/C

Al desarrollar la relación económica beneficio-costos (B/C), es necesario obtener el valor presente para los ingresos y los egresos, desde un punto de partida que es el interés o costo de oportunidad de invertir en otro proyecto.

B/C = valor presente de los Ingresos / valor presente de los Egresos

$$B/C = 175.072,72/157.138,54 = 1,11$$

#### 7.4.7 Periodo de Recuperación de la inversión

El periodo de recuperación del proyecto permite calcular el tiempo que se demorará el inversionista en recuperar la inversión realizada, este fue calculado por medio del valor presente del flujo de fondos netos, dando como tiempo de recuperación: 4 años y 2 meses aproximadamente.

##### PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Años	Inversión	FFN	VP FFN
0	- 15.850,09		
1		4.577,91	4.064,69
2		4.838,29	3.814,29
3		5.108,02	3.575,48
4		5.387,01	3.348,04
5		9.741,11	5.375,41

vp=vf/(1+i)^n	
Inversión	15.850,09
VP ffn 4to año	14.802,49
Diferencia	1.047,60

AÑO	VALOR PRESENTE
1	5.375,41
0,19	1.047,60

$$\text{Porcentaje por año} = \frac{1.047,60}{5.375,41} = 0,19 \quad 2 \text{ meses}$$

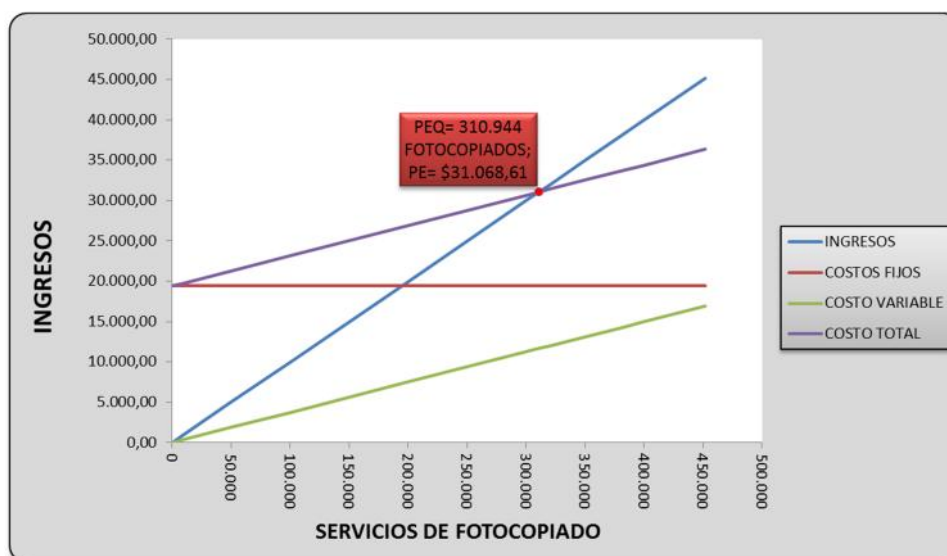
$$\text{PRI} = 4,19 \text{ AÑOS}$$

## 7.4.8 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos, cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

El cálculo del punto de equilibrio nos permite determinar con que volumen de producción podemos generar ingresos que nos permitan salvar los costos, es decir, que ni ganamos ni perdemos; el punto de equilibrio de este proyecto para el primer año es de \$ 31.068,61 en lo económico y 310.944 servicios de fotocopiado.

CANTIDADES	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	UTILIDADES
0	0,00	19.415,04	0,00	19.415,04	-19.415,04
10.000	999,17	19.415,04	374,78	19.789,82	-18.790,65
50.000	4.995,86	19.415,04	1.873,90	21.288,95	-16.293,09
100.000	9.991,71	19.415,04	3.747,81	23.162,85	-13.171,13
200.000	19.983,43	19.415,04	7.495,61	26.910,65	-6.927,23
300.000	29.975,14	19.415,04	11.243,42	30.658,46	-683,32
<b>310.944</b>	<b>31.068,61</b>	<b>19.415,04</b>	<b>11.653,57</b>	<b>31.068,61</b>	<b>0,00</b>
320.000	31.973,49	19.415,04	11.992,98	31.408,02	565,46
350.000	34.971,00	19.415,04	13.117,32	32.532,36	2.438,64
380.000	37.968,51	19.415,04	14.241,66	33.656,71	4.311,81
400.000	39.966,86	19.415,04	14.991,22	34.406,27	5.560,59
<b>451.872</b>	<b>45.149,76</b>	<b>19.415,04</b>	<b>16.935,29</b>	<b>36.350,33</b>	<b>8.799,43</b>



## VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

### 8.1 Conclusiones

La factibilidad de implementar este proyecto, inicialmente se da por la demanda del servicio tal como lo demuestra el estudio de mercado. El proyecto goza de factibilidad técnica, por cuanto se cuenta con los recursos productivos necesarios.

