



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

Proyecto de investigación  
previo a la obtención del  
título de Ingeniera en  
Gestión Empresarial

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA  
MICROEMPRESA DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION  
DE MATERIAL DIDACTICO PARA EDUCACION BASICA,  
COOPERATIVA 20 DE FEBRERO - QUEVEDO AÑO 2014.**

**AUTORA:**

**GENITH SUSANA MURILLO CONFORME**

**DIRECTOR:**

**LCDO. RAFAEL PINTO COTTO, MSc.**

**QUEVEDO– ECUADOR**

**2015**

## **AUTORÍA**

Yo, **Genith Susana Murillo Conforme**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

**Egda. Genith Susana Murillo Conforme**

**AUTORA**

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

El suscrito, Lcdo. Rafael Pinto Cotto MSc, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Egresada **Genith Susana Murillo Conforme**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE MATERIAL DIDACTICO PARA EDUCACION BASICA, COOPERATIVA 20 DE FEBRERO - QUEVEDO AÑO 2014”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

Lcdo. Rafael Pinto Cotto, MSc.

**DIRECTOR DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE MATERIAL DIDACTICO PARA EDUCACION BASICA, COOPERATIVA 20 DE FEBRERO - QUEVEDO AÑO 2014.**

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

Aprobado por:

---

Dra. Fresia Rizo Zamora, MSc.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

Lcdo. Harold Escobar Terán, MSc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

---

Ing. Edgar Muñoz Murillo, MSc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO - ECUADOR

AÑO 2015

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta este momento tan importante, por estar al lado mío en cada paso que doy cuidándome y dándome mucha fortaleza para seguir en pie y lograr realizar mi sueño como profesional, un sueño que creí distante y hoy en día lo estoy logrando.

A mi familia especialmente mis padres por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional durante el trayecto al camino de la superación, a la UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO, por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi director de tesis, Lcdo. Rafael Pinto Cotto por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores los cuales me han motivado con sus consejos, su enseñanza y más que todo por su amistad, durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida y me ayudaron en mi formación como persona y salir adelante superando todas las adversidades de la vida.

Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

## DEDICATORIA

*Esta tesis se la dedico a Dios y a mis padres, a Dios por haberme regalado el don de la vida, por ser mi fortaleza en mis momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de mucho aprendizaje, experiencia, felicidad, porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome sabiduría para continuar, a mis padres, quienes hicieron todo lo posible para que yo pudiera lograr mis sueños por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, que siempre han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora, por siempre mi corazón y mi agradecimiento.....los amo con mi vida.*

*Susana Murillo.*

# ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
Portada	i
Declaración de Autoría y Cesión de Derecho	ii
Certificación del Director de Tesis	iii
Aprobación del Tribunal de Tesis	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Índice	vii
<b>CAPÍTULO I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>1</b>
1.1. Introducción	2
1.2. Problematización	4
1.2.1 Diagnostico	4
1.2.2 Formulación del Problema	5
1.2.3 Sistematización del Problema	5
1.3 Justificación	6
1.4 Objetivos	7
1.4.1 Objetivo general	7
1.4.2 Objetivos específicos	7
1.5 Hipótesis	8
1.5.1 Hipótesis General	8
1.5.2 Hipótesis Específicas	8
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>9</b>
<b>2.1. Fundamentación teórica</b>	<b>10</b>
2.1.1. Estudio de Factibilidad	10
2.1.1.1 ¿Por qué es importante el estudio de factibilidad?	10
2.1.1.2 Propósitos del estudio de factibilidad.	10
2.1.1.3 Componentes del Estudio de Factibilidad	11
2.1.2 Estudio de Mercado	11
2.1.2.1 Mercado.	11
2.1.2.2 Mercado Meta	12
2.1.2.3 Demanda	12
2.1.2.4 Oferta	12
2.1.2.5 Consumidor	13

2.1.2.6 El precio del producto	13
2.1.2.7 Calidad de producto/servicio	13
2.1.2.8 La competencia	14
2.1.2.9 Análisis de la competencia	14
2.1.2.10 Comercialización	14
2.1.2.11 Análisis de la Comercialización	14
2.1.3 Materiales didácticos	15
2.1.3.1 Materiales didácticos según las actividades o materias	15
2.1.3.2 Definición de Estudiante	16
2.1.3.3 Educación General Básica	16
2.1.4 Estudio Técnico	16
2.1.4.1 Localización	17
2.1.4.2 Tamaño	17
2.1.4.3 Ingeniería del proyecto	18
2.1.5 Perfil de una empresa	18
2.1.5.1. Empresa	18
2.1.5.2. Recursos	18
2.1.5.3 Objetivos de la empresa	20
2.1.5.4 Clasificación de las empresas	21
2.1.5 Según el origen del Capital	22
2.1.5 Por el número de propietario	22
2.1.6 Estudio económico	22
2.1.6.1 La rentabilidad	23
2.1.6.2 Inversión	23
2.1.6.3 Activos Fijos	23
2.1.6.4 Financiamiento	23
2.1.6.5 Costos	23
2.1.6.6 Los costos fijos, variables y totales	24
2.1.6.7 Costos Fijos	24
2.1.6.8. Costos Variables	24
2.1.6.9 El costo variable y el margen de contribución	24
2.1.6.10. Costos Totales	24
2.1.6.11 Costo de ventas	25
2.1.6.12 Costos Operativos	25
2.1.6.13 Gastos	25
2.1.6.14 Depreciación	25
2.1.6.15 Estado de resultados	26
2.1.6.16 Ingresos	26
2.1.6.17 Utilidad	26
2.1.6.18 Estudio financiero	26
2.1.6.19 Estado de flujo de caja	27

2.1.6.20 El cálculo del Flujo de Caja	27
2.1.6.21 Presupuesto	27
2.1.6.22 Relación Costo Beneficio	28
2.1.26.1. Amortización	28
2.1.27. Valor Actual Neto	28
2.1.28. Tasa Interna de Retorno	28
<b>2.2 Fundamentación conceptual</b>	<b>30</b>
2.2.1. Estudio de Factibilidad	30
2.2.2. Estudio técnico	30
2.2.3 La empresa	31
2.2.4 Estudio de Mercado	31
2.2.5 Estudio económico	32
<b>2.3 Fundamentación legal</b>	<b>34</b>
2.3.1. Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor	34
2.3.2. Requisitos Legales Para La Constitución De La Empresa	37
2.3.3. La Clasificación De La Compañía	37
2.3.4. Compañía De Responsabilidad Limitada	38
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>47</b>
3.1 Materiales y métodos	48
3.1.1 Materiales	48
3.2 Metodología de la investigación	48
3.2.1 Métodos, técnica e instrumento de evaluación	48
3.2.1.1 Método Inductivo	48
3.2.1.2 Método Deductivo	48
3.2.1.3 Analítico-sintético	48
3.3 Técnica	49
3.4 Instrumento de evaluación	49
3.5 Población y muestra	49
3.5.1 Población	49
3.5.2 Muestra	49
3.5.2.1 El tamaño de la muestra	49
3.5.2.2. Margen de error	50

<b>CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSION</b>	<b>51</b>
4.1. Resultados de la encuesta	52
4.2. Estudio de Mercado	64
4.2.1 Determinación de la Demanda	64
4.2.1.1. Demanda Actual	65
4.2.1.2. Demanda Futura	65
4.2.2. Oferta Actual	66
4.2.2.1. Oferta Futura	66
4.2.2.2 Demanda Insatisfecha Actual	67
4.2.1.3. Demanda Insatisfecha Futura	67
4.2.3. Características del mercado	68
4.2.4. Definición del producto	69
4.2.5. Estudio Técnico	69
4.2.5.1. Tamaño y Localización	70
4.2.5.2. Tamaño del proyecto	71
4.2.5.3. Dimensiones del local	71
4.2.5.4. Estructura organizativa de la microempresa	72
4.2.6. Estudio económico	72
4.2.6.1. Planificación de Inversión y el Financiamiento	73
4.2.6.2. Activos Fijos	73
4.2.6.3. Gastos Administrativos	75
4.2.6.4. Depreciación de activos fijos	76
4.2.6.5. Costo de servicios básicos	77
4.2.6.6. Publicidad	77
4.2.6.7. Inversión inicial	78
4.2.6.8. Financiamiento	79
4.2.6.9. Detalle de préstamo al Banco Nacional de Fomento	79
4.2.7.0. Proyección de los Estados Financieros	80
4.2.8. Evaluación financiera	83
4.2.8.1. Valor Actual Neto	83
4.2.8.2. Tasa Interna de Retorno	83
4.2.8.3. Relación beneficio/costo	83
4.2.8.4. Periodo de recuperación	83
4.2.8.5. Punto de Equilibrio	84
4.9. Discusión	85

<b>CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>88</b>
5.1. Conclusiones	89
5.2. Recomendaciones	90
<b>CAPITULO VI. BIBLIOGRAFIA</b>	<b>91</b>
6.1. Literatura Citada	92
6.2. Linkografía	92
<b>CAPÍTULO VII. ANEXOS</b>	<b>93</b>
Anexo # 1. Encuesta dirigida al público objetivo	94
Anexo # 2. Cálculo del valor actual neto	97
Anexo # 3. Calculo de la tasa interna de retorno	97
Anexo # 4. Calculo de la amortización	98
Anexo # 5. Razón social de la microempresa	99
Anexo # 6. Fotos de los productos que ofrecerá la microempresa	100

## **INDICE DE CUADROS Y GRAFICOS.**

### **Encuesta.**

Cuadro 1 y gráfico 1	52
Cuadro 2 y gráfico 2	53
Cuadro 3 y gráfico 3	54
Cuadro 4 y gráfico 4	55
Cuadro 5 y gráfico 5	56
Cuadro 6 y gráfico 6	57
Cuadro 7 y gráfico 7	58
Cuadro 8 y gráfico 8	59
Cuadro 9 y gráfico 9	60
Cuadro 10 y gráfico 10	61
Cuadro 11 y gráfico 11	62
Cuadro 12 y gráfico 12	63
Gráfico 13	71
Gráfico 14	72

### **Estudio de mercado.**

Cuadro 13. Demanda actual	65
Cuadro 14. Demanda futura	65
Cuadro 15. Oferta actual	66
Cuadro 16. Oferta futura	66
Cuadro 17. Demanda insatisfecha actual	67
Cuadro 18. Demanda insatisfecha futura	67

### **Estudio económico.**

Cuadro 19. Ingresos de la microempresa	73
Cuadro 20. Muebles y enseres	73
Cuadro 21. Equipo de Computación	74
Cuadro 22. Los materiales y suministros de oficina	74
Cuadro 23. El costo de mano de obra laboral	75
Cuadro 24. Depreciación acumulada de muebles y enseres	76
Cuadro 25. depreciación acumulada de equipo de computación	76
Cuadro 26. los costos de servicios básicos	77
Cuadro 27. los gastos publicitarios para inicios de operaciones	77
Cuadro 28. La inversión inicial para la ejecución del proyecto	78
Cuadro 29. La forma de préstamo para el proyecto	79
Cuadro 30. tabla de amortización del préstamo bancario	79
Cuadro 31. balance general inicial para la microempresa	80
Cuadro 32. estado de resultados proyectado	81
Cuadro 33. flujo de caja proyectado a cuatro años	82

<b>(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN</b>			
1	Título/Title	M	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico para educación básica, cooperativa 20 de febrero Quevedo, año 2014”.
2	Creador/Creator	M	Murillo Conforme Genith Susana; Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Ingeniería en Gestión Empresarial; Tesis de Investigación.
4	Descripción/Description	M	La presente investigación tiene como finalidad diagnosticar la acogida que tendrá la misma en el cantón antes mencionado, además demostrar la viabilidad del negocio y estimar el posible rendimiento o ganancia económica de una iniciativa empresarial.
5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales; Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial; Murillo Conforme Genith Susana.
6	Colaborador/Contributor	O	Lcdo. Rafael Pinto Cotto, MSc.
7	Fecha/Date	M	Noviembre 2014
8	Tipo/Type	M	Proyecto de Investigación
9	Formato/Format	R	Doc. Ms Word 2013
10	Identificador/Identifier	M	<a href="http://biblioteca.uteq.edu.ec">http://biblioteca.uteq.edu.ec</a>
11	Fuente/Source	O	Investigación Empresarial, Estudio de Factibilidad.
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización: Ámbito empresarial.
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencia/Audience	O	Proyecto de Investigación / Ingeniería en Gestión Empresarial.

## RESUMEN EJECUTIVO

MANOS PRODUCTIVAS, nace como una microempresa de manualidades que proyecta ofrecer materiales didácticos elaborados en fómix, cuenta con todas las herramientas de trabajo permitiendo un buen desempeño laboral y un producto de excelente calidad, obteniendo ganancias que van acompañadas de lo más importante para una empresa que es la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Para ello es necesario realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico para educación básica, en la Cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo. A continuación se expone una breve síntesis del desarrollo del proyecto de investigación.

Este trabajo inició con la formulación de la problemática a investigar; la cual se basó en qué medida la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico beneficiará al sector estudiantil de la cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo. Los objetivos que se plantearon para el desarrollo del proyecto fueron: Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de materiales didácticos para educación básica en el cantón Quevedo, Realizar un estudio de mercado que permita la identificación de la oferta, demanda y precios, Efectuar un estudio técnico en el cual se determine la localización, tamaño y distribución adecuada y Calcular la inversión necesaria y sus fuentes de financiamiento a través de la realización del estudio económico – financiero.

Además se consigna la hipótesis general: “La implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de materiales didácticos para educación básica en la cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo se constituirá en un aporte económico y social en beneficio del estudiante del cantón”.

Los resultados obtenidos en el trabajo de campo a través de la encuesta a 370 padres de familias de la cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo, determinaron respuestas relevantes para el estudio de mercado y su factibilidad a través de la realización de los estudios económicos - financieros.

La metodología, resultados y recursos utilizados, cada una de estas fueron de gran ayuda para realizar este trabajo, ya que estas nos ayudaron a concluir y recomendar los puntos específicos e importantes de la investigación.

Según los resultados del estudio económico demuestran que se requiere una inversión de \$ 6.595,87 de los cuales; \$2.638,35 que es el 40% será el aporte de los inversionistas y \$3.957,52 que es el 60% será cubierto con un préstamo de \$4.000,00 al Banco Nacional de Fomento.

En lo financiero la creación de la microempresa de materiales didácticos es rentable ya que proporciona un VAN de \$13.302,21; una TIR del 142%, y la relación beneficio/costo (\$1,98) es mayor que uno, con un periodo de recuperación de la inversión de un año y tres meses, por lo tanto es necesario realizar la ejecución del proyecto.

## **ABSTRAC**

PRODUCTIVE HANDS born as a micro craft that projects provide educational materials developed in FOMIX, has all the work tools allowing a good job performance and excellent product quality, making profits which are accompanied by the most important for a company that is meeting the needs of customers.

This requires performing a feasibility study for the creation of a micro processing and marketing of teaching materials for basic education, Cooperative February 20 Canton Quevedo. A brief summary of the development of the research project is exposed.

This work began with the formulation of the problem to investigate; which was based on how much the creation of a micro processing and marketing of didactic material benefit the student sector of the cooperative February 20 Canton Quevedo. The proposed objectives for the project were: Develop a feasibility study for the creation of a micro processing and marketing of teaching materials for basic education in the canton Quevedo, conduct a market study which permits identification of supply, demand and prices, Perform a technical study which determine the location, size and adequate distribution and calculate the necessary investment and sources of financing through the realization of the economic study - financial.

Besides the general hypothesis is stated: "The implementation of a micro processing and marketing of teaching materials for basic education in the cooperative February 20 Quevedo Canton will become an economic and social contribution for the benefit of students of Canton".

The results obtained in the field through the survey of 370 fathers of the cooperative February 20 Canton Quevedo, determined relevant answers for market research and feasibility through implementation of economic studies - financial .

The methodology, results and resources used, each of these were of great help for this work, as these helped us to conclude and recommend specific and important research points.

