



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Trabajo de titulación modalidad “Proyecto de Emprendimiento” previo a la obtención del título de  
Licenciado en Administración de Empresas

**TEMA DE TESIS:** Creación de una empresa dedicada a la producción de textos e  
imágenes (imprensa) en el cantón Manta.

**AUTOR:** Flores Tejena Carlos Alejandro.

**TUTOR (A):** Ing. Byron Coral. PhD.

Manta, 2022-(1)

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de Proyecto de Emprendimiento, bajo la autoría del estudiante Flores Tejena Carlos Alejandro, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2016-2022, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Emprendimiento, cuyo tema del proyecto es “Creación de una empresa dedicada a la producción de textos e imágenes (Imprenta) en el cantón Manta”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta 27 de Julio del 2022.

Lo certifico,



Ing. Byron Coral. PhD.

**Docente Tutor(a)**

**Área:**

## **APROBACIÓN DEL TRABAJO**

Los miembros del tribunal examinador de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación denominado: “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS E IMÁGENES (IMPRESA) EN EL CANTÓN MANTA”, elaborado por el egresado Flores Tejena Carlos Alejandro, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones de la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Administración de Empresa.

Manta, Agosto 2022.

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto principalmente a Dios por ser mi guía y mi protector a lo largo de mi vida y en el proceso de mi formación académica, también a mis padres por ser el pilar fundamental, por estar conmigo en las buenas y en las malas, por brindarme su cariño, ser mi apoyo incondicional e inculcarme los valores, la valentía, las fuerzas y ganas de seguir adelante y no quedarme estancado, gracias a ellos es que he podido salir adelante y estar donde hoy en día estoy.

Flores Tejena Carlos Alejandro.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme haber llegado con salud y de la mejor manera hasta donde estoy y por haberme permitido tener una buena experiencia dentro de mi universidad ya que gracias a ella he podido culminar mis estudios en lo que más me apasiona, gracias a cada uno de los maestros y maestras que han sido parte y ayuda en todo mi proceso académico en especial a mi tutor el Ing. Byron Coral por ser mi guía, brindarme su orientación y aporte en el proceso de desarrollo de mi proyecto y gracias a su esmero y dedicación a dejado como resultado grupos de graduados y grandes profesionales.

Finalmente darles mis infinitos agradecimientos a mis padres ya que sin ellos podría haber llegado hasta donde estoy ahora, también a mi familia y amigos por creer en mí y brindarme su apoyo incondicional.

Flores Tejena Carlos Alejandro.

## ÍNDICE.

<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>18</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>22</b>
<b>1. Descripción del proyecto.....</b>	<b>26</b>
<b>1.1. Planteamiento del Problema.....</b>	<b>26</b>
<b>1.1.1. Formulación del Problema.....</b>	<b>29</b>
<b>1.1.2. Problemas Específicos.....</b>	<b>29</b>
<b>1.2. Objetivos del Proyecto.....</b>	<b>29</b>
<b>1.2.1. Objetivo General.....</b>	<b>29</b>
<b>1.2.2. Objetivos Específicos.....</b>	<b>29</b>
<b>1.2.3. Indicadores.....</b>	<b>30</b>
<b>1.3. Justificación del Proyecto.....</b>	<b>30</b>
<b>1.3.1. Justificación Teórica.....</b>	<b>30</b>
<b>1.3.2. Justificación Metodológica.....</b>	<b>31</b>
<b>1.3.3. Justificación Práctica.....</b>	<b>32</b>
<b>1.4. Delimitación del Proyecto.....</b>	<b>32</b>
<b>1.4.1. Delimitación Temporal.....</b>	<b>32</b>
<b>1.4.2. Delimitación Espacial.....</b>	<b>32</b>
<b>1.4.3. Delimitación Académica.....</b>	<b>32</b>
<b>1.5. Hipótesis y Variables de la Investigación.....</b>	<b>33</b>

1.5.1. Hipótesis.....	33
1.5.2. Fundamentación Teórica.....	33
1.6. Planteamiento Estratégico.....	36
1.6.1. Visión.....	36
1.6.2. Misión.....	36
1.6.3. Valores.....	37
1.7. Análisis Interno.....	37
1.7.1. Fortalezas.....	39
1.7.2. Debilidades.....	39
2. Estudio de Mercadotecnia.....	41
2.1. Evidencia de Mercado.....	41
2.2. Binomio Producto – Mercado.....	42
2.3. Análisis Externo.....	43
2.3.1. Oportunidades.....	43
2.3.2. Amenazas.....	43
2.4. Segmento de Mercado.....	44
2.4.1. Perfil del Consumidor.....	45
2.4.2. Tamaño Actual y Proyectado.....	45
2.5. Estudio de las Variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza).....	55

2.5.1. Producto.....	55
2.5.2. Precio.....	62
2.5.3. Promoción.....	64
2.5.4. Plaza.....	65
2.6. Análisis Competitivo (Porter).....	66
2.6.1. Poder de Negociación de los Clientes.....	66
2.6.2. Poder de Negociación de los Proveedores.....	66
2.6.3. Amenaza de Nuevos Competidores Entrantes.....	67
2.6.4. Amenaza de Nuevos Productos Sustitutivos.....	67
2.6.5. Rivalidad entre los Competidores.....	68
3. Estudio Técnico.....	70
3.1. Descripción de las Características de Localización del Negocio.....	70
3.2. Realización de un Bosquejo del Área de Trabajo.....	70
3.3. Diagrama de Procesos.....	71
3.4. Listado de Maquinarias, Equipos y Herramientas.....	72
3.4.1. Listado de Máquinas.....	72
3.4.2. Listado de Muebles y Enseres.....	72
3.4.3. Listado de Equipos de Computación.....	73
3.4.4. Listado de Útiles de Oficina.....	73
3.4.5. Listado de Materiales de Limpieza.....	74



3.5. Cálculo de los Materiales y Materia Prima Para Utilizar en el Proceso Productivo.....	75
3.6. Lista de Proveedores.....	75
4. Estudio Organizacional.....	77
4.1. Organigrama Estructural y Funcional.....	77
4.2. Funciones Según las Responsabilidades de Cada Persona.....	77
4.2.1. Gerente.....	77
4.2.2. Administrador.....	78
4.2.3. Producción.....	79
4.2.4. Secretaria.....	81
4.2.5. Sistema.....	81
4.2.6. Área financiera.....	82
4.3. Análisis de la Planta Actual.....	83
5. Estudio Legal y Societario.....	85
5.1. Marco Legal.....	85
5.2. Modelo legal en la que se constituirá la empresa.....	89
5.3. Requisitos para su Legitimidad.....	90
5.3.1. Requisitos para Obtener el Certificado Único de Funcionamiento.....	91
5.3.2. Requisitos de Apertura de Patentes Municipales.....	91
5.3.3. Permisos de Funcionamiento Bomberos.....	92