El monto de la inversión en el presente proyecto es de \$15.850,09 con el 33% de aporte del inversionista y el 67% mediante un préstamo bancario.

El proyecto goza de factibilidad económica y financiera, como lo demuestran las evaluaciones que se han presentado. El valor presente neto a la tasa de descuento del 12,63%, es de \$4.327,80 en una proyección de 5 años, puesto que  $VPN > 0$ , El proyecto es altamente recomendable, pues no solo satisface la tasa de interés social, sino que además reporta utilidades.

La tasa interna de retorno (TIR) que hace que el  $VPN = 0$ , aplicada sobre el flujo neto de caja es del 22%, lo que demuestra su viabilidad.

La relación Beneficios -Costo, es de 1,11 de beneficio por cada dólar invertido, lo cual es demostrativo de la alta generosidad de este proyecto. .

## **8.2 Recomendaciones**

Desde el punto de vista del sector privado de la economía, se recomienda financiar y ejecutar este proyecto por sus bondades económicas y financieras, pero siempre siguiendo los parámetros indicados en el estudio.

El proyecto puede ejecutarse a título personal sin necesidad de constituir una compañía para ello..

Aplicar un control sistemático en cuanto a la utilización de los registros contables, de tal manera que permita registrar, clasificar, resumir, presentar y analizar los datos de ingresos y egresos, así como el conocimiento de la situación económica y financiera de la empresa que perciba.

## BIBLIOGRAFÍA

1. ARBOLEDA, Vélez Germán. (1998). "Proyectos Formulación, Evaluación y Control" Edición Segunda. Cali – Colombia.
2. FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, ( 2005) "Guía para el Diseño del Plan de Trabajo de Grado", Ibarra – Ecuador
3. CHILQUINGA J. Manuel (2007). "Contabilidad de Costos" Edición Primera. Ibarra - Ecuador
4. GUTIÉRREZ, Abraham. (1997) "Cursos de Métodos de Investigación y Elaboración de Monografías." Edición Quinta. Quito – Ecuador
5. JÁCOME, Walter. (2005) "Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión", Editorial Universitaria, Ibarra-Ecuador
6. LEIVA ZEA, Francisco. (1980), "Nociones de Metodología de Investigación Científica." Edición Segunda. Quito – Ecuador
7. MENDEZ, Carlos. (1995), "Metodología Guía para la Elaboración de Investigación en Ciencias Económicas, Contables, y Administrativas." Edit. Nomos S.A. Edición Segunda. Colombia.
8. MERCEDES BRAVO, Valdivieso. (2007) "Contabilidad de costos". Edición Primera. Editora nuevodía Quito - Ecuador.
9. POSSO Y. Miguel Ángel, (2004). "Metodología para el Trabajo de Grado (Tesis y Proyectos)." Edición Primera. Ibarra – Ecuador.
10. SALLENAVE, Jean. (2000). "Gerencia y Planeación Estratégica." Editora Norma. Bogotá - Colombia.
11. ZAPATA SÁNCHEZ, Pedro. (2008). Contabilidad General, Edición Sexta. Colombia – Bogotá.