According to the results of the economic study show that an investment of \$ 6,595.87 of which is required; \$ 2,638.35 which is the 40% will be the contribution of investors and \$ 3,957.52 which is 60% will be covered with a loan of \$ 4,000.00 to the National Development Bank.

Financially the creation of micro teaching materials is profitable because it provides an NPV of \$ 13,302.21; an IRR of 142%, and the benefit / cost (\$ 1.98) is greater than one, with a payback period of the investment a year and three months, so it is necessary to project implementation.

**CAPÍTULO I.**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1 INTRODUCCION

Las empresas son entes económicos que producen, transforman, administran bienes o prestan servicios cuya función principal es satisfacer las necesidades de los clientes y obtener la respectiva utilidad esperada.

Una **librería** es una empresa que de acuerdo a su volumen es categorizada como grande o pequeña, cuyo principal producto a la venta son libros, el mismo que es la primera necesidad para que el estudiante tenga un buen aprendizaje en sus diferentes etapas como son la primaria, secundaria y sus estudios superiores, pero no solo los libros son indispensables sino también los materiales y accesorios que acompañan al estudiante a recibir sus clases diarias.

De lo que se trata es diferenciar las librerías de una microempresa de materiales didácticos, pero en este caso incrementando los artículos de acuerdo a las necesidades del estudiante que es nuestro cliente primordial, además asentar cuán importante sería implementar en la cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo este tipo de negocio. Esta investigación ayudará a descubrir las habilidades de nuestras competencias y sus deficiencias para de ahí partir y llegar a ser mejores, haciendo una competencia sana y justa.

Los materiales didácticos realizados en fómix ayuda a desarrollar la inteligencia visual en los niños/as, siendo este un factor fundamental para adquirir habilidades, destrezas y actitudes en los estudiantes y un apoyo para los docentes ya que expresan una propuesta pedagógica.

El presente trabajo de investigación titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE MATERIAL DIDACTICO PARA EDUCACION BASICA COOPERATIVA 20 DE FEBRERO – QUEVEDO AÑO 2014”**, tiene la finalidad de diagnosticar la acogida que tendrá la misma en el cantón antes mencionado, además demostrar la viabilidad del negocio y estimar el posible rendimiento o ganancia económica de una iniciativa empresarial.

CAPÍTULO I, inicia con el marco contextual en el que refleja la introducción, problematización, justificación, hipótesis y objetivos que fundamentan el trabajo de investigación, además sirve para orientar a los lectores hacia una comprensión clara y precisa del propósito del mismo. CAPÍTULO II, hace referencia al marco teórico que es una explicación escrita del contenido del estudio de factibilidad, comprendida en una fundamentación conceptual, teórica y legal de esta investigación.

CAPÍTULO III, contiene la metodología de la investigación en el cual se estableció los métodos, técnicas e instrumentos de evaluación, población y muestra, el tamaño de la muestra para la recopilación de datos.

CAPÍTULO IV, contiene los resultados en el cual dicha información obtenida pasa a ser analizada y se procede a la tabulación de la misma, además se detalla; el estudio de mercado y el estudio económico sirviendo de base para la evaluación financiera ayudando a determinar la rentabilidad que genera el proyecto.

CAPÍTULO V, contiene las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada. CAPÍTULO VI, expresa la bibliografía que permitió realizar consulta para el marco teórico. CAPÍTULO VII, contiene los anexos.

## **1.2 PROBLEMATIZACION**

### **1.2.1 Diagnóstico.**

La fuerte competencia existente en el mundo empresarial contemporáneo ha enfatizado la necesidad de que las empresas sean cada día más competitivas, razón por la cual la creación de esta microempresa procura integrarse al desarrollo mercantil del cantón, elevando la economía del sector mediante fuentes de trabajo y de esta manera contribuir al buen vivir de las personas.

#### **1.2.1.1 Causa**

- Desconocimiento de la importancia de realizar un estudio de factibilidad.
- La saturación de estímulos audiovisuales crean dificultad en el ámbito educativo.
- Escasa oferta de materiales didácticos, libros y útiles escolares en el sector.

#### **1.2.1.2 Efecto**

- Dificulta el logro de los objetivos la empresa.
- Refleja inconvenientes en el proceso de enseñanza y aprendizaje.
- El lugar en el que está la competencia es reducido y no hay sitio para comprar los accesorios escolares.

#### **1.2.1.3 Pronóstico**

- Estimar el posible rendimiento o ganancia de una iniciativa empresarial.
- Los materiales didácticos ayudan a desarrollar la inteligencia visual.

- La microempresa debe ofrecer una gran variedad de productos necesarios para los estudiantes.

#### **1.2.1.4 Control de Pronóstico**

El realizar un estudio de factibilidad para crear una microempresa de materiales didácticos, idea de negocio a establecerse en la cooperativa 20 de febrero, la cual brinda la oportunidad de contar con un local que aporte al desarrollo socioeconómico del cantón y satisfacer las necesidades de los estudiantes, punto fundamental para alcanzar el éxito en una empresa.

#### **1.2.2 Formulación del Problema.**

¿En qué medida la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico para educación básica beneficiará al sector estudiantil de la cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo?

#### **1.2.3 Sistematización del Problema.**

- ¿El estudio de mercado permite la identificación de la oferta, demanda y precios de los materiales didácticos?
- ¿El estudio técnico determina la localización, tamaño y distribución adecuada de la microempresa?
- ¿A través del estudio económico – financiero se puede determinar la inversión necesaria para la creación de la microempresa y sus fuentes de financiamiento?

### 1.3 JUSTIFICACION

Este proyecto se justifica porque se desea determinar la viabilidad de la creación de una microempresa para la elaboración y comercialización de materiales didácticos para educación básica en el cantón Quevedo, a través de la realización de un estudio de factibilidad, considerando ciertos factores como son; operativos, técnicos y económicos elementos indispensables para que lo propuesto se ponga marcha.

Esto da la pauta para realizar la investigación de esta idea de negocio, donde los resultados de viabilidad positivos o negativos se consideren para la creación de la misma y a la vez contribuir en el desarrollo económico y social del cantón, a través de la generación de empleo.

Mediante esta investigación se podrá conocer el tamaño ideal de la microempresa que se debe implantar para la correcta distribución, además se podrá calcular la inversión necesaria que se requiere para el negocio, utilizando los costos y gastos correctos que permitan la optimización de la elaboración y comercialización de materiales didácticos para educación básica.

Los resultados que se obtengan cuando se efectúe los estudios de mercado, técnico y económico-financiero se considerarán el soporte y la base fundamental para la ejecución de la presente investigación, cuyo objetivo primordial es satisfacer las necesidades del estudiante con un producto de calidad, precios justos y ofrecer un servicio eficaz.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo general:**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de materiales didácticos para educación básica en el cantón Quevedo, a través de la elaboración de un estudio de factibilidad.

### **1.4.2 Objetivos específicos:**

- Realizar un estudio de mercado que permita la identificación de la oferta, demanda y precios de los materiales didácticos para educación básica.
- Efectuar un estudio técnico en el cual se determine la localización, tamaño y distribución adecuada de la microempresa de materiales didácticos.
- Calcular la inversión necesaria para la creación de la microempresa y sus fuentes de financiamiento a través de la realización del estudio económico – financiero.

## **1.5 HIPÓTESIS**

### **1.5.1 Hipótesis General:**

La implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de materiales didácticos para educación básica en la cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo se constituirá en un aporte económico y social en beneficio del estudiante del cantón.

### **1.5.2 Hipótesis Específicas:**

- Un estudio de mercado facilita la identificación de la oferta, demanda y precios de los materiales didácticos.
- El estudio técnico determina la localización, tamaño y distribución adecuada de la microempresa de materiales didácticos.
- Mediante la realización del estudio económico - financiero se calcula la inversión necesaria para la creación de la microempresa y sus fuentes de financiamiento.

## **CAPÍTULO II.**

### **MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## 2.1 FUNDAMENTACION TEÓRICA

### 2.1.1. Estudio de Factibilidad.

Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede a su estudio, desarrollo o implementación. **(Acevedo, 2010).**

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuáles condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales. **(Meza, 2010).**

#### 2.1.1.1 ¿Por qué es importante el estudio de factibilidad?.

Alrededor de casi dos terceras partes de los pequeños negocios son disueltos dentro de los primeros seis años de operaciones. Es decir, seis de cada diez nuevos negocios fracasan durante sus primeros años, independientemente del tipo de industria. La verdad es que si queremos formar parte del grupo minoritario que logra el éxito conviene tomar las debidas precauciones.

#### 2.1.1.2 Propósitos del estudio de factibilidad.

Los propósitos básicos de un estudio de factibilidad son: demostrar la viabilidad del negocio a inversionistas, dueños e instituciones financieras y estimar el posible rendimiento o ganancia económica de una iniciativa empresarial.

El estudio formaliza, documenta y revalida la idea del negocio propuesto, reduciendo el riesgo asociado a tomar una decisión de inversión. Debemos aclarar, sin embargo, que no es una garantía de éxito. El estudio debe conducirse de manera objetiva para que cumpla su propósito. **(Meza, 2010).**

### **2.1.1.3 Componentes del Estudio de Factibilidad.**

Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de tres análisis, los cuales son la base en la cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

- Análisis de Mercado.
- Análisis Técnico.
- Análisis Financiero. **(Acevedo, 2010).**

### **2.1.2 Estudio de Mercado.**

El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda, de los precios del proyecto, y es uno de los factores más crítico en los estudios de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingreso de operación, como por los costos e inversiones implícitos. **(Sapag, 2008).**

#### **2.1.2.1 Mercado.**

Comprende todas las personas, hogares, empresas que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no los consumen aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios. **(Zeron, 2009).**

### **2.1.2.2 Mercado Meta**

Al definir un mercado meta, una organización indica el tipo de clientes potenciales que intenta satisfacer. En la selección, los gerentes deberán considerar:

- La habilidad de la empresa para satisfacer las necesidades de los posibles compradores individuales.
- El costo de servir a estos clientes, inclusive los costos de publicidad, venta personal y distribución.
- Los ingresos potenciales (volumen de ventas) del mercado.
- El número y fuerza de los competidores que se enfocan al mismo mercado. **(Zeron, 2009).**

### **2.1.2.3 Demanda.**

La demanda en economía se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor. **(Acevedo, 2010).**

### **2.1.2.4 Oferta.**

La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos. Las expectativas que tengan los empresarios fabricantes de bienes y servicios sobre el futuro influyen directamente en la oferta. **(Acevedo, 2010).**

### **2.1.2.5 Consumidor.**

Agente que representa un papel fundamental en la actividad económica, ya que el destinatario de los bienes finales y también quien, en última instancia, decide con sus preferencias lo que se produce.

El análisis del consumidor tiene por objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, nivel de ingreso promedio, ente otros; para obtener el perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial. **(Acevedo, 2010).**

### **2.1.2.6 El precio del producto.**

Es el factor fundamental que determina la cantidad que un fabricante ofrece de su producto, cuando el precio es alto la venta de ese producto se hace más rentable y por tanto la cantidad ofrecida del mismo es más elevada. Si el precio del bien disminuye la rentabilidad esperada por la venta disminuye y por tanto la cantidad que los fabricantes están dispuestos a vender.

### **2.1.2.7 Calidad de producto/servicio.**

El significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo. **(Zeron, 2009).**

#### **2.1.2.8 La competencia.**

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo y a la misma clientela de su mercado meta. La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre muestra representativa de ella.

#### **2.1.2.9 Análisis de la competencia.**

Evaluar las fortalezas y debilidades de la competencia y de sus productos o servicios, debe analizarse esa competencia a la luz de aspectos como; volúmenes, calidad y comportamientos de esos productos o servicios, precios, garantías entre otros. Igualmente importante es la evaluación de las capacidades técnicas, financieras de mercadeo y tendencias en la participación de ellas en el mercado total. **(Acevedo, 2010).**

#### **2.1.2.10 Comercialización.**

Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto. Es necesario detallar la cadena de comercialización desde que el producto sale de la fábrica hasta que llega al usuario. **(Ilpes, 2010).**

#### **2.1.2.11 Análisis de la Comercialización.**

El análisis de la comercialización del proyecto depende en modo importante de los resultados que se obtienen de los estudios del consumidor, la demanda, la competencia y la oferta.

Por lo que las decisiones (en cuanto a precio, promoción, publicidad, distribución, calidad, entre otras) adoptadas aquí tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se manifiestan en sus ingresos y egresos. **(Zeron, 2009).**

### **2.1.3 Materiales didácticos.**

También denominados auxiliares didácticos o medios didácticos, pueden ser cualquier tipo de dispositivo diseñado y elaborado con la intención de facilitar un proceso de enseñanza y aprendizaje, también se consideran materiales didácticos a aquellos materiales y equipos que ayudan a los docentes a presentar y desarrollar los contenidos y a su vez que los alumnos trabajen con ellos para la construcción de los aprendizajes significativos. En resumen, material didáctico es cualquier elemento que, en un contexto educativo determinado, es utilizado con una finalidad didáctica o para facilitar el desarrollo de las actividades formativas.<sup>1</sup>

#### **2.1.3.1 Materiales didácticos según las actividades o materias.**

- Materiales didácticos de juego
- Materiales didácticos de lenguaje
- Materiales didácticos de educación sensorial
- Materiales didácticos de matemáticas
- Materiales didácticos de observación y experimentación
- Materiales didácticos para la educación artística.<sup>2</sup>

#### **2.1.3.2 Definición de Estudiante.**

Estudiante es la palabra que permite referirse a quienes se dedican a la aprehensión, puesta en práctica y lectura de conocimientos sobre alguna ciencia, disciplina o arte. Es usual que un estudiante se encuentre matriculado en un programa formal de estudios, aunque también puede dedicarse a la búsqueda de conocimientos de manera autónoma o informal.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>[http://estudiodefacticibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/materiales didácticos.html](http://estudiodefacticibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/materiales-didacticos.html)

<sup>2</sup>[http://estudiodefacticibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/materiales didácticos.html](http://estudiodefacticibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/materiales-didacticos.html)

<sup>3</sup><http://definicion.de/estudiante/>

### 2.1.3.3 Educación General Básica.

La Educación General Básica en el Ecuador abarca diez niveles de estudio, desde primero de básica hasta completar el décimo año. Los jóvenes están preparados, entonces, para continuar los estudios de Bachillerato y para participar en la vida política y social, conscientes de su rol histórico como ciudadanos ecuatorianos.<sup>4</sup>

### 2.1.4 Estudio Técnico.

En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes. Una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

En síntesis, el objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. De la selección de la función óptima se derivarán las necesidades de equipos y maquinarias que, junto con la información relacionada con el proceso de producción, permitirán cuantificar el costo de operación. **(Sapag, 2008).**

---

<sup>4</sup><http://www.educacion.gob.ec/index.php/basica-egb>.

#### **2.1.4.1 Localización.**

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos; la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios).

#### **2.1.4.2 Tamaño.**

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y los costos que se calculan y por lo tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual manera, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

#### **2.1.4.3 Ingeniería del proyecto.**

El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar o determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado, para ello deberá analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se puedan combinar los factores productivos, identificando a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociadas a cada uno de las alternativas de producción. **(Sapag, 2008).**

## **2.1.5 Perfil de una empresa.**

### **2.1.5.1 Empresa.**

Una empresa es una combinación organizada de dinero y de personas que trabajan juntas que produce un valor material (un beneficio) tanto para las personas que han aportado ese dinero (los propietarios), como para las personas que trabajan con ese dinero en esa empresa (los empleados), a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos (los clientes). **(Meza, 2010).**

### **2.1.5.2 Recursos.**

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos, es necesario que cuente con una serie de elementos, recursos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado, dichos recursos son:

**Recursos Materiales:** Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:

- a. Instalaciones:** edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc. (empresa)
- b. Materia Prima:** Materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc. (producto)

**Recursos Técnicos:** Son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, Pueden ser:

- a. Sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, etc.
- b. Fórmulas, patentes, marcas, etc.

**Recursos Humanos:** Estos recursos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos. Los recursos humanos poseen las siguientes características:

- Posibilidad de desarrollo.
- Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- Sentimientos.
- Experiencias, conocimientos, etc.