<b>6. Estudio económico financiero.....</b>	<b>94</b>
<b>6.1. Costo unitario de producción.....</b>	<b>94</b>
<b>6.2. Estructura de costos y gastos.....</b>	<b>103</b>
<b>6.2.1. Costos de operación directos.....</b>	<b>103</b>
<b>6.2.2. Costos de operación.....</b>	<b>104</b>
<b>6.2.3. Costos y gastos.....</b>	<b>105</b>
<b>6.2.4. Resumen de costos.....</b>	<b>106</b>
<b>6.3. Proyección de ventas.....</b>	<b>106</b>
<b>6.3.1. Proyección de ventas en unidades.....</b>	<b>106</b>
<b>6.3.2. Proyección de ventas en dólares.....</b>	<b>108</b>
<b>6.4. Plan de inversión.....</b>	<b>109</b>
<b>6.4.1. Líneas de financiamiento.....</b>	<b>109</b>
<b>6.4.2. Préstamo.....</b>	<b>110</b>
<b>6.4.3. Tabla de amortización.....</b>	<b>110</b>
<b>6.5. Flujo de caja proyectado (5 años).....</b>	<b>113</b>
<b>6.6. Estado de resultado proyectado (5 años).....</b>	<b>114</b>
<b>6.7. Estado de situación financiera proyectado (5 años).....</b>	<b>115</b>
<b>7. Evaluación Financiera.....</b>	<b>118</b>
<b>7.1. VAN.....</b>	<b>118</b>
<b>7.2. TIR.....</b>	<b>119</b>

<b>7.3. Relación beneficio/costo (RBC)</b> .....	119
<b>7.4. Razones financieras</b> .....	119
<b>7.4.1. Liquidez</b> .....	119
<b>7.4.2. Endeudamiento</b> .....	120
<b>7.4.3. Rentabilidad</b> .....	121
<b>7.4.4. Punto de equilibrio</b> .....	122
<b>8. Conclusiones.</b> .....	123
<b>9. Recomendaciones</b> .....	124
<b>10. Bibliografía</b> .....	125
<b>11. Anexos</b> .....	128

## ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Errores más comunes cometidos en las imprentas.....	31
Tabla 2. Segmentación de Mercado.....	44
Tabla 3. Distribución y lugares para Encuestar. ....	54
Tabla 4. Características de los Productos de mayor salida. ....	57
Tabla 5. Precios de los Productos. ....	63
Tabla 6. Listado de máquinas a utilizar en la producción.....	72
Tabla 7. Listado de Muebles y enseres. ....	72
Tabla 8. Listado de equipos de computación.....	73
Tabla 9. Listado de equipos de oficina. ....	73
Tabla 10. Listado de materiales de limpieza.....	74
Tabla 11. Listado de materiales materia prima. ....	75
Tabla 12. Listado de proveedores .....	75
Tabla 13. Análisis de la planta actual. ....	83
Tabla 14. Costo unitario de facturas. ....	94
Tabla 15. Costo unitario de retenciones.....	94
Tabla 16. Costo unitario de liquidación de compras.....	95
Tabla 17. Costo unitario de guía de remisión. ....	95
Tabla 18. Costo unitario de nota de crédito. ....	96
Tabla 19. Costo unitario de nota de débito. ....	96
Tabla 20. Costo unitario de afiches.....	97
Tabla 21. Costo unitario de dípticos. ....	97
Tabla 22. Costo unitario d trípticos.....	98

Tabla 23. Costo unitario de libros.....	98
Tabla 24. Costo unitario de revistas.....	99
Tabla 25. Costo unitario de agendas. ....	99
Tabla 26. Costo unitario de invitaciones.....	100
Tabla 27. Costo unitario de gorras.....	100
Tabla 28. Costo unitario de jarros.....	101
Tabla 29. Costo unitario de fotos.....	101
Tabla 30. Costo unitario del vinil. ....	102
Tabla 31. Costo unitario de las lonas.....	102
Tabla 32. Rol de pago nómina administrativa. ....	103
Tabla 33. Rol de pago nómina de producción. ....	103
Tabla 34. Servicios básicos.....	104
Tabla 35. Mantenimiento de maquinarias.....	104
Tabla 36. Gasto operaciones y administrativos. ....	105
Tabla 37. Resumen de costos.....	106
Tabla 38. Proyección de ventas en unidades. ....	106
Tabla 39. Proyección de ventas en dólares. ....	108
Tabla 40. Estructura de capital.....	109
Tabla 41. Préstamo.....	110
Tabla 42. Tabal de amortización.....	110
Tabla 43. Flujo de caja proyectado. ....	113
Tabla 44. Estado de resultado. ....	114
Tabla 45. Estado de situación financiera. ....	115

Tabla 46. VAN.....	118
Tabla 47. TIR.....	119
Tabla 48. Liquidez.....	119
Tabla 49. Endeudamiento.....	120
Tabla 50. Rentabilidad del capital.....	121
Tabla 51. Rentabilidad de las ventas.....	121
Tabla 52. Punto de equilibrio.....	122

## ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1. Localización geográfica donde estará situada la imprenta. ....	41
Figura 2. Local donde estará situada la imprenta. ....	41
Figura 3. Avenida 26 lugar donde estará situada la imprenta. ....	41
Figura 4. Avenida 26 entre Calle 12 y 13, Elaborado por el Autor 2022. ....	42
Figura 5. Logo tipo de la empresa. ....	65
Figura 6. Localización del negocio. ....	70
Figura 7. Bosquejo del área de trabajo. ....	70
Figura 8. Diagrama de proceso. ....	71
Figura 9. Organigrama de la empresa. ....	77

## ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1. ¿Género de la persona encuestad? .....	47
Gráfico 2. ¿Edad de la persona encuestas? .....	47
Gráfico 3. ¿Sector en que vive? .....	48
Gráfico 4. ¿Ha contratado algún tipo de trabajo en una imprenta? .....	49
Gráfico 5. ¿Está usted de acuerdo que se implemente una nueva imprenta en el Cantón Manta en la Calle 12 Avenida 26? .....	49
Gráfico 6. ¿Estaría dispuesto a realizar trabajos en una imprenta recién abierta? .....	50
Gráfico 7. ¿Qué características tiene usted en cuenta en el momento de realizar un trabajo en una imprenta? .....	51
Gráfico 8. ¿Qué tipo de trabajo usted realiza con más frecuencia en una imprenta? .....	52
Gráfico 9. ¿Cuál es la frecuencia en la que usted realiza trabajos en una imprenta? .....	53
Gráfico 10. ¿Qué probabilidad hay de que recomiendes nuestra empresa a familiares o amigos? .....	53
Gráfico 11. Lugares donde llevaron a cabo las encuestas. ....	55



## CERTIFICADO DE SIMILITUDES DE ORIGINALIDAD

Manta, 28 de Julio del 2022

Se informa el resultado del análisis del sistema de similitud y coincidencia “Ouriginal”, al que fue sometido el trabajo de titulación del estudiante Flores Tejena Carlos Alejandro, en la modalidad de Proyecto de Emprendimiento, su análisis presenta el 4% de similitud y coincidencia con otros documentos, para la constancia se adjunta el resultado del análisis debidamente sustentado.

Por consiguiente, como tutor del presente trabajo de titulación dejo constancia de este resultado:



### Document Information

Analyzed document	CREACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION DE TEXTOS E IMAGENES (IMPRESA) EN EL CANTON MANTA.docx (D142499507)
Submitted	2022-07-28 22:26:00
Submitted by	
Submitter email	e1351584535@live.ulearn.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	byron.coral.ulearn@analysis.urkund.com

Lo certifico,



Firmado digitalmente por:  
BYRON VICENTE DE PAUL  
FERNANDO CORAL ALMEIDA

Ing. Byron Coral. PhD.

**Docente Tutor**

## RESUMEN EJECUTIVO

Este presente proyecto tiene como finalidad la creación de una empresa el cual está dedicada a la creación de textos e imágenes (impresión) a situarse en el cantón Manta, en ella se desarrollan diseños gráfico y elaboración de productos impresos, a más de esto se tiene como finalidad elaborar los que son bordados, sublimados, lonas, fotos y también los son facturas, afiches, dícticos, trípticos, libros, revistas, agendas, invitaciones, entre otros. En ella se quiere más que nada ver el grado de factibilidad que podría llegar a tener si se llegara a implementar este tipo de empresa en donde también se consideraría la potencialidad económica que podría llegar a generar para el cantón y para el país.