# **ANEXOS**



**COSTOS DIRECTOS  
COSTO DE LA MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (cajas)	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Papel 75 gramo	300	34,00	10.200,00
			0,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.200,00</b>

**GASTOS DE PERSONAL EN DÓLARES**

DENOMINACIÓN	CANT.	SUELDO MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>MANO DE OBRA DIR.</b>				
Operarios	2	292,00	584,00	7.008,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>		<b>\$ 584,00</b>	<b>\$ 7.008,00</b>

**MATERIALES DIRECTOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Materiales Directos	\$ 4.990,00
	<b>\$ 4.990,00</b>

**COSTOS INDIRECTOS**

**GASTOS DE PERSONAL EN DÓLARES**

DENOMINACIÓN	CANT. (visitas técnicas al mes)	VALOR VISITAS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>MANO DE OBRA IND.</b>				
Jefe de mantenimiento	1	50,00	50,00	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>\$ 50,00</b>	<b>\$ 600,00</b>

**TRANSPORTE**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento	\$ 50,00	\$ 600,00

**COSTO DE SERVICIOS BÁSICOS AL AÑO**

DESCRIPCIÓN	COSTO AL MES	COSTO AL AÑO
Electricidad	60,00	720,00
Agua	10,00	120,00
Teléfono	25,00	300,00
Alquiler de locales (2 locales)	200,00	2.400,00
Internet	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.900,00</b>

**MATERIALES INDIRECTOS Y OTROS SUMINISTROS**

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Materiales indirectos	195,00
Materiales auxiliares y suministros	300,00
	<b>\$ 495,00</b>

**A) DEPRECIACIÓN**

CONCEPTO	COSTO	VIDA ÚTIL	COSTO AL AÑO
Edificio	-	20	-
Vehículo	-	5	-
Maquinarias, equipos y enseres	10.610,00	5	2.122,00
Muebles y equipos de oficina	852,00	5	170,40
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>			<b>\$ 2.292,40</b>

**SEGUROS**

CONCEPTO	COSTO	TIPO DE SEGURO	% DE SEGURO	VALOR ANUAL
Edificio	-	S. Incendio	3%	-
Vehículo	-	S. Robo	3%	-
Maquinarias, equipos y enseres	10.610,00	S. Completo	3%	318,30
				<b>\$ 318,30</b>

<b>SUBTOTAL DE GASTOS DE OPERACIONES</b>	<b>\$ 8.205,70</b>
--	--------------------

**IMPREVISTOS**

Aproximadamente el 5% de los rubro anteriores	\$ 410,29
---	-----------

<b>TOTAL DE GASTOS DE OPERACIONES</b>	<b>\$ 8.615,99</b>
---------------------------------------	--------------------

<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIONES</b>	<b>\$ 30.813,99</b>
------------------------------------	---------------------

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DENOMINACIÓN	CANT.	SUELDO MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Administrador	1	350.00	350.00	4.200.00
				-
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>\$ 4.200,00</b>

**B) DEPRECIACIÓN**

CONCEPTO	COSTO	TOTAL / AÑO
Muebles y equipos de oficina (amortizables en 5 años)	<b>852,00</b>	<b>\$ 170,40</b>

**MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA UTILIZADOS AL AÑO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO / UNIT.	TOTAL / AÑO
Papel A-4 (Resma)	8	3.50	28.00
Carpetas colgantes	60	0.35	21.00
Carpetas	50	0.15	7.50
Facturas (talonarios)	4	7.00	28.00
Tinta impresora	6	15.00	90.00
Esferos (cajas)	2	4.50	9.00
Lápices (cajas)	1	1.80	1.80
Sellos	2	12.00	24.00
Imprevistos	5%	9.27	9.27
			<b>218,57</b>

**REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO**

DESCRIPCIÓN	TOTAL / AÑO
Aproximadamente 5% de los Costos de muebles y equipos	<b>\$ 42,60</b>

<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 4.631,57</b>
-----------------	--------------------

**IMPREVISTOS**

Aproximadamente el 5% de gastos anteriores	<b>\$ 231,58</b>
--	------------------

<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 4.863,14</b>
--	--------------------

**GASTOS DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	COSTO AL MES	COSTO AL AÑO
Publicidad en radio	80.00	960.00
Publicidad en prensa escrita	120.00	1.440.00
<b>Total</b>	<b>200,00</b>	<b>\$ 2.400,00</b>

<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 2.400,00</b>
-------------------------------	--------------------

<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>\$ 7.263,14</b>
---	--------------------