Estas características los diferencian de los demás recursos, según la función que desempeñan y el nivel jerárquico en que se encuentren pueden ser: obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos, directores, etc.

**Recursos Financieros:** Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:

- Recursos financieros propios, se encuentran en: dinero en efectivo, aportaciones de los socios (acciones), utilidades, etc.
- Recursos Financieros ajenos; están representados por: prestamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores, (bonos).

### **2.1.5.3 Objetivos de la empresa.**

La empresa al actuar dentro de un marco social e influir directamente en la vida del ser humano, necesita un patrón u objetivos deseables que le permita satisfacer las necesidades del medio en que actúa, fijándose así los objetivos empresariales que son:

## **Económicos**

Tendientes a lograr beneficios monetarios:

- Cumplir con los intereses monetarios de los inversionistas al retribuirlos con dividendos justos sobre la inversión realizada.
- Cubrir los pagos a acreedores por intereses sobre préstamos concedidos.
- Mantener el capital a valor presente.
- Obtener beneficios arriba de los intereses bancarios para repartir utilidades a inversionistas.
- Reinvertir en el crecimiento de la empresa.

## **Sociales**

Aquellos que contribuyen al bienestar de la comunidad

- Satisfacer las necesidades de los consumidores con bienes o servicios de calidad, en las mejores condiciones de venta.
- Incrementar el bienestar socioeconómico de una región al consumir materias primas y servicios; y al crear fuentes de trabajo.
- Cubrir, mediante organismos públicos o privados, seguridad social.
- Contribuir al sostenimiento de los servicios públicos mediante al pago de cargas tributarias.
- Mejorar y conservar la ecología de la región, evitando la contaminación ambiental.
- Producir productos y bienes que no sean al bienestar de la comunidad.

## Técnicos

Dirigidos a la optimización de la tecnología.

- Utilizar los conocimientos más recientes y las aplicables tecnológicas más modernas en las diversas áreas de la empresa, para contribuir al logro de sus objetivos.
- Propiciar la investigación y mejoramiento de técnicas actuales para la creación de tecnología nacional.
- Investigar las necesidades del mercado para crear productos y servicios competitivos.

### 2.1.5.4 Clasificación de las empresas.

#### Por sectores económicos.

- **Extractivas:** Dedicadas a explotar recursos naturales.
- **Servicios:** Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.
- **Comercial:** Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.
- **Agropecuaria:** Explotación del campo y sus recursos.
- **Industrial:** Transforma la materia prima en un producto terminado.

#### Por su tamaño.

- **Grande:** Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores que excede a 100 personas y el volumen de ingresos al año es grande.
- **Mediana:** Su capital, el número de trabajadores es superior a 20 e inferior a 100 y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares.
- **Pequeñas:** Se dividen a su vez en:

- **Pequeña:** Su capital, número de trabajadores no excede de 20 personas y sus ingresos son muy reducidos.
- **Micro:** Su capital, número de trabajadores no excede de 10 trabajadores y empleados y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales.
- **Fami - empresa:** es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.

#### 2.1.5.5 Según el origen del Capital.

Dependiendo del origen de las aportaciones de su capital y del carácter a quien se dirijan sus actividades las empresas pueden clasificarse en:

- **Públicas:** Su capital **proviene del estado o gobierno.**
- **Privadas:** Son aquellas en que el capital proviene de particulares.
- **Economía mixta:** El capital proviene una parte del estado y la otra de particulares.

#### 2.1.5.6 Por el número de propietario.

- **Individuales:** Su dueño es la empresa, por lo general es él solo quien tiene el peso del negocio.
- **Unipersonales:** Se conforma con la presencia de una sola persona natural o jurídica, que destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades mercantiles.
- **Sociedades:** Todas para su constitución exigen la participación como dueño de más de una persona lo que indica que mínimo son dos por lo general corresponden al régimen común.

### **2.1.6 Estudio económico.**

Afirma que tiene como finalidad aportar la información requerida para contar con los recursos necesarios para su implementación y contar con la suficiente liquidez y solvencia para desarrollar ininterrumpidamente las operaciones productivas y comerciales. **(Baca, 2010).**

#### **2.1.6.1 Rentabilidad.**

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; es decir es un índice que mide la relación entre utilidades o beneficios, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerlos por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos.

#### **2.1.6.2 Inversión.**

Las inversiones son erogaciones que se realizan para obtener una utilidad o beneficio.

#### **2.1.6.3 Activos Fijos.**

Está constituido por bienes que tienen una duración superior a un periodo económico (1 año) y tienen poco movimiento.

#### **2.1.6.4 Financiamiento.**

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

#### **2.1.6.5 Costos.**

Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.

#### **2.1.6.6 Los costos fijos, variables y totales.**

#### **2.1.6.7 Costos Fijos (CF).**

Son aquellos costos que no cambian con el nivel de producción, incluyen el costo fijo explícito en el corto plazo más los costos implícitos.

#### **2.1.6.8 Costos Variables (CV).**

Son aquellos costos que cambian con el nivel de producción, para determinar los costos variables se considera que los precios de los factores son constantes, por lo que los aumentos de los CV en el corto plazo estarán determinados por la cantidad de factores variables que se emplean en la producción.

#### **2.1.6.9 El costo variable y el margen de contribución.**

Cuando analizamos el punto de equilibrio, el costo variable se expresa como una cantidad dada por unidad o como un porcentaje del valor de las ventas, lo que facilita el cálculo del costo variable para cualquier nivel de producción.

El margen de contribución es el resultado de calcular el valor de las ventas menos el costo variable, es decir es la proporción de las ventas destinada a cubrir los costos fijos y la utilidad. **(Baca, 2010).**

#### **2.1.6.10 Costos Totales (CT).**

En el corto plazo el costo total para obtener un nivel de producción determinado está constituido por la suma de los costos fijos más los costos variables.

#### **2.1.6.11 Costo de venta**

Es un valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado en condiciones de ser entregado al sector comercial.

#### **2.1.6.12 Costos Operativos.**

Los costos de operación son los necesarios a fin de operar y mantener el sistema que se proyecta, de manera que se obtenga de éste los productos esperados, en las condiciones previstas durante la etapa de estudio y diseño. **(Baca, 2010).**

#### **2.1.6.13 Gastos.**

Desembolso de efectivo que produce su objetivo en el mismo periodo. Reducción de la participación del propietario derivado de la operación de un negocio o un periodo contable específico. **(Chiriboga, 2008).**

#### **2.1.6.14 Depreciación.**

Se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

Otra connotación que tiene la depreciación desde el punto de vista financiero y económico, consiste en que al reconocer el desgaste del activo por su uso, se va creando una especie de provisión o de reserva que al final permite ser reemplazado sin afectar la liquidez y el capital de trabajo de la empresa.

#### **2.1.6.15 Estado de resultados.**

Es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos a fin de medir los resultados y la situación económica de una empresa durante un periodo determinado. **(Berk, 2008).**

#### **2.1.6.16 Ingresos.**

Es el cobro a los clientes, multiplicado por el número de unidades vendidas, es lo que se paga por cada actividad de la compañía: producción, finanzas, ventas, distribución, etc. **(Ross, 2010).**

#### **2.1.6.17 Utilidad.**

Se entiende por utilidad neta, la utilidad resultante después de restar y sumar de la utilidad operacional, los gastos e ingresos no operacionales respectivamente, los impuestos y la reserva legal. Es la utilidad que efectivamente se distribuye a los socios. **(Guajardo, 2008).**

#### **2.1.6.18 Estudio financiero.**

Mide la rentabilidad con que retorna la inversión determinada sobre base monetaria, este estudio condiciona en último término la aprobación o rechazo del proyecto. **(Chiriboga, 2008).**

#### **2.1.6.19 Estado de flujo de caja.**

También llamado Estado de Flujo de Efectivo, es el estado financiero que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. Este estado tiene un mayor sentido práctico como presupuesto, siendo una herramienta de vital importancia dentro de la planificación financiera a corto plazo.

#### **2.1.6.20 El cálculo del Flujo de Caja.**

A menudo es útil pensar que un proyecto pasa por tres escenarios distintos. **Primero**, está el estado de inicio, que requiere inversiones considerables en plantas y equipos.

**En la mitad del periodo**, los proyectos generan flujos de caja de las operaciones cuando se venden los productos a un precio superior de lo que cuesta producirlos. **Finalmente**, cuando el proyecto se liquida en el periodo final, las plantas y los equipos se pueden vender o trasladar a otras actividades.

Flujo de caja total = flujo de caja de inversiones en plantas y equipos + flujo de caja de inversión en capital circulante + flujo de caja de operaciones.  
**(Ross, 2010).**

#### **2.1.6.21 Presupuesto**

Estimación financiera anual anticipada de los ingresos y egresos necesarios para cumplir con las metas de los programas establecidos en una empresa o institución. Así mismo, constituye el instrumento operativo básico que expresa las decisiones de política económica y planeación, en el caso del sector público. **(Palacios, 2008).**

#### **2.1.6.22 Relación Costo Beneficio.**

Índice utilizado en proyecto para establecer la factibilidad y rentabilidad de una inversión, se expresa como la relación de dividir el valor actual de los beneficios para el valor actual de los costos.

#### **2.1.6.23 Amortización.**

La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero, **amortizar** es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes. En las amortizaciones de una deuda, cada pago o cuota que se entrega sirve para pagar los intereses y reducir el importe de la deuda.

#### **2.1.6.24 Valor Actual Neto (VAN)**

El valor actual se obtiene restando la inversión inicial necesaria al valor actual neto de los flujos de caja del proyecto. El criterio del valor actual neto mantiene que los directivos incrementan la riqueza de los accionistas cuando aceptan todos los proyectos que valen más de lo que cuestan. Por lo tanto, los directivos deben aceptar todos los proyectos que tengan un valor actual neto positivo. **(Palacios, 2008).**

#### **2.1.6.25 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Con la Tasa Interna de Retorno se trata de encontrar una sola tasa de rendimiento que resuma los méritos de un proyecto. La Tasa Interna de Retorno de una inversión es el rendimiento requerido que produce un VPN de cero cuando se usa como tasa de descuento. **(Palacios, 2008).**

## 2.2 FUNDAMENTACION CONCEPTUAL.

### 2.2.1 Estudio de Factibilidad.

Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede a su estudio, desarrollo o implementación. **(Acevedo, 2010).**

**2.2.2. Estudio técnico.** En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

**Localización.** La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos; la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios).

**Tamaño.** La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y los costos que se calculan y por lo tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

**Ingeniería del proyecto.** El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar o determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado, para ello deberá analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se puedan combinar los factores productivos. **(Sapag, 2008).**

**2.2.3. Empresa.** Es una combinación organizada de dinero y de personas que trabajan juntas que produce un valor material (un beneficio) tanto para las personas que han aportado ese dinero (los propietarios), como para las personas que trabajan con ese dinero en esa empresa (los empleados), a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos (los clientes). **(Meza, 2010).**

**2.2.4 Estudio de Mercado.** El Estudio de mercado es uno de los factores más crítico en los estudios de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingreso de operación, como por los costos e inversiones implícitos.

**Mercado.** Comprende todas las personas, hogares, empresas que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no los consumen aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios. **(Zeron, 2009).**

**Oferta.** Que la oferta puede definirse como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios, obviamente el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento de precio mayor será la cantidad ofrecida.

**La competencia.** Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted, y la misma clientela de su mercado meta. La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre muestra representativa de ella.

**Calidad de producto/servicio.** El significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor.

**2.2.5 Estudio económico.** Afirma que tiene como finalidad aportar la información requerida para contar con los recursos necesarios para su implementación y contar con la suficiente liquidez y solvencia para desarrollar ininterrumpidamente las operaciones productivas y comerciales.

**La rentabilidad.** La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; es decir es un índice que mide la relación entre utilidades o beneficios, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerlos por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos.

**Relación de costo-volumen-utilidad.** Índice utilizado en proyecto para establecer la factibilidad y rentabilidad de una inversión, se expresa como la relación de dividir el valor actual de los beneficios para el valor actual de los costos.

**Costos Fijos.** Son aquellos costos que no cambian con el nivel de producción, incluyen el costo fijo explícito en el corto plazo más los costos implícitos.

**Costos Variables.** Son aquellos costos que cambian con el nivel de producción, para determinar los costos variables se considera que los precios de los factores son constantes, por lo que los aumentos de los CV en el corto plazo estarán determinados por la cantidad de factores variables que se emplean en la producción.

**Valor Actual Neto.** El valor actual se obtiene restando la inversión inicial necesaria al valor actual neto de los flujos de caja del proyecto. El criterio del valor actual neto mantiene que los directivos incrementan la riqueza de los accionistas cuando aceptan todos los proyectos que valen más de lo que cuestan.

**Tasa Interna de Retorno.** Con la Tasa Interna de Retorno se trata de encontrar una sola tasa de rendimiento que resuma los méritos de un proyecto. La Tasa Interna de Retorno de una inversión es el rendimiento requerido que produce un VPN de cero cuando se usa como tasa de descuento. **(Palacios, 2008).**

## **2.3 FUNDAMENTACION LEGAL**

### **2.3.1. Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor**

El honorable Congreso Nacional considerando:

Que, la generalidad de ciudadanos ecuatorianos son víctimas permanentes de todo tipo de abusos por parte de empresas públicas y privadas de las que son usuarios y consumidores;

Que, de conformidad con lo dispuesto por el numeral 7 del artículo 23 de la Constitución Política de la República, es decir del Estado garantizar el derecho a disponer de bienes y servicios públicos y privados, de óptima calidad; a elegirlos con libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características;

Que, el artículo 92 de la Constitución Política de la República dispone que la ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos;

Que, el artículo 244, numeral 8 de la Carta Fundamental señala que al Estado le corresponderá proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad;

Que, la Ley de Defensa del Consumidor publicada en el Registro Oficial N° 520 de septiembre 12 de 1990, a consecuencia de todas sus reformas se ha tornado inoperante e impracticable; más aún si se considera que dicha ley atribuía competencia para su ejecución a diversos organismos; sin que ninguno de ellos haya asumido en la práctica tales funciones;

Que, la constitución Política de la República en su artículo 96 faculta al Defensor del Pueblo para defender y excitar la observancia de los derechos fundamentales consagrados en ella, así como para observar la calidad de los servicios públicos.

Que, en la actualidad la Defensoría del Pueblo, pese a sus limitaciones, ha asumido de manera eficiente la defensa de los intereses del consumidor y el usuario, a través de la Defensoría Adjunta del Consumidor y Usuario; y en uso de sus facultades constitucionales y legales expide la siguiente; Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

## **Capítulo II**

### **Derechos y obligaciones de los consumidores**

#### Artículo 4

**Derechos del consumidor.-** Son los derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- ✓ Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
- ✓ Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
- ✓ Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
- ✓ Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
- ✓ Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios,

especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;

- ✓ Derecho a la protección contra la publicidad engañosa a abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
- ✓ Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
- ✓ Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
- ✓ Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
- ✓ Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
- ✓ Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
- ✓ Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

## **Artículo 5**

**Obligaciones del consumidor.-** Son obligaciones de los consumidores:

- ✓ Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
- ✓ Preocuparse de no afectar el medio ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que pueden resultar peligrosos en ese sentido;
- ✓ Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como las de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y Informarse

responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

## **Capítulo V**

### **Responsabilidades y obligaciones del proveedor**

#### Artículo 17

**Obligaciones del Proveedor.-** Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

#### Artículo 18

**Entrega del bien o prestación del servicio.-** Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

## **Capítulo VII**

### **Marco Legal**

#### **2.3.2. Requisitos Legales Para La Constitución De La Empresa**

#### **2.3.3. La Clasificación De La Compañía.**

##### **Por Su Objeto Social.**

Las compañías o sociedades pueden clasificarse por el aspecto social formal, fin común u objeto social en sociedades industriales, comerciales, turísticas, artesanales, agrícolas, etc. La ley permite, en definitiva, que las compañías puedan tener como objeto social la más amplia gama de actividades

mercantiles, pero prohíbe (Art. 3) la formación y funcionamiento de las compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres, de las que no tengan un objeto real y de la lícita negociación y de las que tiendan al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas orientadas a esa finalidad.