Las investigaciones que se realizaron en este proyecto han sido en base a una investigación de mercado dando conocer de esta manera que los trabajos que se realizan en este tipo de negocios como son los servicios de diseño e impresión gráficas siempre llegarán a tener una demanda significativa.

Para este proyecto se realizó también un estudio técnico así de esta manera se podrá llegar a saber con exactitud donde será la localización y el tamaño óptimo del local y así obtener una buena acogida en ese sector.

A los clientes que nos dirigimos son de nivel medio y bajo entre de 18 a 60 años dándoles a conocer que lo productos o trabajos que se van a realizar en la imprenta son de buena calidad y a un precio que se acomodada a las necesidades de cada uno de los clientes ya que hay personas que buscan realizar algún trabajo y este se excede a sus presupuestos, es ahí que se les buscan precios cómodos según a lo que dispongan en sus bolsillos, otro factor que ayudaría a adaptarse a las necesidades de cada uno de los clientes es que entre más sea la cantidad de trabajos, más

económico le resultaría y al hablar de las necesidades también conlleva a que estos trabajos se realizan de acuerdo al gusto y preferencia del cliente para que de esta manera se logren satisfacer todas aquellas necesidades ya que en muchas otras empresas de este tipo hacen trabajos de mala calidad dejando a la clientela insatisfecha y tras de eso con unos precios muy elevados.

Se espera llegar una buena acogida en el mercado es por esta la razón que se está realizando este proyecto para darnos cuenta el grado de factibilidad que podemos llegar a obtener al implementar este tipo de negocio y es por esto que se debe de conocer cuánto dinero se llegará necesitar y que beneficios económicos se tendrá.

Cabe mencionar que esta empresa va a estar ubicada en el Cantón Manta en la Calle 12 Avenida 26 siendo este un sector muy concurrido y esto podría generar la posibilidad de tener una buena acogida en el mercado.

**Palabras Claves:** Factibilidad, investigación, mercado, estudio, calidad, precio, acogida, imprenta, Manta.

## Summary

This present project has as purpose the creation of a company which is dedicated to the creation of texts and images (printing) to be located in the Manta canton, in it graphic designs and production of printed products are developed, in addition to this it has as a purpose to elaborate those that are embroidered, sublimated, canvases, photos and also invoices, posters, dictums, triptychs, books, magazines, agendas, invitations, among others. In it, more than anything else, we want to see the degree of feasibility that it could have if this type of company were to be implemented, where the economic potential that it could generate for the canton and for the country would also be considered.

The investigations that were carried out in this project have been based on market research, letting us know in this way that the work carried out in this type of business, such as graphic design and printing services, will always have a significant demand. .

For this project, a technical study was also carried out so that we can get to know exactly where the location and the optimal size of the premises will be and if we are going to have a good reception in that sector.

Our clients to whom we address are of medium and low level between 18 to 60 years old, letting them know that the products or works that are going to be carried out in the printing house are of good quality and at a price that is accommodated to the needs of each one of the clients since there are people looking to do some work and this exceeds their budgets, it is there that comfortable prices are sought according to what they have in their pockets, another factor that would help to adapt to the needs of each one of the clients is that the greater the number of jobs, the cheaper it would be and when talking about the nonsense it also means that these jobs are

carried out according to the taste and preference of the client so that in this way they can satisfy all those needs already that in many other companies of this type they do poor quality work leaving the clientele unsatisfied and after that with very high prices.

A good reception is expected in the market, which is why this project is being carried out to realize the degree of feasibility that we can obtain by implementing this type of business and that is why we must know how much money we are going to get. to need and what economic benefits will be obtained.

It is worth mentioning that this company's purpose is to be located in the Canton Manta on Calle 12 Avenida 26, this being a very busy sector and this could generate the possibility of having a good reception in the market.

**Keywords:** Feasibility, research, market, study, quality, price, reception, printing, Manta.

## INTRODUCCIÓN

“Eso es el aprendizaje. Entender repentinamente algo que siempre has entendido, pero de una manera nueva”. (Lessing, 1969)

Gutenberg (2012) más conocido como “**Padre de la Imprenta**” logró mejorar aquellas técnicas de impresión el cual existían en ese tiempo, esto lo pudo realizar fundiendo en metal cada una de las letras del alfabeto de forma separada y puso en marcha un sistema para ponerlas juntas unas de otras sujetándolas, con esta técnica lo que se consiguió era componer más rápido las páginas y reutilizar los moldes para poder realizar otras. (Gutenberg, 2012)

Si bien es cierto las imprentas se caracterizan por aquella capacidad de producción de textos e imágenes este puede ser en papel o en otros materiales ya sea como lo desee el cliente, puede ser en grandes cantidades por lo que es necesario el uso de diferentes tipos de planchas de impresión, sabiendo esto preguntamos si ¿será factible la implementación de esta empresa?, es por esto que se está elaborando este presente proyecto en donde también se debe de considerar que en la actualidad en el cantón Manta existen varias imprentas y estas serían consideradas como futuras competencias.

En este proyecto se realizará un estudio de mercado ya que de esta manera podemos conocer cuantas personas o empresas realizan la misma actividad económica el cual se quiere implementar, también permite darnos cuenta si habrá una demanda insatisfecha y así poder ver si se podría llegar a tener una buena aceptación en el mercado, es decir, si se puede llegar a tener factibilidad, las metodologías que se pondrán en práctica son la explicativa que le permitirán al investigador familiarizarse con el tema, también se usará el método analítico que es de

investigación en donde se desaprende el método científico que permiten resolver las problemáticas e hipótesis del proyecto.

Como ya se mencionó anteriormente en el cantón Manta existen varias imprentas, pero lo que se busca también con este proyecto es conocer a la competencia y así poder ofrecer un mejor trabajo al que realizan las demás imprentas buscando la calidad, innovando y adaptándose a las necesidades y el confort de los clientes.

Este proyecto tiene como objetivo ver o buscar la factibilidad que podría llegar a tener la imprenta es decir si se dispone de los recursos necesarios para la realización y conocer si este emprendimiento puede llegar tener o no éxito, en otras palabras se podrá determinar el desarrollo y ejecución de un proyecto el cual quiere implementar permitiendo conocer si el negocio pueda llegar a ser favorable o desfavorable.

Así como todo proyecto, este está dividido por capítulos en donde cada uno es esencial y de mucha importancia para llevar a cabo este proyecto, en el primer capítulo se habla de la descripción del proyecto en donde se detallan puntos importantes como el planteamiento del problema, los objetivos del proyecto, la justificación del proyecto y las delimitaciones del proyecto, este capítulo incluye también lo que es al planteamiento estratégico que conlleva la misión, visión, valores y en análisis interno de la empresa en donde se conocen también las fortalezas y debilidades de la misma. En el segundo capítulo se muestra el estudio de mercadotecnia este está conformado por las evidencias del mercado, el análisis externo en donde se encuentran las oportunidades y las amenazas, la segmentación del mercado en donde se realizan las respectivas encuestas para darle solución a un problema o identificar testimonios que puedan cumplir con el propósito establecido, en este capítulo también se detallan el estudio de

las variables del marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza), el análisis competitivo (Porter) y por último la descripción del producto en la que se desglosa las características de los productos y el análisis comparativo con productos similares. En el tercer capítulo se habla sobre el estudio técnico el cual en resumen de este capítulo, se analizan aquellos elementos que tienen que ver con el producto y el proceso, para esto se debe tener la información detallada con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional. El cuarto capítulo está conformado por el estudio organizacional de la empresa en dónde se mostrará el organigrama estructural, las funciones según las responsabilidades de cada persona y la previsión de RRHH. En el quinto capítulo es el estudio legal y societario en donde se detallará el marco legal y los requisitos de la legitimidad de la empresa. El sexto capítulo está conformado por el estudio económico y financiero esto con el propósito de evaluar la situación económica y aplicar medidas correctivas en el caso de los resultados sean negativos. Por último se muestra el séptimo capítulo que trata sobre la evaluación financiera de la empresa que sirve para estudiar los costos y beneficios del proyecto así tener alternativas de inversión a corto y largo plazo.