**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**  
( En dolares)

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Caja	3.173,09		
<b>TOTAL ACT. CTE.</b>	<b>3.173,09</b>	<b>TOTAL PASIVO CTE</b>	-
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>	
Terreno	-	Crédito bancario	10.610,00
Edificio	-	<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>10.610,00</b>
Maquinaria, equipos y enseres	10.610,00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>10.610,00</b>
Vehículos	-	<b>PATRIMONIO</b>	
Equipos y muebles de oficina.	852,00	CAPITAL	5.240,09
<b>TOTAL ACT. FIJOS</b>	<b>11.462,00</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>5.240,09</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
Gastos de puesta en marcha.	1.215,00		
<b>TOTAL ACT. DIFERIDOS</b>	<b>1.215,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>15.850,09</b>	<b>TOTAL PAS.Y PATR.</b>	<b>15.850,09</b>
<b>TOTAL ACTIVOS = TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			

**FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO**

<b>(EN DOLARES)</b>						
<b>PERIODOS (en años)</b>						
	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS NETAS		45.149,760	47.407,248	49.777,610	52.266,491	54.879,815
<b>TOTAL DE INGRESOS OPERATIVOS</b>		45.149,760	47.407,248	49.777,610	52.266,491	54.879,815
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
COSTOS DE FABRICACIÓN (-DEP)		28.521,585	29.902,030	31.349,288	32.866,593	34.457,337
GASTOS DE VENTAS		2.400,000	2.516,160	2.637,942	2.765,619	2.899,474
GASTOS ADM. Y GENER. (-A D)		4.692,743	4.919,872	5.157,994	5.407,641	5.669,371
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>		35.614,328	37.338,062	39.145,224	41.039,853	43.026,182
<b>SUPERAVIT O (D) OPERT./AÑO</b>		9.535,432	10.069,186	10.632,386	11.226,638	11.853,634
<b>SUPERAVIT O (D)OPERT./ACUM</b>		9.535,432	19.604,618	30.237,004	41.463,643	53.317,276
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>						
CREDITO	10.610,000	-	-	-	-	-
APORTE PROPIO	5.240,094	-	-	-	-	-
<b>TOTAL INGRE. NO OPERT.</b>	15.850,094	-	-	-	-	-
<b>EGRESO NO OPERT.</b>						
INV. FIJA	11.462,000	-	-	-	-	-
INV. DIFERIDA	1.215,000	-	-	-	-	-
AMORTIZACIÓN PRINCIPAL		1.670,117	1.870,531	2.094,995	2.346,394	2.627,962
GASTOS FINANCIEROS		1.273,200	1.072,786	848,322	596,923	315,355
PAGO IMP RENTA Y PART. EMPL		-	2.014,207	2.280,343	2.565,871	2.872,419
<b>TOTAL EGRESO NO OPERT.</b>	12.677,000	2.943,317	4.957,524	5.223,660	5.509,188	5.815,737
<b>SUPERAVIT O (D) NO OPERT./AÑO</b>	3.173,094	- 2.943,317	- 4.957,524	- 5.223,660	- 5.509,188	- 5.815,737
<b>SUPERAVIT O (D) NO OPERT./ACUM</b>	3.173,094	229,777	- 4.727,747	- 9.951,407	- 15.460,595	- 21.276,332
<b>SUPERAVIT O (D) TOTAL/AÑO</b>	3.173,094	6.592,114	5.111,662	5.408,727	5.717,450	6.037,897
<b>SUPERAVIT O (D) TOTAL/ACUM</b>	3.173,094	9.765,209	14.876,871	20.285,598	26.003,048	32.040,945

**BALANCE GENERAL PROYECTADO**

( En dólares)