### **Por La Responsabilidad.**

Si tomamos como elemento diferenciador la responsabilidad de los socios, encontramos compañías o sociedades industriales, con responsabilidad limitada y sociedades o compañías con responsabilidad limitada.

### **Por El Origen Del Capital.**

En razón del origen del capital, las sociedades pueden ser nacionales, extranjeras y mixtas.

### **En Consideración De Las Personas.**

Una de las clasificaciones importantes es aquella que se hace entre sociedades de personas y sociedades de capital. En las primeras prevalece la consideración de las personas que la conforman; tal es el caso de las compañías: colectiva, en comandita simple de responsabilidad limitada. En cambio de las sociedades de capital, interesa más el capital que la calidad de los socios, tal es el caso de las compañías: anónima de economía mixta y en comandita por acciones.

#### **2.3.4. Compañía De Responsabilidad Limitada**

Según el análisis de nuestro proyecto, tamaño y forma, este es el tipo de compañía que nos definiría como negocio. La Cía. Ltda. Es la que se contrae o constituye, entre tres o más personas que solamente respondan por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá las palabras "Compañía Limitada" o su abreviatura. Esta forma es actualmente una de las más utilizadas, por lo cual más adelante se señalarán con amplitud sus principales características.

## **Tramite Para La Constitución**

Según los instructivos dados por la Superintendencia de Compañías, en el trámite para la constitución de una compañía de responsabilidad limitada, se deben seguir los siguientes pasos, con las diferentes específicas propias de cada tipo de compañía. Sin embargo, y por la importancia del tema, detallamos a continuación los aspectos fundamentales de la constitución de una compañía de responsabilidad limitada.

### **Número De Socios**

Para la constitución de esta compañía se necesita un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios. Sin embargo, las compañías constituidas por dos socios con anterioridad a la vigencia de la ley que fijó en tres el número mínimo de socios, conservan su validez.

### **Capacidad**

Puede intervenir en la constitución de esta compañía cualquier persona natural, siempre que tenga capacidad civil para contratar. El menor emancipado autorizado para comerciar puede participar en la formación de esta clase de compañía sin necesidad de autorización especial. Sin embargo no pueden intervenir en la constitución de compañías de responsabilidad limitada los cónyuges, los padres e hijos no emancipados, aunque luego sí puedan llegar a ser socios simultáneamente. Para la constitución, deben comparecer todos los socios, por sí mismos o por medio de apoderados.

### **Contenido De La Escritura De Constitución**

La escritura de constitución de una compañía de responsabilidad limitada debe contener el contrato constitutivo y el estatuto por el que se regirá la compañía y, en especial, lo siguiente:

1. Nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueran personas naturales; o la denominación o razón social si fueran personas jurídicas. En ambos casos su nacionalidad y domicilio.
2. Denominación objetiva o la razón social de la compañía.
3. Objeto social debidamente concretado.
4. Duración de la compañía.
5. Domicilio de la compañía.
6. Importe del capital social, con la expresión del número de participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
7. Indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas, la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
8. Forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.
9. Forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir las.
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en la ley.

### **Razón Social o Denominación**

Una compañía de responsabilidad limitada podrá hacer el comercio bajo una razón social o una denominación objetiva. La razón social es una fórmula enunciativa en que se incluyen los nombres de uno o más de los socios, aun cuando estén aludidos en forma imperfecta, es decir por medio de los apellidos.

La denominación objetiva, es decir referida al objeto social, deberá distinguirse claramente de cualquier otra compañía y constituye su propiedad, por lo cual no podrá ser utilizada por ninguna otra, ni siquiera con su consentimiento. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", deben ir acompañados por una expresión peculiar. En uno y otro caso, luego de la denominación se añadirá las palabras "compañía limitada" o su abreviatura.

### **Domicilio**

Toda compañía de responsabilidad limitada que se constituya en el Ecuador debe tener su domicilio principal dentro del territorio nacional, según se hará constar en el estatuto de la misma. Si la compañía tuviere sucursales o establecimientos administrativos por un factor, los lugares en que funciones se considerarán como domicilio de tales compañías, para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por el factor.

### **Capital**

#### **Capital Mínimo**

El capital mínimo que se requiere para la constitución de una compañía de responsabilidad limitada es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, que estará dividido en participaciones. En todo caso, ni la constitución del capital ni su aumento podrán ser hechos mediante suscripción pública.

#### **Capital Suscrito Y Pagado**

Al constituirse la compañía debe estar íntegramente suscrito el capital y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. El saldo del capital debe pagarse en un plazo no mayor de doce meses, contados desde la fecha de constitución de la compañía.

## **Socios**

### **Derechos**

El contrato social debe establecer los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones legales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos (Art. 114):

1. A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.
2. A percibir los beneficios que le correspondan en las utilidades de la compañía, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa.
3. A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en la ley se expresan.
4. A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe; pero si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarles a la compañía.
5. A no ser obligados al aumento de su participación social. Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en este aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa.
6. A ser preferidos para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuvieren.

7. A solicitar a la junta general la renovación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercerá solo cuando causas graves lo hagan indispensable.

8. A recurrir a la corte superior del distrito impugnado los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarios a la ley o los estatutos.

9. A pedir que se convoque a la junta general en los casos determinados por la Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social. Si el administrador no convocare a la junta, podrán recurrir al Superintendente de Compañías para que lo haga.

10. A ejercer en contra de los gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no se podrá ejercitar si la junta general aprobó ya las cuentas de los gerentes o administradores.

## **Obligaciones**

### **Son obligaciones de los socios (Art. 115):**

1. Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hiciere dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, reclamarlas por la vía verbal sumaria, proceder ejecutivamente contra los bienes del socio o enajenar las participaciones por cuenta y riesgo del moroso.

2. Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social.

3. Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración.

4. Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados.

5. Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en el trabajo o en servicio personal de los socios.

6. Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

7. Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, no aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

### **Atribuciones**

Los administradores tendrán las facultades y atribuciones que les otorgue el estatuto social y, en caso de no establecerlas, las que le otorgue la junta general. De no existir estipulación contractual o resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar judicial y jurídicamente a la compañía y para realizar toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al objeto social, o de aquellos que pudieren impedir que la compañía cumpla sus fines o impliquen reformas al contrato social.

En conformidad con la Ley (Art. 132), a los administradores de una compañía de responsabilidad limitada les son aplicables las disposiciones que el Código de Comercio señala para los factores, es decir los gerentes de una empresa o establecimiento mercantil, que administra por cuenta del dueño.

### **Obligaciones**

Los administradores están especialmente obligados a:

- Presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de 60 días de finalizado el ejercicio económico.
- Cuidar que se lleve debidamente la contabilidad y la correspondencia de la compañía.
- Cumplir y hacer cumplir la ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.
- Enviar anualmente a la Superintendencia de Compañías los documentos e informaciones determinados en la Ley (Art. 20): copias del balance, estado de pérdidas y ganancias, informes de los administradores y del organismo de fiscalización, si lo hubiera; nómina de administradores y socios. Sin embargo, en el caso de las compañías cuyos activos sean inferiores a dos millones de sucres, no están obligados a remitir los informes ríe. Los administradores ni del organismo de fiscalización.
- Inscribir en enero de cada año, en el Registro Mercantil del cantón, una lista completa de los socios de la compañía con indicación del nombre, apellido, domicilio y monto del capital aportado. Si no hubiera alteración de los datos bastará una declaración en tal sentido. Una doctrina se la Superintendencia considera que esta obligación ha dejado de ser tal, especialmente por la obligación señalada en el párrafo anterior.
- Inscribir en el Registro Mercantil los nombramientos de liquidadores.

## **Responsabilidad**

El administrador está obligado a proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente. El administrador que falte a sus obligaciones responde, ante la compañía y ante terceros, pero los perjuicios causados.

Su responsabilidad cesará si hubieran procedido en conformidad con una resolución de la junta general, siempre que hubieran observado a la junta sobre la resolución tomada, en el plazo de diez días contados desde que conocieron la resolución.

Los administradores responden ante la compañía por daños y perjuicios causados por dolo, abuso de facultades, negligencia o incumplimiento de la Ley o el contrato social, sin perjuicio de su responsabilidad penal.

Responderán ante los acreedores de la compañía o ante los socios, cuando hubieren lesionado directamente los intereses de cualquiera de ellos.

Responderán por delito de estafa si hubieren propuesto la distribución de dividendos ficticios, no hubieren hecho inventarios o los presentaren fraudulentamente.

**CAPÍTULO III.**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## 3.1 MATERIALES Y MÉTODOS

### 3.1.1 Materiales:

- Libros.
- Internet.
- Fotocopias.
- Computadora.

### 3.2 Metodología de la investigación.

#### 3.2.1 Métodos, técnica e instrumento de evaluación.

Los métodos que se aplicaron en la presente investigación fueron: Método Científico, Inductivo - Deductivo, y Analítico.

**3.2.1.1 Método Científico**, se efectuó a través de la aplicación del marco científico en el desarrollo de la factibilidad en sus fases: estudio de mercado, técnico, económico - financiero.

**3.2.1.2 Método Inductivo-deductivo**, se efectuó a través del análisis de lo particular a lo general y del todo a lo sencillo, se desarrolló con datos que se obtuvieron en el estudio de campo.

**3.2.1.3 Método Analítico**, a través de éste método se analizó la estructura y puesta en marcha de la microempresa de materiales didácticos, fundamental para la comprensión objetiva del fenómeno, sus campos problemáticos, la comprobación de la hipótesis y alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

### **3.3 Técnica**

Se utilizó la técnica de observación que permitió apreciar la realidad de la problemática expuesta en esta investigación.

### **3.4 Instrumento de evaluación**

Para la evaluación de resultados se utilizó la encuesta (cuestionario) dirigida a los padres de familias de la cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo.

### **3.5 Tipos de Investigación**

Para este proyecto se utilizó la **investigación descriptiva** ya que con la misma se puede caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

También se utilizó la **investigación explicativa** ya que ésta permitió buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto.

### **3.6 Población y muestra.**

#### **3.6.1 Población.**

La población a investigar son los padres de familias de la cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo, tomando como universo a la población comprendida entre 18 y 65 años de edad que pertenecen a la población económicamente activa (PEA) cuya población es de **173.575 habitantes** según datos del INEC del año 2010.

### 3.6.2 Muestra.

Considerando que en promedio cada familia cuenta con cinco miembros, deducimos que Quevedo cuenta con 34.715 familias, pero se toma como referencia al sector Cooperativa 20 de febrero que cuenta con **5.000 habitantes** aproximadamente para efectuar el estudio.

#### 3.6.2.1 El tamaño de la muestra

Con esto se puede determinar cuántas personas deben ser encuestadas y que la información obtenida sea representativa de la población objetivo.

La fórmula para calcular el tamaño de la muestra es la siguiente:

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

$$n = \frac{5.000}{(0.05)^2(5.000 - 1) + 1} = \frac{5.000}{(0.0025)(4.999) + 1}$$

$$n = \frac{5.000}{12.4975 + 1} = \frac{5.000}{13.498} = 370 \text{ encuestas}$$

$n$  = Tamaño de la muestra

$N$  = Universo objetivo

$e$  = margen de error admisible 5% = 0,05

**3.6.2.2. Margen de Error:** Es el error que se puede aceptar con base a una muestra y se ha definido con un margen del 5%.

**CAPÍTULO IV.**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 4.1 RESULTADOS.

### GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS PADRES DE FAMILIA DE LA COOPERATIVA 20 DE FEBRERO, DEL CANTÓN QUEVEDO.

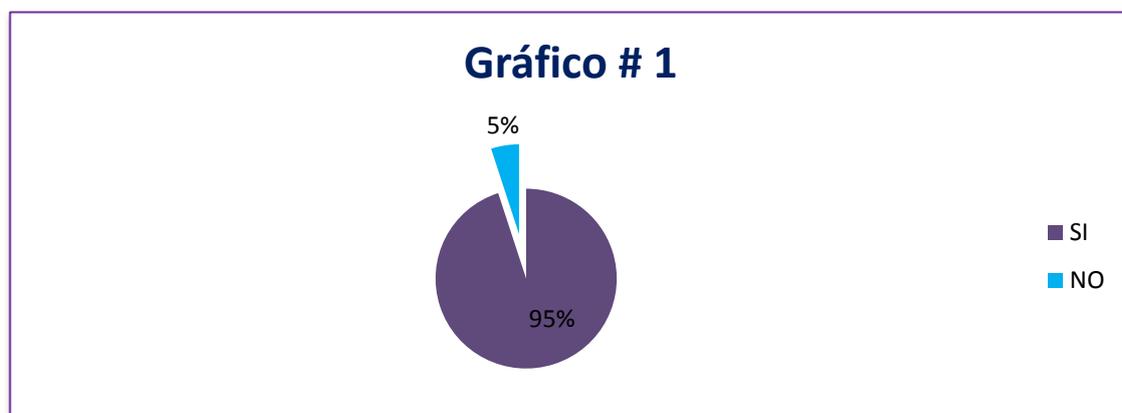
1. ¿Está usted de acuerdo que se cree una microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico en la Cooperativa 20 de Febrero del cantón Quevedo?

**Cuadro 1**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	355	95%
NO	15	5%
TOTAL	370	100%

**Fuente:** encuestas aplicadas a población objetivo.

**Elaborado por:** Susana Murillo.



#### **Análisis:**

El gráfico 1, muestra que del total de los encuestados el 95% está de acuerdo con la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico en la Cooperativa 20 de Febrero del cantón Quevedo; mientras que el 5% restante manifestó que no debe existir este tipo de negocio.

2. ¿Estaría dispuesto a comprar en una microempresa elaboradora de material didáctico, los accesorios estudiantiles?

**Cuadro 2**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	347	94%
NO	23	6%
TOTAL	370	100%

**Fuente:** encuestas aplicadas a población objetivo.

**Elaborado por:** Susana Murillo



**Análisis:**

El gráfico 2, muestra que del total de los encuestados el 96% estaría dispuesto a comprar en una microempresa elaboradora de material didáctico los accesorios estudiantiles para sus hijos; mientras que el 4% restante manifestó que no está de acuerdo.

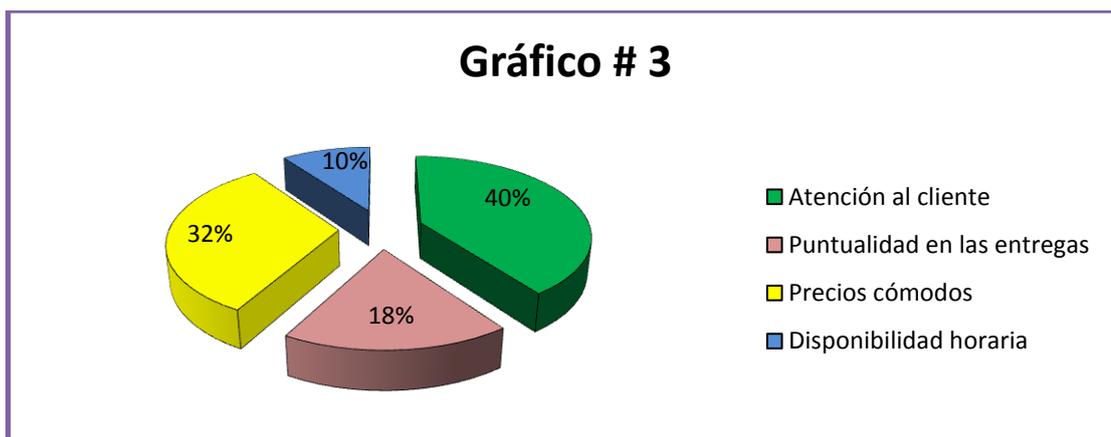
3. ¿Cuál de los siguientes aspectos valora más de las librerías?

**Cuadro 3**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atención al cliente	147	40%
Puntualidad en las entregas	68	18%
Precios cómodos	120	32%
Disponibilidad horaria	35	10%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas aplicadas a población objetivo.