Con este proyecto lo que se busca es ver el grado de factibilidad que podría llegar a tener esta empresa tomando en cuenta cada uno de estos capítulos el cual son esenciales y una guía fundamental para poder llevar a cabo este proyecto de la mejor manera con el propósito de llegar a tener una buena acogida y ser aceptados en el mercado.



# CAPÍTULO I

**Tema:** Creación de una empresa dedicada a la producción de textos e imágenes (impresión) en el cantón Manta.

## **1. Descripción del proyecto.**

Esta empresa va a estar dedicada a producción de textos e imágenes es decir es una imprenta en donde se van a realizar diferentes tipos de trabajos como, por ejemplo: facturas, retenciones, afiches, dísticos, trípticos, libros, cuadernillos, agendas, certificados, también se realizarán lo que son bordados, sublimados, estampados, lonas, gorras, jarros, gorras, entre otros.

La idea de este emprendimiento surgió más que nada porque se tienen los conocimientos sobre todo lo que se realiza en una empresa de este tipo incluyendo a familiares y allegados, entonces se vio la posibilidad de que hay como poner en marcha este emprendimiento, también al principio de la pandemia se pudo notar que las grandes empresas no pudieron parar con su producción y necesitaban del servicio de las imprentas, muchas de estas imprentas pararon sus labores mientras que las empresas necesitaban sus servicios y esta fue como una de las razones principales por el cual ha surgido la idea de la implementación de este emprendimiento.

En la actualidad se cuenta con un local que está situado en la Calle 12 Avenida 26 del Cantón Manta y es ahí en donde se piensa poner la imprenta siendo este también un lugar muy concurrido lo que nos daría un cierto grado de ventaja para llegar a obtener una buena acogida

### **1.1. Planteamiento del Problema.**

#### **Contexto.**

Empresa dedicada a la producción de textos e imágenes (Imprenta) en cantón Manta busca emprender y posicionarse en el mercado con un propósito fijo que es el de

tener éxito y una gran acogida, de esta manera no solo beneficiarse como empresa sino también busca el bienestar de los clientes y en brindarle el mejor servicio posible para llegar satisfacer sus necesidades.

Según lo investigado se puede notar que existen ciertos tipos de falencias en otras empresas de este tipo, el cual ha sido impedimentos para llevar a cabo su formulación o crecimiento como empresa y uno como de los principales problemas es la mala organización laboral que existe en ellas.

En cuanto a las falencias más comunes que pueden llegar a suceder en lo que concierne a los trabajos que se realizan en la imprenta están los errores de sangrados, que estos son cometidos en los archivos de preimpresión el cual la guillotina tiene que pasar por donde este señalado el sangrado y si no sucede esto se puede llegar a cortar algo que no se tenía en mente, muchas veces también puede pasar que se manda a imprimir sin trazar las tipografías, tampoco no se tiene en cuenta los tamaños y las proporciones, no hacer un buen esquema sobre los troqueles, el stamping o las serigrafías y hasta en ocasiones faltas ortográficas.

### **Antecedente.**

Este tiempo de pandemia que ha surgido por la llegada del virus COVID 19, al ver sobre todo que las grandes empresas no pudieron parar con su producción y que necesitaban del servicio de las imprentas, muchas de ellas pararon sus labores mientras que las empresas necesitaban sus servicios, de esta manera ha surgido la idea de emprender en este tipo de negocio que está dedicada a la producción de textos e imágenes y no solo basarse en los mismos trabajos que ya se realizan sino innovar en cada uno de

ellos, con esto se busca tener una buena acogida, sin embargo, según lo investigado se pudo notar de que se presentan ciertos problemas dentro de empresas de este tipo, no obstante, aparte de la mala organización laboral también existe un déficit en la parte administrativa y financiera debido a la mala organización que hay dentro de las empresas.

### **Especificidad.**

Esta empresa tiene como propósito mejorar en los trabajos que las imprentas realizan para así de esta manera lograr obtener una mejor confiabilidad ante los clientes y más que nada crear innovaciones haciendo trabajos que ninguna otra empresa las realice para lograr tener éxito y buscar un buen crecimiento económico que dé un buen resultado y demuestre factibilidad en este tipo de negocios.

### **Relevancia.**

Dado que existen algunos problemas en este tipo de empresas es de mucha importancia estar preparados, saber afrontarlos y más que todo saber resolverlos ya que de esto depende el crecimiento de la empresa y más que nada para ver cuenta si es factible o no. Hay que tomar en cuenta que pueden existir ciertos factores que impidan surgir y es por esto por lo que se debe de buscar ciertos mecanismos que puedan ayudar a obtener un buen crecimiento y por ende brindar un buen servicio y aporte a la ciudad y brindarles y ofrecer productos de calidad a la clientela.

### **1.1.1. Formulación del Problema.**

¿Qué resultados tendrá la creación de una empresa dedicada a la producción de textos e imágenes (impresión) en el cantón Manta y que mecanismos se podría aplicar para que este emprendimiento sea factible?

### **1.1.2. Problemas Específicos.**

- ¿El no tener una buena imagen el local podría ser perjudicial para la organización y se tendría dificultades al atraer clientes?
- ¿Podrían existir posibles dificultades en el momento de la adquisición de las maquinarias para la impresión?
- ¿Podría existir posibles dificultades al no encontrar un lugar adecuado y estratégico para la empresa y esto podría llegar a afectar de alguna manera?
- ¿Podría existir un déficit en cuanto al financiamiento elevado para la creación de esta empresa y la producción de textos e imágenes que se realizan en ella?

## **1.2. Objetivos del Proyecto.**

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

Elaborar un estudio de la factibilidad para el desarrollo del proceso empresarial para la producción de textos e imágenes ubicado en el cantón Manta. (Ver anexo 1).

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Hacer un análisis de mercado.

- Analizar la factibilidad técnica.
- Analizar la factibilidad administrativa.
- Analizar la factibilidad financiera.

### **1.2.3. Indicadores.**

- Producto, promoción, plaza y precio.
- Factibilidad del negocio.
- Financiamiento.
- Rentabilidad.

## **1.3. Justificación del Proyecto.**

### **1.3.1. Justificación Teórica.**

Este proyecto se está desarrollando para analizar cuál sería el grado de factibilidad que tendría el implementar una imprenta en el cantón Manta, esto se llevaría a cabo en base a investigaciones para que de esta manera poder saber y ver con claridad que métodos y mecanismos se podrían llegar a utilizar y por ende estos servirán para mejorar los planteamientos de cómo realizarla, así de esta manera poder llevar a cabo esta empresa de tal forma que con eso se pueda conseguir llegar a obtener buenos resultados con la implementación de esta imprenta, más que todo darles un buen servicio a los clientes y también a la ciudad de Manta.