	PERIODOS (en años)					
	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja	3.173,094	9.765,209	14.876,871	20.285,598	26.003,048	32.040,945
Cuentas por cobrar	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ACT. CTE.</b>	3.173,094	9.765,209	14.876,871	20.285,598	26.003,048	32.040,945
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Inversión fija	11.462,000	11.462,000	11.462,000	11.462,000	11.462,000	11.462,000
Depreciación acumulada (-)	-	2.462,800	4.925,600	7.388,400	9.851,200	12.314,000
<b>TOTAL ACT. FIJO NETO</b>	11.462,000	8.999,200	6.536,400	4.073,600	1.610,800	852,000
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Gastos preoperativos	1.215,000	1.215,000	1.215,000	1.215,000	1.215,000	1.215,000
Amortización acumuladas (-)	-	243,000	486,000	729,000	972,000	1.215,000
<b>TOTAL ACT. DIF. NETO</b>	1.215,000	972,000	729,000	486,000	243,000	-
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>15.850,094</b>	<b>19.736,409</b>	<b>22.142,271</b>	<b>24.845,198</b>	<b>27.856,848</b>	<b>31.188,945</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Part. Empl. Por pagar	-	833,465	943,590	1.061,740	1.188,587	1.324,872
Impuestos por pagar a la renta	-	1.180,742	1.336,753	1.504,131	1.683,832	1.876,902
<b>TOTAL PAS. CTE.</b>	-	2.014,207	2.280,343	2.565,871	2.872,419	3.201,773
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>						
Crédito bancario	10.610,000	8.939,883	7.069,351	4.974,356	2.627,962	-
<b>TOTAL PAS. LARGO PLAZO</b>	10.610,000	8.939,883	7.069,351	4.974,356	2.627,962	-
<b>TOTAL PASIVOS</b>	10.610,000	10.954,089	9.349,694	7.540,227	5.500,381	3.201,773
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	5.240,094	5.240,094	5.240,094	5.240,094	5.240,094	5.240,094
Utilida ejercicio anterior	-	-	3.542,225	7.552,483	12.064,876	17.116,373
Utilidad presente ejercicio	-	3.542,225	4.010,258	4.512,393	5.051,496	5.630,705
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	5.240,094	8.782,319	12.792,577	17.304,970	22.356,467	27.987,172
<b>TOTAL PAS. Y PATR.</b>	<b>15.850,094</b>	<b>19.736,409</b>	<b>22.142,271</b>	<b>24.845,198</b>	<b>27.856,848</b>	<b>31.188,945</b>

## INDICES FINANCIEROS

PERIODOS (en años)

		1	2	3	4	5
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>						
CAPITAL DE TRABAJO	Act. Cte - pas. Cte.	7.751,00	12.596,53	17.719,73	23.130,63	28.839,17
RAZON CORRIENTE	Act.cte. / pas. Cte.	4,85	6,52	7,91	9,05	10,01
PRUEBA ACIDA	Act.cte - inventario / pas.cte.	4,85	6,52	7,91	9,05	10,01
<b>RAZONES DE APALANCAMIENTO</b>						
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	Pas. Total / act. Totales	0,56	0,42	0,30	0,20	0,10
INDICE PASIVO CAPITAL	Pas. Largo plazo / cap. Social	1,71	1,35	0,95	0,50	-
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO . L.P.	Pasivo Largo/Total pasivo	0,82	0,76	0,66	0,48	-
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>						
ROTACION DE LOS ACTIVOS FIJOS	Ventas / act. Fijos	5,02	7,25	12,22	32,45	-
ROTACION DE ACTIVOS TOTALES	Ventas / act. Totales	2,29	2,14	2,00	1,88	1,76
<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>						
RETORNO SOBRE ACTIVOS (ROA)	Util. Neta / act. Totales	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
RETORNO SOBRE PATRIMONIO (ROE)	Util. Neta / Patrimonio	0,40	0,31	0,26	0,23	0,20
RENDIMIENTO SOBRE EL CAPITAL CONTABLE	Util. Neta / cap. Contable	0,68	0,77	0,86	0,96	1,07
MARGEN DE UTILIDAD SOBRE VENTA	Util. B. En ventas / ventas	0,31	0,32	0,32	0,32	0,33
MARGEN DE UTILIDAD DE OPERACIÓN	Util. En oper. / ventas	0,15	0,16	0,16	0,16	0,17
MARGEN NETO DE UTILIDADES	Utili. Neta / ventas	0,08	0,08	0,09	0,10	0,10

RAZON CORRIENTE	Los anteriores datos nos indican que por cada dólar que la empresa debe en el corto plazo, la empresa cuenta con \$4,85, en el año 1, en promedio durante los 5 años cuenta con \$7,67 para responder por esas obligaciones.
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	Esto significa que por cada dólar que la empresa tiene invertido en sus activos, el 56% durante el 1° año, etc. han sido financiados por los acreedores y los accionistas son dueños del complemento.
MARGEN NETO DE UTILIDADES	La utilidad neta corresponde al 8% al 1er año, finalmente al 5to el 9% del margen neto de utilidades. Esto equivale a decir que por cada \$1 vendido se ganará en promedio \$0,09 de utilidad al primer año