Elaborado por: Susana Murillo



**Análisis:**

El gráfico 3, en relación a la pregunta de considerar los aspectos que valora más de las librerías muestra una opinión del 40% atención al cliente, el 32% precios cómodos, el 18% puntualidad en las entregas y el 10% disponibilidad horaria.

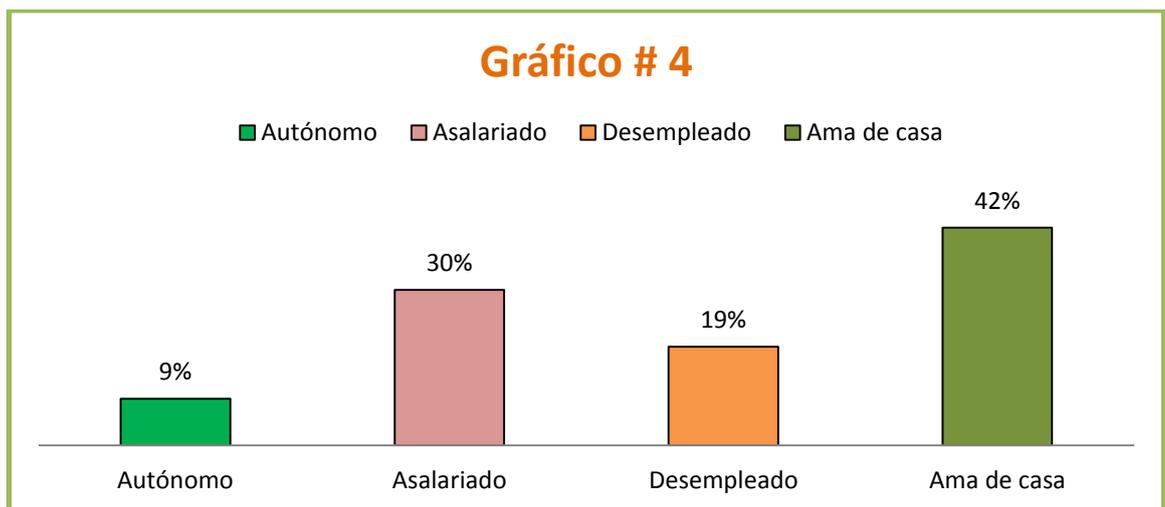
#### 4. ¿Cuál es su situación laboral?

**Cuadro 4**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Autónomo</b>	35	9%
<b>Asalariado</b>	110	30%
<b>Desempleado</b>	70	19%
<b>Ama de casa</b>	155	42%
<b>TOTAL</b>	370	100%

**Fuente:** encuestas aplicadas a población objetivo.

**Elaborado por:** Susana Murillo



**Análisis:**

El gráfico 4, muestra que del total de los encuestados el 42% es ama de casa, el 30% es asalariado, el 19% es desempleado, y el 9% es autónomo.

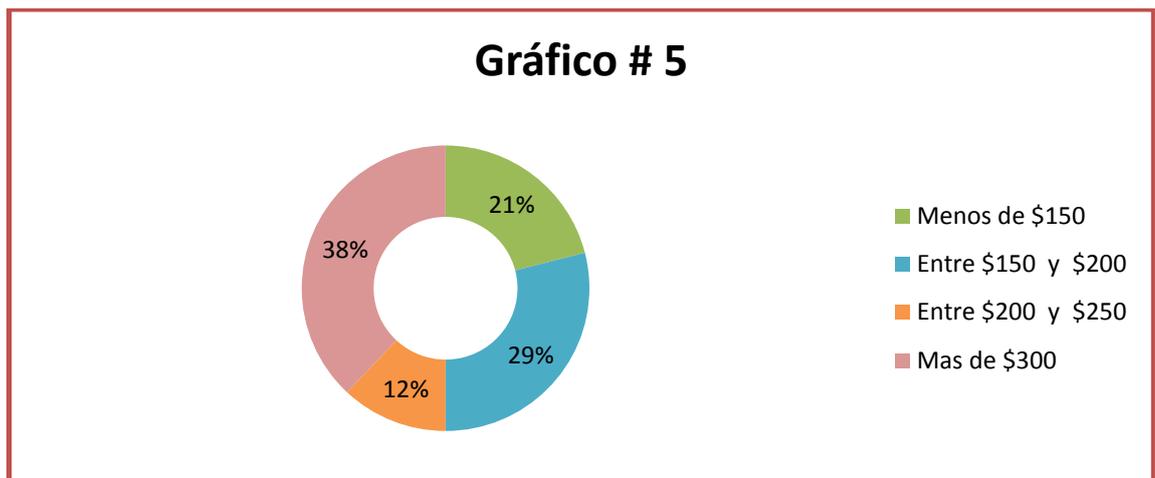
5. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?

**Cuadro 5**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Menos de \$150</b>	77	21%
<b>Entre \$150 y \$200</b>	108	29%
<b>Entre \$200 y \$250</b>	45	12%
<b>Más de \$300</b>	140	38%
<b>TOTAL</b>	370	100%

**Fuente:** encuestas aplicadas a población objetivo.

**Elaborado por:** Susana Murillo



**Análisis:**

El gráfico 5, en relación a la pregunta de cuál es el nivel de ingresos mensuales de los encuestados muestra que el 38% gana más de \$300, el 29% gana entre \$150 y \$200, el 21% gana menos de \$150 y el 12% gana entre \$200 y \$250.

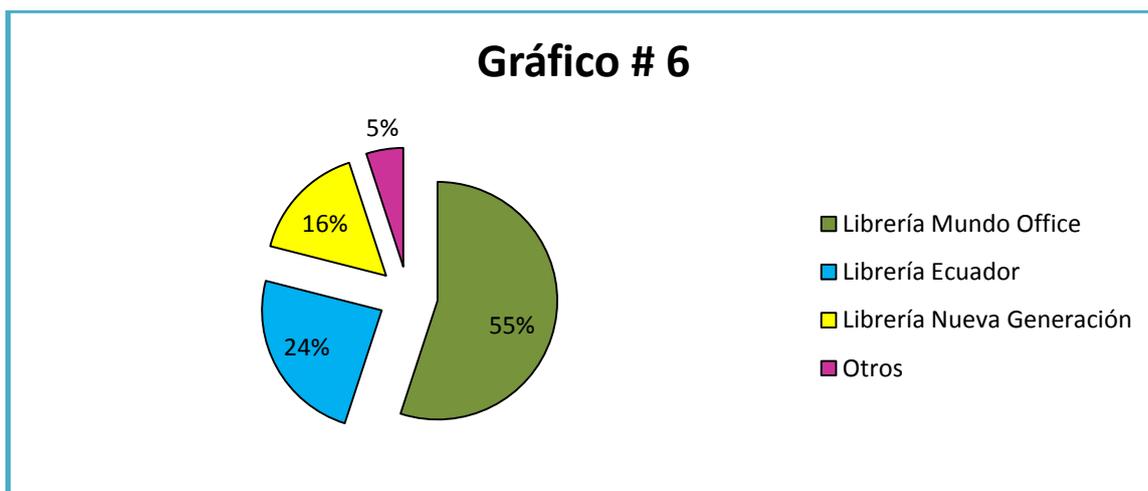
## 6. ¿Dónde usted realiza la compra de los útiles escolares?

**Cuadro 6**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Librería Mundo Office	205	55%
Librería Ecuador	88	24%
Librería Nueva Generación	60	16%
Otros	17	5%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** encuestas aplicadas a población objetivo.

**Elaborado por:** Susana Murillo



### **Análisis:**

El gráfico 6, muestra que del total de los encuestados el 55% compran en la Librería Mundo Office, el 24% compran en la Librería Ecuador, el 16% compran en la Librería Nueva Generación, el 5% compran en otros locales, lo que quiere decir que la librería Mundo Office abarca un territorio fuerte en el mercado del cantón Quevedo.

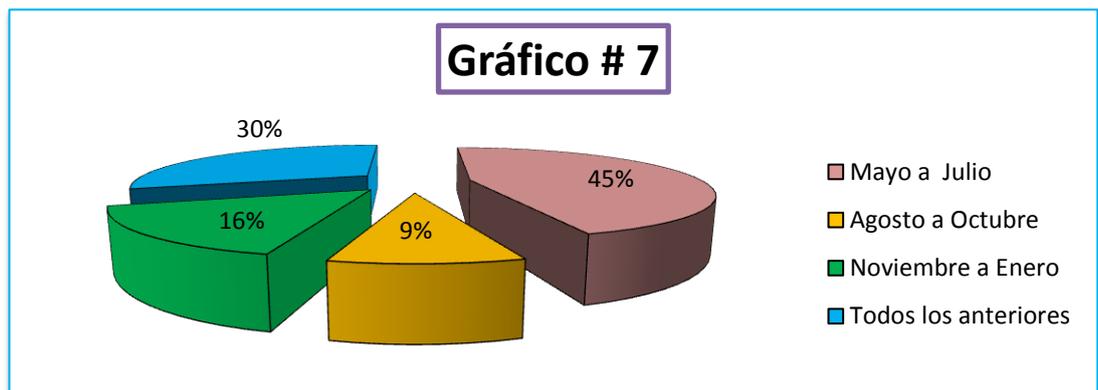
7. ¿En cuál de estos trimestres usted realiza la mayor compra de útiles escolares?

Cuadro 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mayo a Julio	165	45%
Agosto a Octubre	32	9%
Noviembre a Enero	58	16%
Todos los anteriores	115	30%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas aplicadas a población objetivo.

Elaborado por: Susana Murillo



**Análisis:**

El gráfico 7, en relación a la pregunta de cuáles son los trimestres en que realizan la mayor compra de útiles escolares muestra una opinión del 45% de mayo a julio, el 30% en todos los anteriores, el 16% de noviembre a enero y el 9% de agosto a octubre.

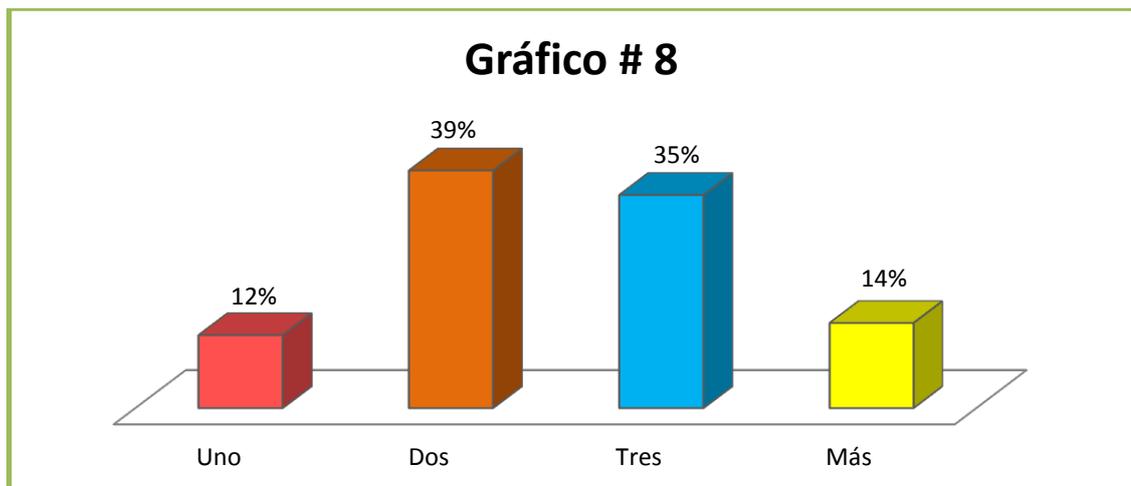
## 8. ¿Cuántos hijos(as) tiene estudiando en la escuela?

**Cuadro 8**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Uno	44	12%
Dos	145	39%
Tres	128	35%
Más	53	14%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** encuestas aplicadas a población objetivo.

**Elaborado por:** Susana Murillo



### **Análisis:**

El gráfico 8, en relación a la pregunta de cuántos hijos (as) tiene estudiando en la escuela, muestra una opinión del 39% tiene dos hijos, el 35% tiene tres hijos, el 14% tiene más de tres, y el 12% tiene un hijo.

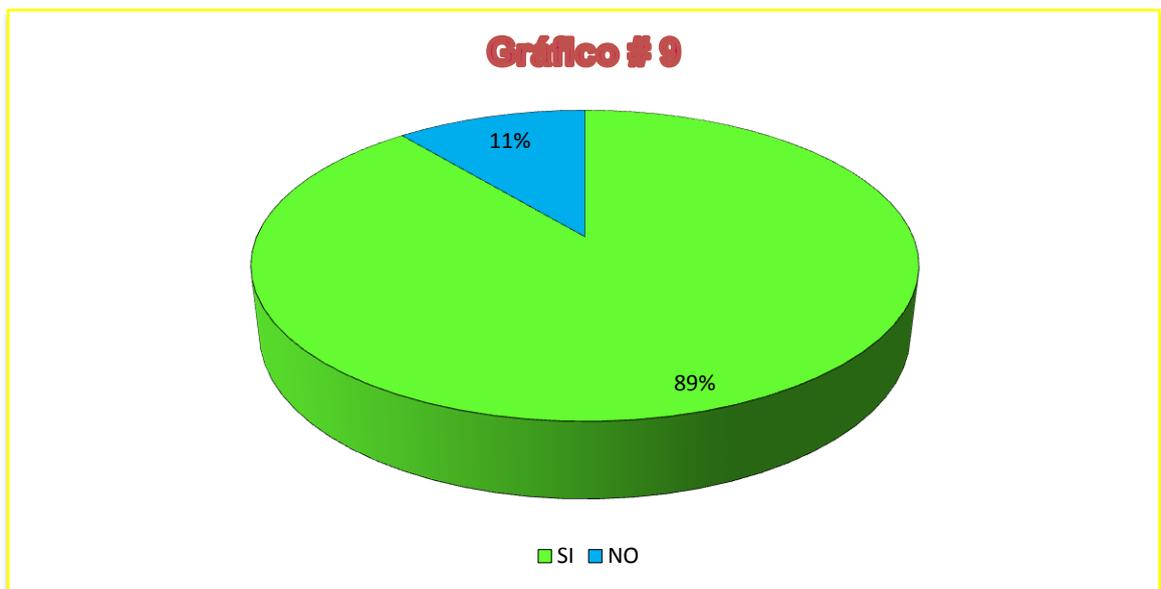
9. ¿Usted ayuda a sus hijos en la elaboración de los trabajos encargados por sus profesores?

Cuadro 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	328	89%
NO	42	11%
TOTAL	370	100%

Fuente: encuestas aplicadas a población objetivo.

Elaborado por: Susana Murillo



**Análisis:**

El gráfico 9, muestra que del total de los encuestados el 89% de los padres de familia ayudan a sus hijos en la elaboración de los trabajos encargados por los profesores; mientras que el 11% restante manifestó que no pueden ayudarlos porque realizan otras actividades.

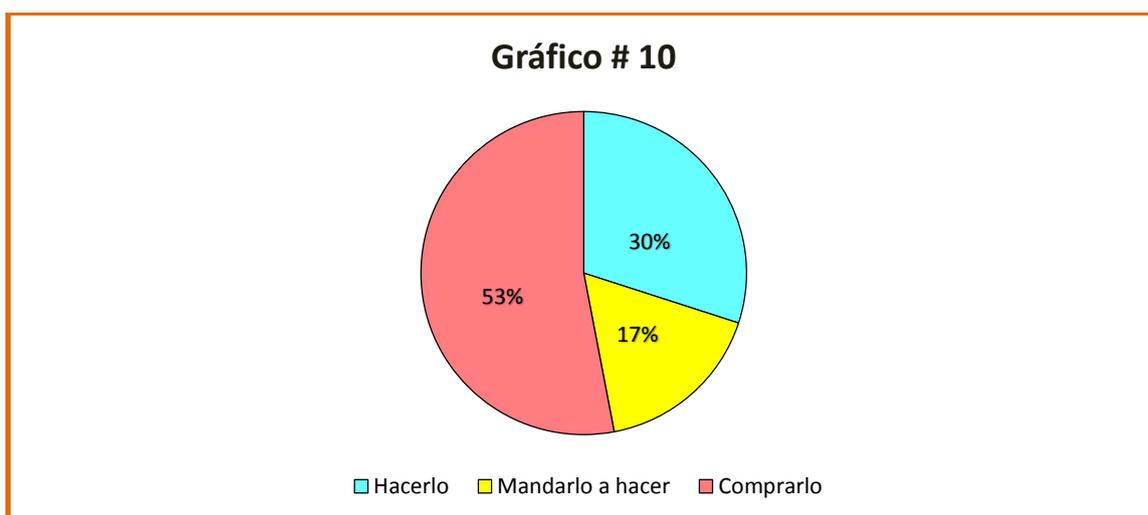
10. Si a sus hijos (as) le solicitan llevar el siguiente artículo (MANUALIDADES EN FÓMIX) en el cual tenga dificultades para elaborarlo usted preferiría...