Es de bien conocer que en el cantón Manta existen varias empresas de este tipo, es decir varias imprentas, sin embargo, muchas de ellas no saben satisfacer las necesidades de los clientes o les entregan trabajos en mal estado y muchas veces con

un precio elevado, es por esta razón que cabe recalcar que ese es uno de los grandes problemas que se presentan en la mayoría de las imprentas.

*Tabla 1. Errores más comunes cometidos en las imprentas*

Errores de sangrado y marcos.
Errores en las tipografías.
Errores en los tamaños y medidas al momento de las impresiones.
Errores en los troqueles, stamping y serigrafías.
Error en la calidad de las imágenes y se pierde la calidad.
Errores de ortografía.

*Nota: Elaborado por Autor, 2022.*

### **1.3.2. Justificación Metodológica.**

La investigación que se realizará en este proyecto para poder llevarlo a cabo son instrumentos muy primordiales para el éxito, se efectuará el método explicativo y analítico, esto más que nada ayuda a ver como se describe al emprendedor con términos como innovador, que es capaz de asumir riesgos, es una persona creativa y siempre está orientado al crecimiento.

Como ya se mencionó, para llevar a cabo esta investigación es necesario utilizar métodos y mecanismos que nos permitan ver el grado factibilidad que podría llegar a tener una imprenta en el cantón Manta, realizar un estudio de mercado también es fundamental, ya que esta investigación se realiza con el fin y el propósito de conocer las respuestas tanto de los clientes como también de la competencia antes del lanzarnos al mercado, de esta manera se pueden hacer mejoras en los procesos que tengan que ver con esta empresa y así aumentar el número de clientes.

### **1.3.3. Justificación Práctica.**

En este emprendimiento se implementarán estrategias de mejora continua, de esta manera se puede llegar a generar la posibilidad de alcanzar el progreso y éxito de la imprenta, como también la factibilidad que podría llegar a tener.

Se debe de tener en consideración que se podría llegar a generar como una gran ventaja para la empresa la posibilidad de poder manejar tiempo y tomar decisiones autónomas, ingresos crecientes, además de que será una fuente generadora de empleo. Con esto más que nada se puede notar si es que la implantación de esta imprenta será exitosa y podrá llegar a tener una gran acogida en el mercado.

## **1.4. Delimitación del Proyecto.**

### **1.4.1. Delimitación Temporal.**

El desarrollo y propuesta de este proyecto es de crear una imprenta con el fin de ser llevada a cabo en el año 2022, según los datos obtenidos esta investigación estará enfocada dentro del periodo 2022 – 2027.

### **1.4.2. Delimitación Espacial.**

El mercado al que este dirigida esta empresa estará ubicado en la ciudad de Manta de la provincia de Manabí en la Calle 12 Avenida 26.

### **1.4.3. Delimitación Académica.**

Este proyecto estará sustentado con la información adecuada y con sus respectivas bibliografías, conceptos y estudios que ayudarán a revisar el grado de factibilidad que podría llegar a tener la imprenta.



## **1.5. Hipótesis y Variables de la Investigación.**

### **1.5.1. Hipótesis.**

La situación que se ve reflejada en otras empresas de este tipo, conlleva a mejorar en todos los aspectos posibles y al crear una empresa dedicada a la producción de textos e imágenes (Imprenta) no solo se cubre el material impreso de las diferentes necesidades que presentan las instituciones, sino que también se pone a disposición productos y servicios de alta calidad, de esta manera se convierte también en una fuente generadora de empleo.

### **1.5.2. Fundamentación Teórica.**

Es esencial conocer como primer punto que es un estudio, lo que para (Duarte, 2008) “Es el desarrollo e incorporación de conocimientos nuevos y esto se da por medio de la lectura y habilidades que ponen en marcha los estudiantes, en la actualidad la mayoría de los sistemas de estudios que se han implementado nos recalca lo importante que es la adquisición de nuevos conocimientos y se da a partir de la lectura de algún tema en específico, de esta manera lo que se está buscando es acceder a lo que pretendemos saber”. (Gabriel Duarte, 2008).

Al realizar un estudio correcto se llega a conocer aquellos datos que son de mucha importancia en la elaboración del proyecto, a más de esto se dará una visión clara del tema para obtener resultados claros y concretos que servirán para llegar a tomar una buena decisión, con el estudio se pueden realizar investigaciones que ayuden a solucionar los problemas que se detentan en una empresa es por esta razón que al realizarlo se puede llegar a tomar las decisiones pertinentes dando como mayor

posibilidad el lograr los correctos objetivos siendo uno de los principales el grado de factibilidad que puede llegar a tener una empresa dedicada a la producción de textos e imágenes (impresión) en el cantón Manta.

Al quedar claro que uno de los objetivos principales de este proyecto es el estudio de factibilidad y es necesario saber a qué se refiere al hablar de un estudio de factibilidad.

Según (Chávez, 2001) dice que un estudio de factibilidad “Es aquel grado en que se puede realizar o lograr hacer algo posible o al menos aquellas posibilidades que tiene de lograrse hacer y al realizar un proyecto o una investigación ya sea de producción o fortalecerlos nos da a entender que tenemos que invertir dinero, tiempo y más que todo materia prima y equipos”. (Rafael Chavez, 2001). pág. 1.

Hay que tener en cuenta que se debe de conocer otros factores que son claves para la realización de nuestro proyecto y es de mucha importancia conocer sus conocer y hacer hincapié en ellos.

La calidad es uno de los factores principales ya que de eso se trata esta empresa de dar trabajos y servicios de calidad a los clientes haciéndolos sentir a gusto y satisfechos, según (Nava, 2006) manifiesta que “Es el un conjunto de cualidades el cual posee ya sea una persona o un producto con un grado predecible de uniformidad que proporciona fiabilidad a bajo costo en el mercado” (Victor Nava, 2006). pág. 15 y 16.

La factibilidad depende mucho de la calidad de los productos que se vayan a entregar en esta empresa dedicada a la producción de textos e imágenes (impresión) en

el cantón Manta ya que al entregar productos de buena calidad se puede llegar a tener más acogida, de esta manera llegando a ser reconocidos en el mercado con una vista y criterios positivos por parte de la clientela.

A más de esto ayudará a darnos cuenta si será posible la implementación de este tipo de negocio en el cantón Manta, cabe mencionar que es necesario conocer directamente lo económico, a esto se refiere cuando hablamos de los recursos económicos y financieros para poder llevar a cabo los actividades y procesos de la imprenta.

La comercialización es otro factor clave y para (Kotler, 2012) se define como un conjunto actividades el cual son aquellas acciones y procedimientos que son necesarios hacer ya que con ella podemos planear y organizar todas las actividades que se crean pertinentes. (Kotler & Armstrong, 2012).

La productividad es otro de los aspectos importantes en este proyecto, lo que para (Marx, 1980) la productividad es aquel incremento de la producción de acuerdo con el desarrollo que se tenga en la capacidad productiva sin cambiar el uso y la fuerza laboral, haciendo que se aumente la producción y el tiempo efectivo de trabajo, en otras palabras, se disminuyen los tiempos ociosos y se aumenta la jornada laboral. (Marx, 1980). pág. 5.

Otro punto que se debe de conocer y tener en consideración es la competitividad que podría existir en el medio, esto para (Kupffer, 1996) se puede definir como aquella capacidad que tienen las organizaciones para crear estrategias competitivas que permitan tener algún cierto tipo de ventaja y aumentar las cuotas de

sus productos en el mercado, estas capacidades se relacionan con diferentes factores que pueden llegar a ser o no controlados por las empresas, como por ejemplo, las capacitaciones técnicas del personal y los procesos administrativos. (Kupfer, 1996). pág. 1.