**Cuadro 10**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hacerlo	110	30%
Mandarlo a hacer	65	17%
Comprarlo	195	53%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** encuestas aplicadas a población objetivo.

**Elaborado por:** Susana Murillo



**Análisis:**

El gráfico 10, en relación a la pregunta; si a sus hijos (as) le solicitan llevar manualidades en fómix en el cual tenga dificultades para elaborarlo, los padres de familias encuestados muestran una opinión del 53% que prefieren comprarlo, el 30% prefieren hacerlo, y el 17% prefieren mandarlo a hacer, lo que quiere decir que se puede optar por la creación de la microempresa y de esta manera contribuir en el desarrollo económico y social del cantón.

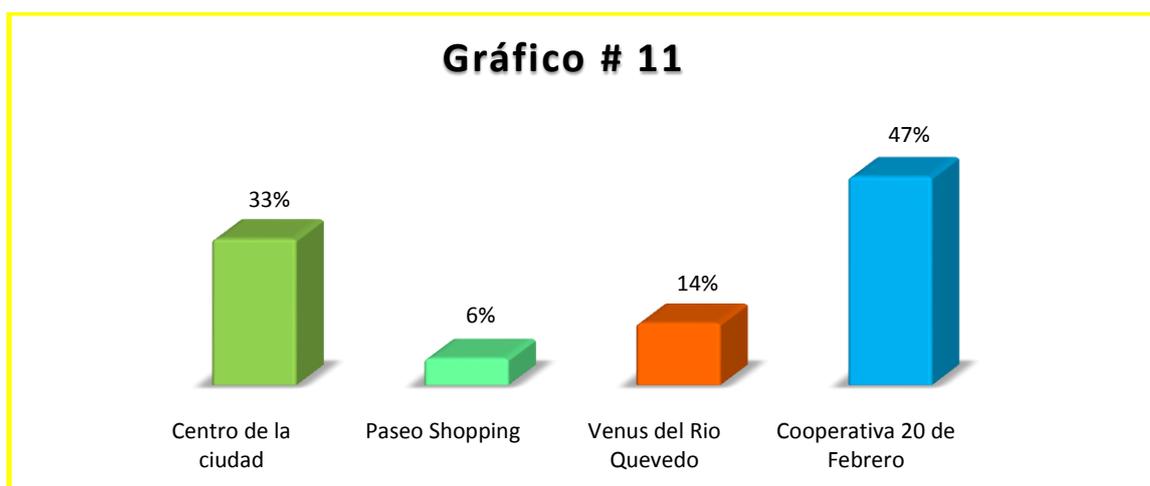
11. ¿En qué sector le gustaría que esté ubicada la microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico?

**Cuadro 11**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro de la ciudad	122	33%
Paseo Shopping	24	6%
Venus del Rio Quevedo	51	14%
Cooperativa 20 de Febrero	173	47%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** encuestas aplicadas a población objetivo.

**Elaborado por:** Susana Murillo



**Análisis:**

El gráfico 11, en relación a la pregunta en que sector le gustaría que esté ubicada la microempresa de elaboración y comercialización de materiales didácticos, los padres de familias encuestados muestran una opinión del 47% prefieren en la cooperativa 20 de febrero, el 33% prefieren en el centro de la ciudad, el 14% prefieren en la parroquia venus del rio Quevedo y el 6% prefieren en el paseo shopping.

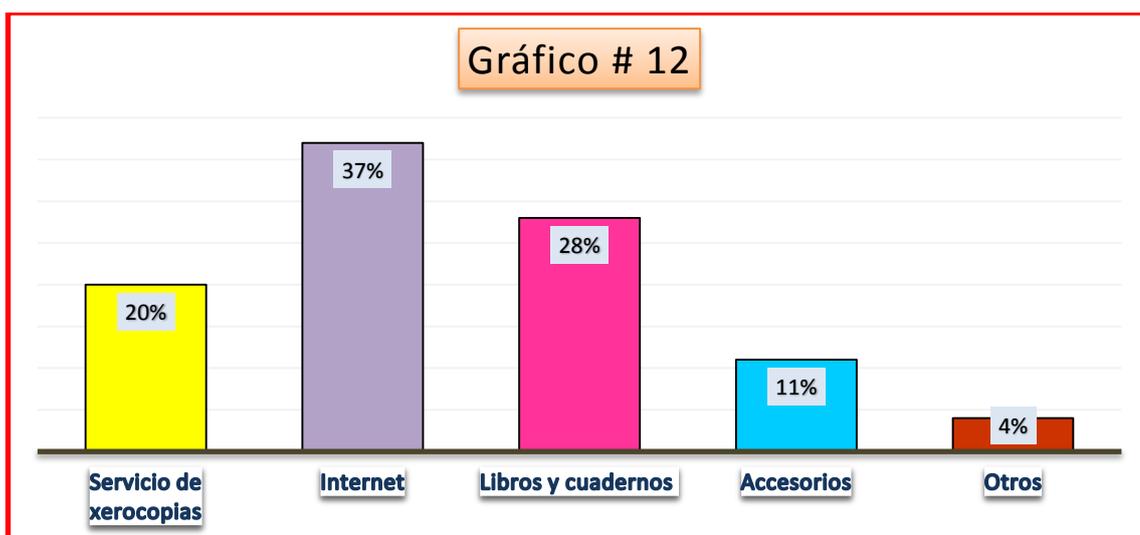
12. ¿Qué le gustaría encontrar en la microempresa además de materiales didácticos?

Cuadro 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio de xerocopias	72	20%
Internet	136	37%
Libros y cuadernos	105	28%
Accesorios	42	11%
Otros	15	4%
TOTAL	370	100%

Fuente: encuestas aplicadas a población objetivo.

Elaborado por: Susana Murillo



**Análisis:**

El gráfico 12, en relación a la pregunta que le gustaría encontrar en la microempresa además de materiales didácticos, los padres de familias encuestados muestran una opinión del 37% internet, el 28% libros y cuadernos, el 20% servicio de xerocopias, el 11% accesorios y el 4% otros.

## 4.2. Estudio de Mercado.

El estudio de mercado es una parte muy importante en la evaluación de cualquier tipo de proyecto o negocio que se desea iniciar, para este caso es el de crear una microempresa de elaboración y comercialización de materiales didácticos para educación básica en el cantón Quevedo, primero se seleccionó el mercado actual al cual se desea introducir con estos productos.

La encuesta efectuada para este estudio de factibilidad se la realizó a 370 padres de familias, la misma que contiene 12 preguntas enfocadas a obtener información y datos básicos, lo cual servirá para analizar y a la vez guiar este estudio. El objetivo fundamental de esta encuesta es de tener una idea clara y generalizada de que tan factible es la creación de esta microempresa en este cantón. Además, se va a estimar la demanda actual en el mercado y la demanda proyectada para los siguientes años.

### 4.2.1 Determinación de la Demanda.

Concluida la aplicación de los instrumentos, se procedió a la tabulación de las respuestas y sus resultados se presentan de manera sistemática en cuadros estadísticos, considerando las frecuencias con sus respectivos porcentajes, los cuales permiten visualizar de manera numérica la información obtenida y son presentados en gráficos estadísticos.

La interpretación de los resultados se realizó de la siguiente manera:

- **CUANTITATIVOS.** Los resultados numéricos son convertidos en porcentajes, considerando cada uno de los ítems.
- **CUALITATIVOS.** En base a los porcentajes obtenidos se realizó el respectivo análisis para obtener las conclusiones, lo cual permitió enfatizar los resultados de la investigación.

#### 4.2.1.1. Demanda Actual.

**Demanda.-** Conoceremos la demanda que tuvo y tiene la microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico en el cantón, como se puede observar en el año 2010 la demanda de los padres de familias de la zona urbana del cantón Quevedo era de 16.913, para el año 2013 incrementó a 19.164

**Cuadro 13. DEMANDA ACTUAL**

<b>AÑOS</b>	<b>D.A. P/F</b>
2010	16.913
2011	18.390
2012	18.748
2013	19.164

Fuente: Elaboración propia.  
Responsable: Susana Murillo.

#### 4.2.1.2. Demanda Futura.

La demanda futura en el año 2015 será de 19.727 padres de familias, la misma que para el año 2018 habrá incrementado a 21.417

**Cuadro 14. DEMANDA FUTURA.**

<b>AÑOS</b>	<b>D.P. P/F</b>
2015	19.727
2016	20.290
2017	20.852
2018	21.417

Fuente: Elaboración propia.  
Responsable: Susana Murillo.

#### 4.2.2. Oferta Actual.

La oferta consiste en determinar los negocios que actualmente ofrecen este tipo de producto, con quienes se competirá en el mercado establecido y de acuerdo al estudio de mercado, en el cantón Quevedo existen librerías que cuentan dentro de ellas con productos similares a los del proyecto que se está evaluando.

**Cuadro 15. OFERTA ACTUAL**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA ACTUAL</b>
2010	2
2011	2
2012	2
2013	2

Fuente: Elaboración propia.  
Responsable: Susana Murillo.

#### 4.2.2.1. Oferta Futura.

**CUADRO 16. OFERTA FUTURA**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA FUTURA</b>
2015	3
2016	3
2017	3
2018	3

Fuente: Elaboración propia  
Responsable: Susana Murillo

#### 4.2.2.2 Demanda Insatisfecha Actual.

Podemos considerar que la demanda insatisfecha es aquella parte del mercado que no está cubierta, y para este proyecto existe una totalidad que no se encuentra completamente cubierta. Por tal razón existe la posibilidad de captar aquel mercado insatisfecho.

#### CUADRO N° 17 DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL

AÑOS	OFERTA ACTUAL	DEMANDA ACTUAL	DEM. INS. ACT
2010	2	179.370	-179.370
2011	2	182.855	-182.855
2012	2	186.349	-186.349
2013	2	189.834	-189.834

Fuente: Datos del INEC  
Responsable: Susana Murillo

**Análisis.-** Dado que la demanda ha sido mayor que la oferta se puede concluir que el proyecto fue conveniente en los años analizados desde el punto de vista del mercado.

#### 4.2.2.3 Demanda Insatisfecha Futura.

#### CUADRO N° 18 DEMANDA INSATISFECHA FUTURA.

AÑOS	OFERTA FUTURA	DEMANDA FUTURA	DEM. INS. FUT.
2015	3	196.769	-196.768
2016	3	200.217	-200.216
2017	3	203.650	-203.649
2018	3	207.064	-207.063

Fuente: Datos del INEC  
Responsable: Susana Murillo

**Análisis.-** Dado que la demanda será mayor que la oferta se puede concluir que el proyecto va a ser conveniente en los años analizados desde el punto de vista del mercado.

#### **4.2.3. Características del mercado.**

Quevedo es considerada la nueva capital bananera de Ecuador por ser el centro de operaciones de la mayoría de compañías bananeras que operan en el país y por la prestigiosa calidad de su fruta de exportación. Además se encuentra situado en un hermoso lugar en el corazón del litoral, por su posición geográfica y vial privilegiada ha beneficiado al país, lo que permite un intenso tráfico terrestre y fluvial.

Posee un clima que beneficia para el cultivo, es una población situada en las orillas del río Quevedo en el sector denominado “Las Lomas”, es el mayor centro económico y comercial de la provincia de Los Ríos, entregando divisas de la exportación de sus productos agrícolas como; banano, café, cacao, palo de balsa, caucho, palma africana, frutales, soya, maíz, entre otros.

Es la décimo segunda ciudad más poblada de Ecuador, con 173.585 habitantes en el último censo ecuatoriano conducido por el INEC, en la actualidad ha superado en población a la capital de la provincia Babahoyo. Está limitado por: al norte por los cantones Buena Fé y Valencia, al sur el cantón Mocache, al este el cantón Ventanas y Quinsaloma, al oeste el cantón El Empalme.

Actualmente se encuentra dividido en nueve **parroquias urbanas** como son: San José, San Camilo, San Cristóbal, Venus del Río Quevedo, Nicolás Infante Díaz, Guayacán, Siete de Octubre, Viva Alfaro y 24 de Mayo; y dos **parroquias rurales**: San Carlos y La Esperanza.

#### **4.2.4. Definición del producto.**

El objetivo de esta investigación es ofrecer un producto tangible, el cual consiste en elaborar y comercializar materiales didácticos, el fomix es utilizado en manualidades didácticas y creativas en trabajos escolares y en terapias ocupacionales, mundialmente distribuido en papelerías y tiendas de artesanías y manualidades, en forma de láminas de diversos colores.

Por ser un material liviano, termo formable, lavable, no tener bordes afilados, atóxico y poderse pintar con cualquier tipo de pinturas (témperas, acrílicas, acuarelas, etc.) es cada día el preferido de los artistas, otro uso bastante extendido es como material para acolchar objetos o superficies, debido a su textura elástica y esponjosa.

Posee ventajas como: buena resistencia al clima y a los químicos, baja absorción de agua y no es dañino al medio ambiente, se puede tirar, reciclar o incinerar. Sus características son: es fácil de moldear al calor, de pegar, de cortar, de pintar, es lavable, no es tóxico.

El material didáctico es aquel que reúne medios y recursos que facilitan la enseñanza y el aprendizaje, suelen utilizarse dentro del ambiente educativo para facilitar la adquisición de conceptos, habilidades, actitudes y destrezas.

#### **4.2.5. Estudio Técnico.**

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto, y por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

En síntesis, el objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

#### **4.2.5.1. Tamaño y Localización.**

**Localización.-** La localización responde a la necesidad de establecer o ubicar la microempresa de elaboración y comercialización de materiales didácticos para su funcionamiento, esta fase persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de ventas o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, etc.

#### **Macro localización.**

Estará localizado en la costa del Ecuador, provincia de Los Ríos, cantón Quevedo.



#### **Micro Localización.**

La microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico para educación básica, estará ubicada en el barrio Kennedy de la Cooperativa 20 de febrero, la cual pertenece a la parroquia Venus del Río Quevedo, detrás de la Unidad Educativa “Eloy Alfaro” del cantón Quevedo.



#### 4.2.5.2. Tamaño del proyecto.

Es el punto de referencia al tamaño, se trata de definir qué dimensiones y cuál debería ser la mejor distribución del local para el funcionamiento de la misma.

Para este estudio a evaluar, el primer punto importante a considerar es que para el funcionamiento de la misma, el local va a ser arrendado en el sector antes mencionado. (El costo del arrendamiento va a ser considerado en el estudio económico-financiero del proyecto).

#### 4.2.5.3. Dimensiones del local.

En las dimensiones del local se va a referir a la superficie que deberá tener el local para poder garantizar la adecuada comodidad y el funcionamiento de la empresa para los clientes internos y externos, esta microempresa iniciará con 5 oficinas distribuidas de la siguiente manera: gerencia, atención al cliente y ventas, taller, compras y bodega con su respectivo equipamiento.

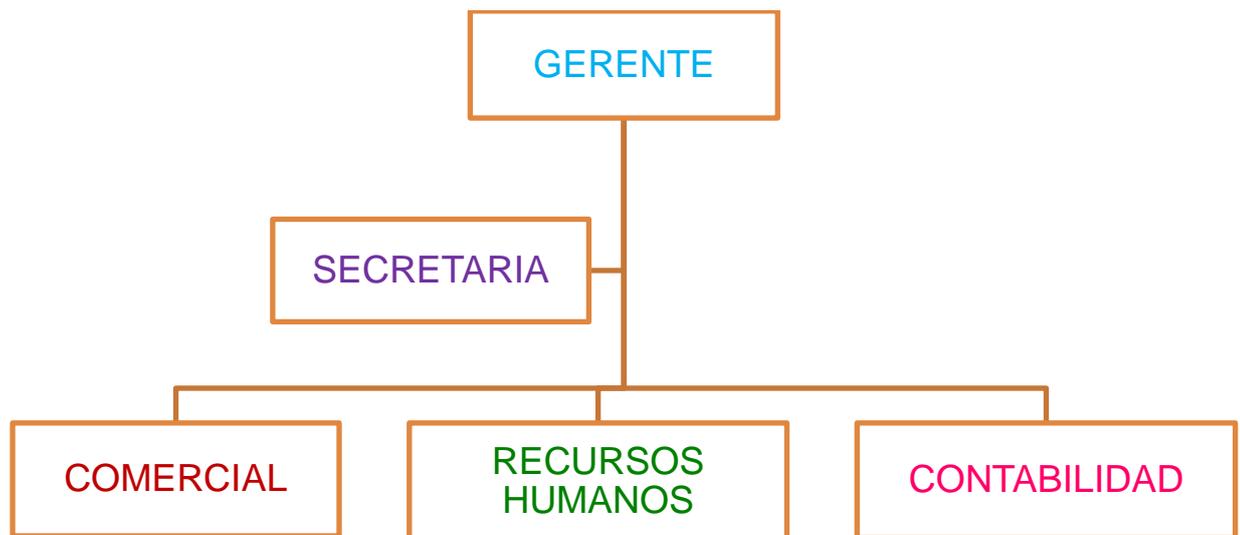
### GRÁFICO 13. DISEÑO DE LA MICROEMPRESA DE MATERIALES DIDÁCTICOS.



#### 4.2.5.4. Estructura organizativa de la microempresa.

En base al organigrama realizado para la empresa se va a tener la siguiente distribución de actividades con sus respectivos coordinadores para que el proyecto tenga un buen funcionamiento.

#### GRÁFICO 14. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL.



Elaborado por: La Autora.

#### 4.2.6. Estudio económico.

Tiene por objetivo realizar una presentación detallada de los elementos que participan en la estructura financiera de la microempresa de elaboración y comercialización de materiales didácticos, así como: las inversiones necesarias para ponerla en funcionamiento, los ingresos de la misma, gastos de administración, materiales y suministros de oficina, las ventas y el financiamiento para ofrecer un producto de calidad, toda esta información proyectada a cada uno de los periodos que comprometen el proyecto.

El resultado del estudio financiero permite conocer si el proyecto es viable o no, como herramientas para determinar dicho resultado se utilizarán los indicadores financieros como son; el TIR, VAN, Periodo de Recuperación y la Relación Beneficio/Costo.

#### 4.2.6.1. Planificación de Inversión y el Financiamiento.

##### CUADRO n° 19. INGRESOS DE LA MICROEMPRESA

<b>Detalle</b>	<b>Mensual (USD)</b>	<b>Anual (USD)</b>
Ventas de materiales didácticos, accesorios estudiantiles, cuadernos, etc.	300	3.600
Servicios de internet, impresiones, xerocopias.	250	3.000
Aportación de los socios (3 personas / \$35 mensuales cada uno)	105	1.260
<b>TOTAL</b>	<b>\$655</b>	<b>\$7.860</b>

Responsable: Susana Murillo

#### 4.2.6.2. Activos Fijos.

##### CUADRO N° 20. MUEBLES Y ENSERES.

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Escritorios	3	\$100	\$25,00	\$300
Sillas	10	15	12,50	150
Vitrinas	5	150	62,50	750
Perchas	4	105	35,00	420
mesas	5	90	37,50	450
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>\$460</b>	<b>\$ 72,50</b>	<b>\$2.070</b>

Responsable: Susana Murillo

Este cuadro indica que el proyecto iniciará con un total de muebles y enseres de \$2.070 y un gasto mensual durante ese año de \$72,50

**CUADRO N° 21. EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Computadoras	3	\$425	\$106,25	\$1.275
Impresoras	2	85	14,17	170
Copiadora	1	290	24,17	290
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>800</b>	<b>\$144,59</b>	<b>\$1.735</b>

Responsable: Susana Murillo

Este cuadro indica que el proyecto iniciará con un total de equipo de oficina de \$1.735 y un gasto mensual durante ese año de \$ 144,59

**CUADRO N° 22. MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA QUE VAN A SER UTILIZADOS EN LA MICROEMPRESA.**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>TOTAL</b>
Pliego fomix	20	1,07	21,40
fomix A4 césped	8	0,51	4,08
fomix T/O escarchado adhesivo	5	0,51	2,55
Fomix tamaño oficio	15	0,11	1,65
Silicón líquido 60ml	10	0,52	5,20
Barra de silicón	25	0,09	2,25
Tijera	5	0,45	2,25
Lápiz mongol	7	0,26	1,82
Borrador pelikan	4	0,09	0,36
Carpeta manila color s/ vincha	5	0,15	0,75
Carpeta transp. T/O	4	0,54	2,16
Vinchas para carpetas	4	0,03	0,12
Marcadores azul/negro/rojo	6	0,30	1,80
Marcadores acrílicos	3	0,60	1,80
Esferos bic negro/azul/rojo	12	0,27	3,24
Corrector	3	0,56	1,68
Regla 30cm	5	0,23	1,15

Grapadora	2	2,16	4,32
Perforadora	2	2,08	4,16
Calculadora	2	3,94	7,88
Cinta scotch mediana	4	0,16	0,64
Resaltador	3	0,49	1,47
Cuaderno cosido cuadros 100h	2	1,07	2,14
Pliego cartulina colores	10	0,26	2,60
<b>Total útiles de oficina</b>	<b>166</b>	<b>\$16,45</b>	<b>\$77,47</b>

Fuente: MUNDO OFFICE.

#### 4.2.6.3. Gastos Administrativos.

#### CUADRO N° 23. COSTO DE MANO DE OBRA LABORAL, EL SUELDO MENSUAL DEL PERSONAL Y EL TOTAL ANUAL.

Cargo	N° de empleados	Sueldo	Forma de contrato	Gasto mensual	Gasto anual
Gerente general	1	400	Tiempo completo	400	4.800
Secretaria/Contadora	1	300	Tiempo completo	300	3.600
Vendedor (a) 1	1	200	Tiempo completo	200	2.400
Vendedor (a) 2	1	200	Tiempo completo	200	2.400
Vendedor (a) 3	1	200	Tiempo completo	200	2.400
conserje	1	150	medio tiempo	150	1.800
<b>Total sueldos</b>				<b>\$1.450</b>	<b>\$17.400</b>

Responsable: Susana Murillo

#### 4.2.6.4. Depreciación de activos fijos.

**CUADRO N° 24. TABLA DE DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE MUEBLES Y ENSERES.**

<b>Muebles y enseres</b>	<b>Vida útil</b>	<b>cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Depreciación anual</b>
Escritorios	10 años	3	\$100	\$300	30
Sillas	10 años	10	15	150	15
Vitrinas	10 años	5	150	750	75
Perchas	10 años	4	105	420	42
mesas	10 años	5	90	450	45
<b>TOTAL</b>		<b>27</b>	<b>\$460</b>	<b>\$2.070</b>	<b>\$207</b>

Responsable: Susana Murillo

En el siguiente cuadro se puede observar en forma resumida todos los valores que generan los activos fijos de la microempresa de materiales didácticos por concepto de depreciación anual.

**CUADRO N° 25. TABLA DE DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN.**

<b>Equipo de computación</b>	<b>Vida útil</b>	<b>cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Depreciación anual</b>
Computadoras	3 años	3	\$425	\$1.275	425,00
Impresoras	3 años	2	85	170	56,67
Copiadora	3 años	1	290	290	96,67
<b>TOTAL</b>		<b>6</b>	<b>\$800</b>	<b>\$1.735</b>	<b>\$578,34</b>

Responsable: Susana Murillo

#### 4.2.6.5. Costo de servicios básicos.

#### CUADRO N° 26. COSTOS DE SERVICIOS BÁSICOS.

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Agua	7,00	84,00
Energía eléctrica	15,00	180,00
Teléfono	20,00	240,00
Internet	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$72,00</b>	<b>\$864,00</b>

Responsable: Susana Murillo

#### 4.2.6.6. Publicidad

#### Cuadro n° 27. Resumen de los gastos publicitarios para inicios de operaciones.

PUBLICIDAD			
Cantidad	Descripción	Precio unitario	Total
5	Publicación a través de las redes sociales	0,50	2,50
1.000	Volantes en tamaño de 15x20 a color.	0,02	20,00
4	Prestaciones de servicios para la entrega de volantes.	10,00	40,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$62,50</b>

Responsable: Susana Murillo

#### 4.2.6.7. Inversión inicial.

### CUADRO N° 28. INVERSIÓN INICIAL PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO.

ACTIVIDAD	PRESUPUESTO	FUENTES DE FINANCIAMIENTO
<b>Estudio de factibilidad</b>		
➤ <b>Infraestructura adecuada</b>	<b>4.154,47</b>	
Alquiler del local	200,00	Capital propio
Adquirir muebles y enseres	2.070,00	
Adquirir equipo de computación	1.735,00	Capital propio
Materiales y suministros	77,47	Capital propio
Servicios básicos	72,00	Capital propio
➤ <b>Inventario</b>	<b>614,81</b>	
Compra de accesorios estudiantiles, materiales, etc.	614,81	
➤ <b>Publicidad</b>	<b>62,50</b>	
Contratar publicidad	62,50	Capital propio
➤ <b>Gastos administrativos</b>	<b>1.450,00</b>	
Contratación de personal	1.450,00	
<b>Subtotal</b>	<b>6.281,78</b>	
<b>Imprevistos 5%</b>	<b>314,09</b>	
<b>Recursos propios 40%</b>	<b>2.638,35</b>	
<b>Crédito Banco Fomento 60%</b>	<b>3.957,52</b>	
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	<b>6.595.87</b>	

Responsable: Susana Murillo.

#### 4.2.6.8. Financiamiento.

El proyecto se financia de la siguiente manera:

- 40% aporte de los inversionistas: \$ 2.638,35
- 60% préstamo bancario: \$ 3.957,52

La entidad financiera para el préstamo es el Banco Nacional de Fomento.

#### 4.2.6.9. Detalle de préstamo al Banco Nacional de Fomento.

##### CUADRO N° 29. FORMA DE PRÉSTAMO PARA EL PROYECTO.

DESCRIPCION
<b>Monto:</b> \$4.000
<b>Interés:</b> 15%
<b>Plazo:</b> 3 años

Responsable: Susana Murillo

##### CUADRO 30. TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO BANCARIO.

Nº: PAGOS	CUOTAS	INTERES	AMORTIZACION	SALDO DEL PRÉSTAMO
				4.000,00
<b>1</b>	1.751,91	600,00	1.151,91	2.848,09
<b>2</b>	1.751,91	427,21	1.324,70	1.523,39
<b>3</b>	1.751,91	228,52	1.523,39	--0--

Responsable: Susana Murillo

#### 4.2.7.0. Proyección de los Estados Financieros.

#### CUADRO 31. BALANCE GENERAL INICIAL PARA LA MICROEMPRESA DE MATERIALES DIDÁCTICOS.

<b>ACTIVOS</b>			
<b>Activos Corrientes</b>			
	Caja - Bancos	830,00	
	<b>Inventario</b>		
	Mercaderías	<u>614,81</u>	
<b>Total de Activos Corrientes</b>			<b>\$1.444,81</b>
<b>Activos No Corrientes</b>			
	Equipo de computación	1.735,00	
	Muebles y enseres	2.070,00	
	Suministros de oficina	77,47	
	(-) Depreciación acumulada	<u>785,34</u>	
<b>Total de Activos No Corrientes</b>			<b>\$4.667,81</b>
<b>Activos diferidos</b>			
	Gastos administrativos	1.450,00	
	Arriendos	200,00	
	Publicidad	62,50	
	Servicios básicos	<u>72,00</u>	
<b>Total Activos diferidos</b>			<b>\$1.784,50</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b><u>\$7.897,12</u></b>
<b>PASIVOS Y PATRIMONIO</b>			
<b>Pasivos</b>			
	Préstamo bancario	<u>4.000,00</u>	
<b>Total Pasivos</b>			<b>4.000,00</b>
<b>Patrimonio</b>			
	Capital	<u>3.897,12</u>	
<b>Total Patrimonio</b>			<b>3.897,12</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			<b><u>\$7.897,12</u></b>

Responsable: Susana Murillo

**CUADRO 32. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.**

CONCEPTOS	AÑOS			
	2014	2015	2016	2017
<b>INGRESOS</b>				
(+) Ventas	12.540,00	14.675,00	17.973,00	20.486,00
(-) costo de comercialización	1.160,00	2.038,10	2.138,16	2.515,83
<b>(=) Utilidad bruta</b>	<b>11.380,00</b>	<b>12.636,90</b>	<b>15.834,84</b>	<b>17.970,17</b>
<b>EGRESOS</b>				
(-) Gastos administrativos	1.450,00	1.520,00	1.725,00	2.043,00
(-) Gastos generales	4.831,78	3.042,69	3.214,47	3.512,74
(-) Gastos financieros	0	1.255,73	1.255,73	1.255,73
(-) Depreciación	785,34	785,34	785,34	785,34
<b>(=) Utilidad operacional</b>	<b>4.312,88</b>	<b>6.033,14</b>	<b>8.854,30</b>	<b>10.373,36</b>
(-) 15% participación de trabajadores	646,93	904,97	1.328,15	1.556,00
<b>(=) Utilidad antes de impuesto a la renta</b>	<b>3.665,95</b>	<b>5.128,17</b>	<b>7.526,15</b>	<b>8.817,36</b>
(-) 25% impuesto a la renta	916,49	1.282,04	1.881,54	2.204,34
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$2.749,46</b>	<b>\$3.846,13</b>	<b>\$5.644,61</b>	<b>\$6.613,02</b>

Responsable: Susana Murillo

Cuadro 30. Se observa la utilidad neta, luego de descontar todos los costos y gastos que se incurren cada año de vida útil del proyecto. Para el primer año la utilidad es de \$ 2.749,46 la misma que se incrementa positivamente para los siguientes años siendo esta hasta el cuarto año una utilidad de \$ 6.613,02

**CUADRO 33. FLUJO DE CAJA PROYECTADO A CUATRO AÑOS.**

CONCEPTOS	2014	2015	2016	2017
	<b>INGRESOS</b>			
Ventas	12.540,00	14.675,00	17.973,00	20.486,00
Aporte propio	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00
Préstamo	4.000,00	0	0	0
<b>Total de ingresos</b>	<b>17.800,00</b>	<b>15.935,00</b>	<b>19.233,00</b>	<b>21.746,00</b>
<b>EGRESOS</b>				
costo de comercialización	1.160,00	2.038,10	2.138,16	2.515,83
Gastos administrativos	1.450,00	1.520,00	1.725,00	2.043,00
Gastos generales	4.831,78	3.042,69	3.214,47	3.512,74
(-) Gastos financieros	0	1.255,73	1.255,73	1.255,73
Depreciación	785,34	785,34	785,34	785,34
<b>Total de egresos</b>	<b>8.227,12</b>	<b>8.641,86</b>	<b>9.118,70</b>	<b>10.112,64</b>
<b>Utilidad antes de participación</b>	<b>9.572,88</b>	<b>7.293,14</b>	<b>10.114,43</b>	<b>11.633,36</b>
15 % participación de trabajadores	<b>1.435,93</b>	<b>1.093,97</b>	<b>1.517,16</b>	<b>1.745,00</b>
<b>Utilidad antes de impuesto a la renta</b>	<b>8.136,95</b>	<b>6.199,17</b>	<b>8.597,27</b>	<b>9.888,36</b>
25% impuesto a la renta	<b>2.034,24</b>	<b>1.549,79</b>	<b>2.149,32</b>	<b>2.472,09</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$6.102,71</b>	<b>\$4.649,38</b>	<b>\$6.447,95</b>	<b>\$7.416,27</b>

Responsable: Susana Murillo.