La prospectiva es otro de los factores a considerarse en este proyecto, para (Berger, 1964) la prospectiva es aquella ciencia que estudia el futuro empresarial para comprenderla y poder influir en ella, es considerada como aquella herramienta clave para construcción del futuro deseado y que sea posible. (Berger, 1964). pág. 95.

## **1.6. Planteamiento Estratégico.**

### **1.6.1. Visión.**

Empresa TECNO – DIGITAL busca posicionarse en el mercado y ser reconocida no solo en la ciudad de Manta sino también a nivel nacional innovando en cada uno de sus productos y maquinarias para así ofrecer un buen servicio y calidad en los trabajos para satisfacer las necesidades y gustos de los clientes. (Ver anexo.2.)

### **1.6.2. Misión.**

Ofrecer una alta calidad de productos y servicios el cual se producen en la imprenta, que sean bien elaborados, funcionales y a un precio accesible que sea de la conformidad del cliente.

### **1.6.3. Valores.**

- Humildad y voluntad serian la esencial especial de nuestra empresa, además liderar con ejemplo, ser diferentes y colaborativos, aceptar y delegar con responsabilidad.
- Compromiso por parte de todo el personal con el fin de lograr la misión y visión de la empresa.
- Calidad en los productos o trabajos que se van a realizar, además de esto también ofrecer un buen servicio ya que esto sería como la carta de prestación de nuestra empresa.
- El respeto es uno de los pilares fundamentales ya que al tenerlo hacia las demás personas se puede generar una convivencia pacífica y más aún es necesario poner en práctica este valor si se pasan varias horas rodeados de las mismas personas dentro de un ámbito laboral.
- La innovación es primordial también en esta empresa y es bueno tomarla en cuenta ya que lo que se quiere es la mejora continua en los productos o trabajos que se realizan en la imprenta y no solo esto sino también realizar otros tipos de trabajos que otras imprentas no realizan.

### **1.7. Análisis Interno.**

Según (Serna, 2006) “Es una evaluación del desempeño de la compañía comparado con el de su competencia, es indispensable, por tanto, que el análisis interno de la compañía se complemente y valide con un estudio profundo del entorno y la competencia”.

Esta empresa contará con un local completamente acogedor con un buen ambiente tanto para los clientes como para trabajadores ya que ambos se merecen la comodidad necesaria, estará dividida en lo que la sala de espera para los clientes con sus respectivas comodidades, en las oficinas con sus respectivos computadores e escritorios, el taller con las máquinas adecuadas para realizar los trabajos y también se tendrá un lugar adecuado para realizar lo que son los bordados, sublimados, estampados, lonas, vinil, gorras jarros y fotografías.

Se vio necesario también analizar un poco la competencia o más bien tomar cuenta de que es lo que hacen ellas y se pudo notar que una que otras prácticamente hacen casi los mismos tipos de trabajos, pero sí se encontraron ciertas falencias y esto es lo que se quiere aprovechar para no cometer los mismos errores y de esta manera poder llegar a ser mejores y realizar trabajos de calidad.

Al querer crear esta empresa que estará dedicada a la producción de textos e imágenes se debe de considerar y analizar cuáles serán sus fortalezas de esta manera se puede saber si es que de verdad se tiene conocimiento sobre una los tipos de trabajo o producción que se elaboran en ella, no obstante, también ayuda a notar si el lugar en el que estará situada es adecuado para brindar a sus clientes una buen servicio y productos de calidad.

Otros de las cosas que se debe tener en cuenta son las debilidades que tendría la imprenta, estas están enfocadas en aquellas áreas que presentan un déficit y de una o otra manera esto le impide a la empresa aquellos objetivos que se ha planteado, con las

debilidades se pueden detectar aquellos erros cometidos que vendrían siendo los puntos débiles de la empresa.

Dado este acontecimiento se podría resumir lo siguiente:

**1.7.1. Fortalezas.**

- Variedad de productos y servicios a los clientes.
- Contar con un lugar acogedor para los clientes.
- Buena atención al cliente.
- Productos y servicios de buena calidad.
- Productos con una característica única y diseñados según el gusto del cliente.
- Conocimiento en los trabajos que se realizan.
- Posible crecimiento de la imprenta.

**1.7.2. Debilidades.**

- Personal poco capacitado.
- Financiamiento para iniciar la inversión en la imprenta.
- Dificultad para la adquisición de las maquinarias.

# CAPÍTULO II



## 2. Estudio de Mercadotecnia.

### 2.1. Evidencia de Mercado.

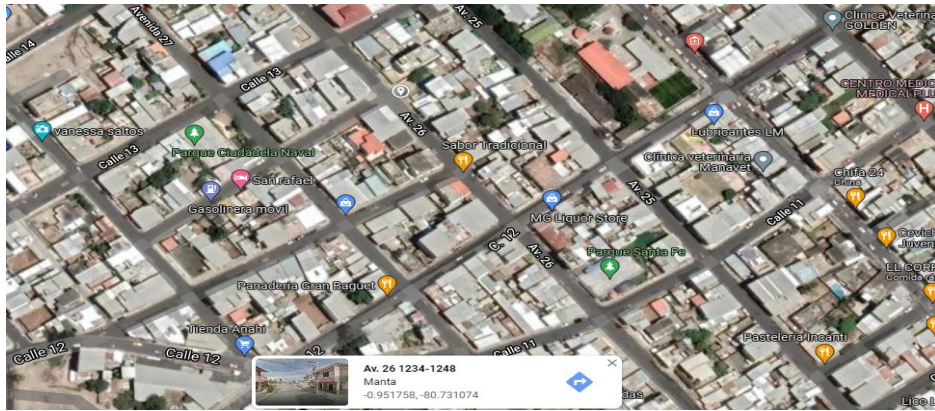


Figura 1. Localización geográfica donde estará situada la imprenta.



Figura 2. Local donde estará situada la imprenta.



Figura 3. Avenida 26 lugar donde estará situada la imprenta.



*Figura 4. Avenida 26 entre Calle 12 y 13, Elaborado por el Autor 2022.*

En las imágenes se puede comprobar el lugar en donde se tiene pensado situar la imprenta siendo está prácticamente una zona céntrica el cual nos podría generar muchas ventajas, cabe recalcar que esta ubicación es la Calle 12 Avenida 26 del Cantón Manta.

## **2.2. Binomio Producto – Mercado.**

La imprenta como ya se conoce estará ubicada en el Cantón de Manta en la Calle 12 Avenida 26 en donde se realizarán los diferentes trabajos que por ende se realizan en este tipo de empresas tales como: facturas, retenciones, afiches, dísticos, trípticos, libros, revistas, agendas, invitaciones, también se realizan lo que son bordados, sublimados, estampados, lonas, vinil, gorras, jarros, fotografías, entre otros. Todos estos trabajos están elaborados con materiales de buena calidad para que de esta manera y no obstante a esto son trabajos innovadores que buscan y se adaptan a las necesidades y gustos de cada uno de nuestros clientes, es decir que cada persona puede realizar los trabajos a su gusto.

### **2.3. Análisis Externo.**

Según (Zambrano, 2006), por su parte el análisis externo, se define como el estudio de todos los factores que provienen de la capacidad de la empresa, en este caso, del entorno en que se desenvuelve la empresa, siendo estos factores: las oportunidades y las amenazas

Es de mucha importancia considerar y forjarnos que las oportunidades y amenazas también deberían ser analizadas, con este análisis que se realizó se pudo notar que en cuanto a las amenazas podrían influir de una manera negativa y esto conllevaría a un cierto grado de riesgo si es que no se detecta a tiempo y no se le da solución inmediata. Las oportunidades son todo lo contrario a las amenazas, estas son aspectos positivos que deben ser aprovechados en su máxima plenitud, estas podrían dar un cierto grado de ventaja en el futuro.