Cuadro 31. El flujo de caja generado para el primer año es de \$ 6.102,71 debido a la inversión fija en este año, incrementándose a partir del tercer año en adelante hasta la proyección realizada en el cuarto año en \$ 7.416,27

#### **4.2.8. Evaluación financiera.**

##### **4.2.8.1. Valor Actual Neto.**

Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia, si el resultado es positivo el proyecto viable, y si es negativo sería todo lo contrario. En este caso tenemos un VAN de \$ 13.302,21

##### **4.2.8.2. Tasa Interna de Retorno.**

Puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad, así se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. En nuestro caso muestra como resultado un 142%, por lo tanto el proyecto es factible desde el punto de vista económico.

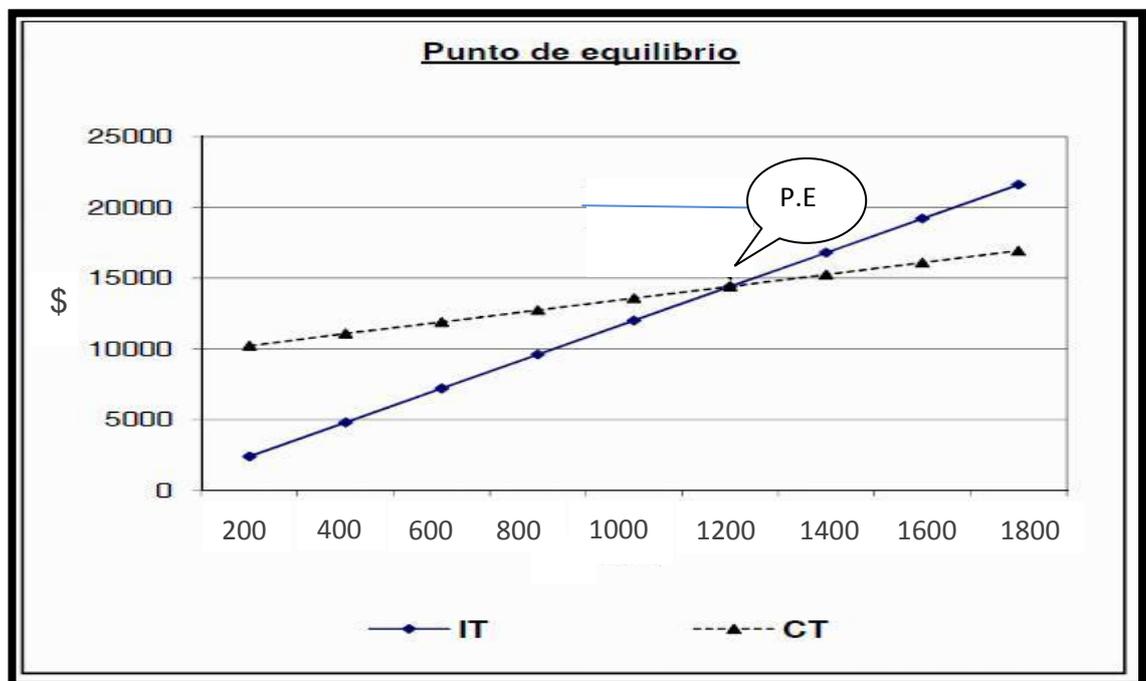
##### **4.2.8.3. Periodo de recuperación.**

La inversión inicial del proyecto se recuperará en un año y 3 meses.

#### 4.2.8.4. Punto de Equilibrio.

RUBRO	2014	2015	2016	2017
Ventas	12.540,00	14.675,00	17.973,00	20.486,00
Ingresos	17.800,00	19.935,00	21.232,50	22.746,00
Costo Variable	8.691,78	7.080,79	7.352,63	9.028,57
Costo Fijo	1.450,00	4.775,73	5.980,23	4.298,73
Costo Total	10.141,78	11.856,52	12.332,86	13.327,30
Beneficio	7.658,22	8.078,48	8.899,64	9.418,70

$$\begin{aligned} \text{Punto de equilibrio} &= \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}} = \frac{1.450}{1 - \frac{5.991,78}{627.000}} \\ &= \frac{1.450}{1 - 0,00956} = \frac{1.450}{0,99044} = 14.630 \end{aligned}$$



Una vez creado el **gráfico del punto de equilibrio en Excel** podemos darnos cuenta fácilmente que justamente donde se intersectan las líneas de ingresos totales y costos totales, a partir de ese punto las ventas son mayores y además nos indica que a partir de las 1.200 unidades vendidas comenzaremos a tener ganancia en el negocio.

#### 4.2.8.5. Relación Beneficio / Costo

<b>RUBRO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Ingresos	17.800,00	15.935,00	19.233,00	21.746,00
Costos de ventas	5.991,78	5.080,79	5.352,63	6.028,57
Beneficio Neto	11.808,22	10.854,21	13.880,37	15.717,43
Relación Beneficio / Costo	1,98	2,14	2,59	2,61

El beneficio costo del proyecto es de \$1,98 esto indica que por cada dólar de inversión tendríamos 0,98 centavos de dólar de ganancia en el primer año de funcionamiento, pero la situación cambia en los siguientes años.

#### 4.9. DISCUSION.

La hipótesis general planteada en el proyecto de investigación *“La implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de materiales didácticos para educación básica en la cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo se constituirá en un aporte económico y social en beneficio del estudiante del cantón”* permitirá contribuir al buen vivir de las personas.

Se ha podido comprobar a través del análisis realizado mediante la aplicación de métodos, técnicas e instrumentos de evaluación, que existe una gran acogida por parte de las personas encuestadas que se ejecute la creación de una microempresa de materiales didácticos en el sector antes mencionado, ya que consideran necesario esta facilidad para sus hijos puedan conseguir todos los accesorios y cumplan con sus responsabilidades de estudiantes.

En concordancia con **(Zeron, 2009)**, quien define que en el estudio de mercado uno de los factores más crítico en los estudios de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingreso de operación, como por los costos e inversiones implícitos.

Según, **(Acevedo, 2010)**, define el estudio de factibilidad como Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede a su estudio, desarrollo o implementación.

La metodología, recursos utilizados y resultados, cada uno de estos aspectos fueron de gran ayuda para la realización de este estudio de factibilidad, ya que permitieron concluir y recomendar los puntos específicos e importantes de la investigación.

El estudio técnico tiene como objetivo principal resolver las preguntas referentes a donde, cuánto, cuándo, con qué y cómo producir bienes y/o servicios, es decir comprende todos los aspectos que tengan relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto, en coherencia a lo afirmado por **(Sapag, 2008)**, en el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, este estudio cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes.

El estudio económico pretende 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 que abarque (producción, administración y ventas), el mismo que determinó que el total requerido para la creación de la microempresa asciende a \$6.595,87 y que está compuesto del 40% como aportación de los socios y el 60% préstamo bancario.

El estudio financiero tiene como objetivo conocer la viabilidad financiera de un proyecto, se sistematiza la información monetaria de los estudios precedentes y se analiza su financiamiento con lo cual se está en condiciones de efectuar su evaluación, en este caso nos muestra un VAN de 13.302,21; una TIR del 142% con un periodo de recuperación de un año y 3 meses y el beneficio costo del proyecto es de \$1,98 esto indica que por cada dólar de inversión tendríamos \$0,98 de ganancia.

**CAPÍTULO V.**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. CONCLUSIONES

- ❖ A través del estudio de mercado aplicado a la población objetivo se determinó la aceptación de la creación de la microempresa de elaboración y comercialización de materiales didácticos en la Cooperativa 20 de febrero del cantón Quevedo, los mismos que confirmaron con un 95% que estarían de acuerdo, lo cual permitió impulsar el desarrollo del presente proyecto.
  
- ❖ En el estudio técnico se estableció la localización y el tamaño de la microempresa para de esta manera lograr la adecuada distribución, optimizando la eficiencia y eficacia en la atención al público y ofreciendo productos de excelente calidad, enfatizando que lo más importante es satisfacer las necesidades de los clientes.
  
- ❖ Según los resultados del estudio económico reflejaron que, se requiere una inversión de \$ 6.595,87 de los cuales; \$ 2.638,35 que es el 40% será el aporte de los inversionistas y \$ 3.957,52 que es el 60% será cubierto con un préstamo de \$4.000,00 al Banco Nacional de Fomento. Además los indicadores financieros muestran; el VAN \$ 13.302,21; una TIR del 142%, y la relación beneficio/costo (\$1,98) es mayor que uno, con un periodo de recuperación de la inversión de un año y tres meses, por lo tanto es necesario realizar la ejecución del proyecto.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- ✓ Que se ejecute la creación de la microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico tomando como base el estudio de mercado, razón por lo cual en el primer año de funcionamiento, es necesario efectuar una masiva campaña publicitaria y promoción, para lograr posicionar el producto en el mercado.
  
- ✓ Es fundamental que los empresarios que desean colocar los productos y/o servicios en las manos de los clientes, deben planificar sus actividades, diseñar estrategias y tácticas operativas apropiadas con el fin de ser más competitivos y mantenerse en el mercado, además es primordial evaluar las percepciones y considerar las posibles sugerencias de los clientes.
  
- ✓ Es importante considerar los estudios previos de mercado, técnico, económico y evaluación financiera, puesto que desempeñan papeles importantes en la toma de decisiones en lo referente a distribución del producto, precios, clientes, competencia, análisis del mercado, entre otros factores, ya que determinan la viabilidad del proyecto.

**CAPÍTULO VI.**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1. Literatura Citada.

- Acevedo, K. (2010). Estudio de Factibilidad de Un Proyecto. Edit. Universidad del Atlántico. Disponible en [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)
- Baca, G. (2010). Evaluación de proyectos. 6ta edición. México. Editorial Mc Graw Hill.
- Berk, J. (2008). Finanzas Corporativas. 1era edición. México. Editorial Pearson Educación.
- Chiriboga, A. (2008). Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano.
- Guajardo, G. (2008). Contabilidad financiera, McGraw-Hill, Quinta edición.
- Ilpes. (2010). Instituto Latinoamericano de Planificación Económica Y Social Guía Para La Presentación De Proyectos. Siglo XXI Editores. 10 edición.
- Meza, J. (2010). Evaluación financiera de proyectos. España. Eco Ediciones.
- Palacios, J. (2008). Medición del impacto y la rentabilidad de la formación. Bogotá, Colombia. Eco ediciones.
- Ross, A. (2010). Fundamentos de Finanzas Corporativas. 9na edición. México. Editorial Mc Graw Hill.
- Sapag, N. (2008). Preparación y Evaluación de Proyecto, 5ta edición. Bogotá. Editorial Mc Graw Hill.
- Zeron (2009). Mercado. Disponible en: <http://www.mercadotecnia.com/trabajos/13/mercado/mercado.shtml>.

## 6.2. Linkografía.

- [http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/materiales didácticos.html](http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/materiales-didacticos.html)
- <http://definicion.de/estudiante/>
- <http://www.educacion.gob.ec/index.php/basica-egb>.

**CAPÍTULO VII.**  
**ANEXOS**

## 7.1 ANEXOS

### ANEXO # 1. ENCUESTA DIRIGIDA AL PÚBLICO OBJETIVO.

#### UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

#### FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

#### CARRERA GESTION EMPRESARIAL

Por medio de esta encuesta se desea recopilar información necesaria para la creación de una microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico para educación básica en el cantón Quevedo año 2014, como elaboración de trabajo de investigación de culminación de carrera universitaria. Por esta razón le pedimos de favor conteste con la mayor sinceridad y exactitud la información que se le solicita a continuación.

1. **¿Está usted de acuerdo que se cree una microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico en la Cooperativa 20 de Febrero del cantón Quevedo?**

SI

NO

2. **¿Estaría dispuesto a comprar en una microempresa elaboradora de material didáctico, los accesorios estudiantiles?**

SI

NO

3. **¿Cuál de los siguientes aspectos valora más de las librerías?**

Atención al cliente

Puntualidad en las entregas

Precios cómodos

Disponibilidad horaria

**4. ¿Cuál es su situación laboral?**

- Autónomo
- Asalariado
- Desempleado
- Ama de casa

**5. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?**

- Menos de 150 dólares
- Entre 150 y 200 dólares
- Entre 200 y 250 dólares
- Más de 300 dólares

**6. ¿Dónde usted realiza la compra de los útiles escolares?**

- Librería Mundo Office
- Librería Ecuador
- Librería Nueva Generación
- Otros

**7. ¿En cuál de estos trimestres usted realiza la mayor compra de útiles escolares?**

- Mayo a julio
- Agosto a Octubre
- Noviembre a Enero
- Todos los anteriores

**8. ¿Cuántos hijos(as) tiene estudiando en la escuela?**

- Uno
- Dos
- Tres
- Más

9. ¿Usted ayuda a sus hijos en la elaboración de los trabajos encargados por sus profesores?

SI

NO

10. Si a su hijo(a) le solicitan llevar el siguiente artículo (MANUALIDADES EN FÓMIX) en el cual tenga dificultades para elaborarlo usted preferiría...

Hacerlo

Mandarlo a hacer

Comprarlo

11. ¿En qué sector le gustaría que esté ubicada la microempresa de elaboración y comercialización de material didáctico?

Centro de la ciudad

Paseo shopping

Venus del rio Quevedo

Cooperativa 20 de febrero

12. ¿Qué le gustaría encontrar en la microempresa además de materiales didácticos?

Servicio de xerocopias

Internet

Libros y cuadernos

Accesorios

Otros

Gracias por su colaboración

Quevedo, Julio 2014

## ANEXO # 2.CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO.

$$VAN = -I + \frac{F.F.N1}{(1+i)^n} + \frac{F.F.N2}{(1+i)^n} + \frac{F.F.N3}{(1+i)^n} + \frac{F.F.N4}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -4.000 + \frac{6.102,71}{(1+0,15)^1} + \frac{4.649,38}{(1+0,15)^2} + \frac{6.447,95}{(1+0,15)^3} + \frac{7.416,27}{(1+0,15)^4}$$

$$VAN = -4.000 + \frac{6.102,71}{1,15} + \frac{4.649,38}{1,3225} + \frac{6.447,95}{1,520875} + \frac{7.416,27}{1,74900625}$$

$$VAN = -4.000 + 5.306,70 + 3.515,60 + 4.239,63 + 4.240,28$$

$$VAN = \$ 13.302,21$$

## ANEXO # 3.CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO.

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
-4.000,00	6.102,71	4.649,38	6.447,95	7.416,27

**Tasa de descuento.**

$$d = \frac{i}{1+i}$$

$$d = \frac{0,15}{1,15}$$

$$d = 0,149434782$$

$$d = 15\%$$

<b>VAN</b>	
\$ 17.302,21	
\$4.000,00	Inversión
\$ 13.302,21	Valor Actual Neto del Proyecto

El VAN es mayor a cero, por tanto la inversión es rentable. Es decir, el dinero que se proyecta recuperar, aun después de ajustarlo con la tasa de descuento, es superior al que se invierte.

<b>TIR</b>
142%

<b>COMPROBACION:</b>	
<b>AHORA PARA EL VAN ESCOJO LA TASA DEL TIR QUE ES 142%</b>	
\$ 4.000,00	NUEVO RESULTADO UTILIZANDO LA TASA DEL TIR
-4.000,00	MENOS LA INVERSION
\$ 0,00	ES IGUAL A CERO EL VAN

#### **ANEXO # 4.CALCULO DE LA AMORTIZACION.**

Datos:

A=?

P= \$ 4.000,00

i= 15%

n=3 años

$$A = P \left[ \frac{i (1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$$

$$A = 4.000 \left( \frac{0.15 (1 + 0.15)^3}{(1 + 0.15)^3 - 1} \right)$$

$$A = 4.000 \left( \frac{0,22813125}{0,520875} \right)$$

$$A = 4.000 (0.437976961)$$

$$A = \$1.751,91$$

#### ANEXO # 5. RAZON SOCIAL DE LA MICROEMPRESA.



**ANEXO # 6. FOTOS DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECERÁ LA MICROEMPRESA.**