#### **2.3.1. Oportunidades.**

- Se genera una buena fuente de empleo.
- Generar más publicidad para atraer más clientes.
- Otras imprentas no realizarían los mismos trabajos.
- Tener una gran acogida.
- Las redes sociales son un aporte de publicidad.

#### **2.3.2. Amenazas.**

- La competencia generaría más posicionamiento en el mercado.
- Aparición de posibles competidores.

- Posibles cambios políticos o económicos que podrían llegar a darse y esto puede afectar a la imprenta.

#### 2.4. Segmento de Mercado.

Según (Kotler, 2020) economista y especialista en marketing la segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores”. (Kotler, 2020).

La segmentación de mercado de este proyecto se encuentra determinada en el cantón Manta de la Provincia de Manabí y se realizó de forma demográfica, geográfica y psicográfica.

Tabla 2. Segmentación de Mercado.

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADO</b>	
<b>DEMOGRÀFICA</b>	<p><b>Género:</b> Masculino y Femenino.</p> <p><b>Edad:</b> 18 a 60 años.</p> <p><b>Nivel socio económico:</b> Nivel medio y bajo.</p>
<b>GEOGRÀFICA</b>	Cantón Manta de la Provincia de Manabí.
<b>PSICOGRÀFICA</b>	<p><b>Principales grupos consumidores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escuelas, colegios, universidades.</li> <li>• Sector empresarial tanto públicos como privados.</li> </ul>

*Nota: Segmentación del mercado a encuestar, Elaborada por el Autor.*

#### **2.4.1. Perfil del Consumidor.**

La segmentación de mercado realizada esta dirigida directamente a las personas de género masculino y femenino entre de 18 a 60 años especialmente del nivel socio económico medio y bajo de los distintos sectores del Cantón Manta, esto se agrupa en escuelas, colegios universidades, también en lo que es el sector empresarial ya sea público o privado.

#### **2.4.2. Tamaño Actual y Proyectado.**

##### **2.4.2.1. Determinación de la Muestra.**

Según la (IINEC, 2010) (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) la población de nuestro cantón Manta 217.553 habitantes siendo este el último censo realizado por la institución del estado, este número de habitantes será el tamaño de nuestra muestra y así podremos realizar el cálculo exacto de las encuestas que vamos a realiza.

#### **Siendo:**

- **n:** tamaño de muestra.
- **Z:** nivel de confiabilidad.
- **p:** probabilidad de ocurrencia.
- **q:** probabilidad de no ocurrencia.
- **E:** margen de error.
- **N:** tamaño de la población.

**Donde:**

- **Z:** 1.96
- **p:** 0.5
- **q:** 0.5
- **E:** 0.05
- **N:** 217.553

**Formula:**

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 217553}{217553 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 383$$

La fórmula nos entrega un total de 383 personas mismas a las que se les realizará las encuestas en los distintos sectores del cantón Manta.

## 2.4.2.2. Encuestas.

### 1. ¿Género de la persona encuestada?

1. ¿Género de la persona encuestada?  
383 respuestas

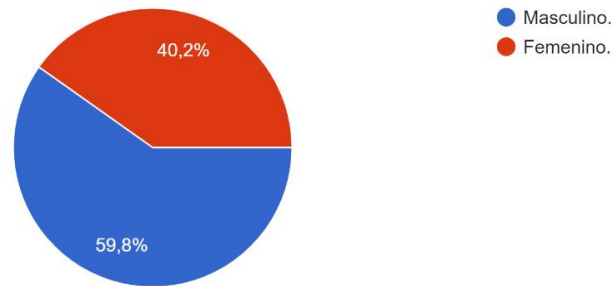


Gráfico 1. ¿Género de la persona encuestada?

*Nota:* Elaborado por el Autor, 2022.

Según los resultados obtenidos por las encuestas aplicadas en el Cantón Manta nos proporciona que el 59.8% de los encuestados son de género femenino.

### 2. ¿Edad de la persona encuestada?

2. ¿Edad de la persona encuestada?  
383 respuestas



Gráfico 2. ¿Edad de la persona encuestada?

*Nota:* Elaborado por el Autor, 2022.

Según los resultados dados por la encuesta realizada en el Cantón Manta se observa que el 43.3% de los encuestados son de las edades entre 25 a 35 años, es decir que nuestra clientela potencial esta entre esas edades.

### 3. ¿Sector en que vive?

3. ¿Sector en que vive?  
383 respuestas

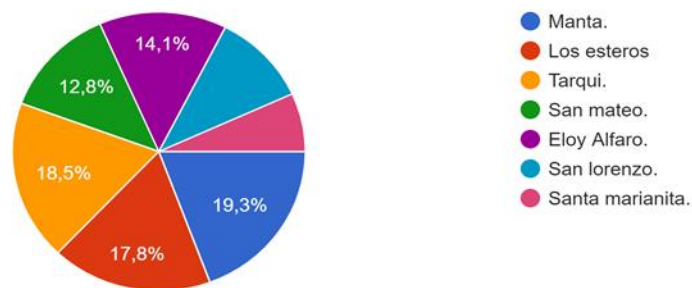


Gráfico 3. ¿Sector en que vive?

*Nota: Elaborado por el Autor, 2022.*

Según los datos recolectados por las encuestas observamos que el 19.3% de las personas encuestadas pertenecen al cantón de Manta siendo este el principal sector que generará más demanda ya que en él se encuentran en su mayoría, escuelas, colegios, universidades y sectores empresariales.



#### 4. ¿Ha contratado algún tipo de trabajo en una imprenta?

4. ¿Ha contratado algún tipo de trabajo en una imprenta?  
383 respuestas

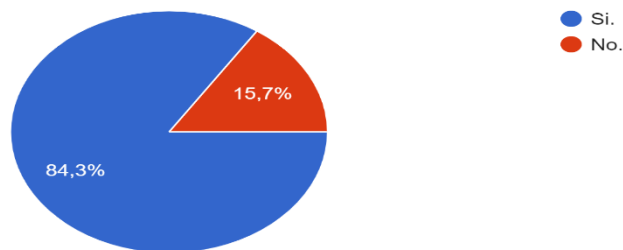


Gráfico 4. ¿Ha contratado algún tipo de trabajo en una imprenta?

*Nota: Elaborado por el Autor, 2022.*

Según los resultados dados por las encuestas aplicadas detallan que el 84.3% de las personas encuestadas dijeron que sí han contratado de los servicios o trabajos que dispone una imprenta, es decir que si tienen conocimiento de lo que se realiza en ella.

#### 5. ¿Está usted de acuerdo que se implemente una nueva imprenta en el Cantón Manta en la Calle 12 Avenida 26?

5. ¿Está usted de acuerdo que se implemente una nueva imprenta en el cantón Manta a ubicarse en la Calle 12 Avenida 26?  
383 respuestas

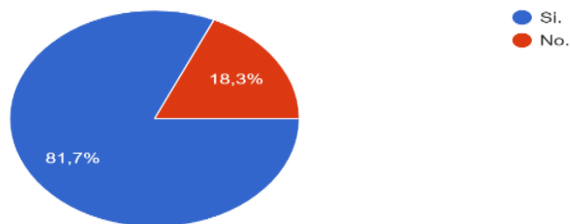


Gráfico 5. ¿Está usted de acuerdo que se implemente una nueva imprenta en el Cantón Manta en la Calle 12 Avenida 26?

*Nota: Elaborado por el Autor, 2022.*

Según los datos recolectados al realizar las encuestas se obtuvo como resultado que el 81.7% de las personas encuestadas dijo que si están de acuerdo y más que todo por el sector en que estará ubicada siendo este un punto que está al alcance de todos.

## 6. ¿Estaría dispuesto a realizar trabajos en una imprenta recién abierta?

6. ¿Estaría dispuesto a realizar trabajos en una imprenta recién abierta?  
383 respuestas

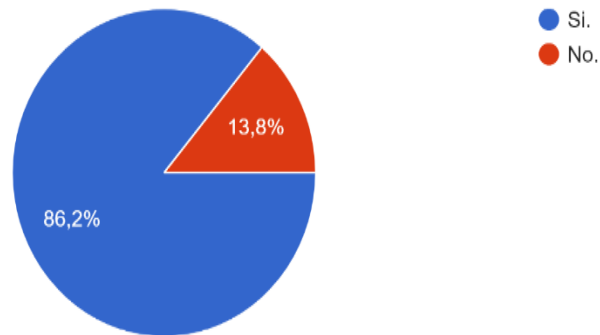


Gráfico 6. ¿Estaría dispuesto a realizar trabajos en una imprenta recién abierta?

*Nota:* Elaborado por el Autor, 2022.

Según los datos dados por las encuestas que se realizaron, proporcionaron que el 86.2% de las personas encuestadas dijeron que si estarían dispuestas ya que se pudo conversar con ellas al momento en que llenaban las encuestas y se les informó de todos los servicios, los trabajos y más que todo el trato que tendrán si acuden a la imprenta.

## 7. ¿Qué características tiene usted en cuenta en el momento de realizar un trabajo en una imprenta?

7. ¿Qué características tiene usted en cuenta en el momento de realizar un trabajo en una imprenta?

383 respuestas

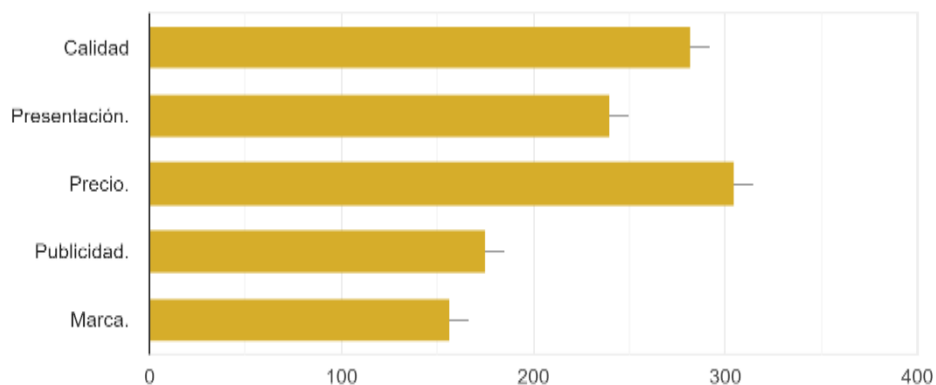


Gráfico 7. ¿Qué características tiene usted en cuenta en el momento de realizar un trabajo en una imprenta?

*Nota: Elaborado por el Autor, 2022.*

Según los resultados obtenidos se pudo notar que las personas a las que se les realizaron las encuestas, en su mayoría escogieron como características principales que toman en cuenta, es la del precio con el 79,6% y la calidad con el 73,6%, el cual estos son dos factores muy importantes que tiene a considerar la imprenta TECNO DIGITAL en el desarrollo de sus productos.

## 8. ¿Qué tipo de trabajo usted realiza con más frecuencia en una imprenta?

8. ¿Qué tipo de trabajos usted realiza con más frecuencia en una imprenta?  
383 respuestas

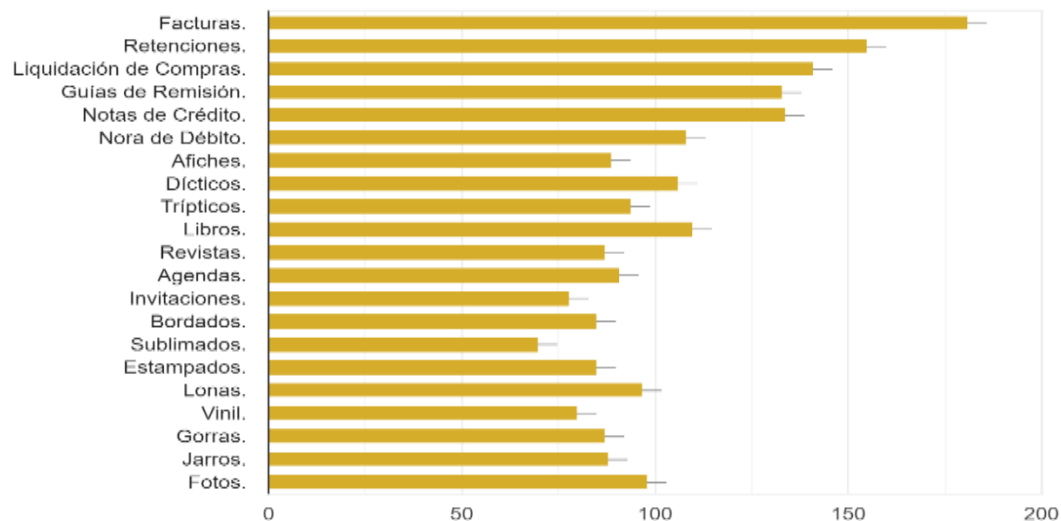


Gráfico 8. ¿Qué tipo de trabajo usted realiza con más frecuencia en una imprenta?

*Nota: Elaborado por el Autor, 2022.*

Según los datos recolectados por las encuestas que se realizaron las personas encuestadas realizan con mayor frecuencia las facturas con el 47,3% y las retenciones con el 40,5 %, estos serán los productos que más ingresos generarán ya que las personas los llegan a pedir diariamente.

## 9. ¿Cuál es la frecuencia en la que usted realiza trabajos en una imprenta?

9. ¿Cuál es la frecuencia en la que usted realizaría trabajos en una imprenta?  
383 respuestas

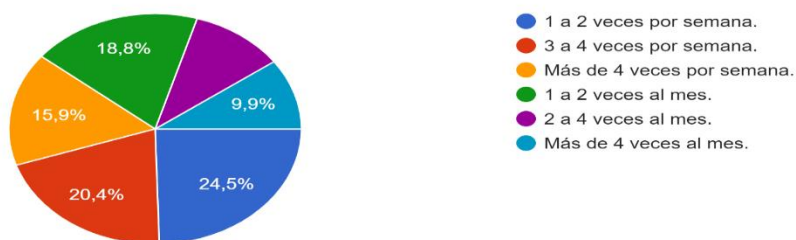


Gráfico 9. ¿Cuál es la frecuencia en la que usted realiza trabajos en una imprenta?

*Nota:* Elaborado por el Autor, 2022.

Según los datos recolectados, proporcionó que el 24.5% de las personas encuestadas corresponden a que realizan trabajos de 1 a 2 veces por semana, es decir que en su mayoría de personas realizarán trabajos en la imprenta y según los datos anteriores estos trabajos corresponden a las facturas y retenciones, generando cada vez más ingresos.

## 10. ¿Qué probabilidad hay de que recomiendes nuestra empresa a familiares o amigos?

10. ¿Qué probabilidades hay de que recomiendes nuestra imprenta a familiares o amigos?  
383 respuestas

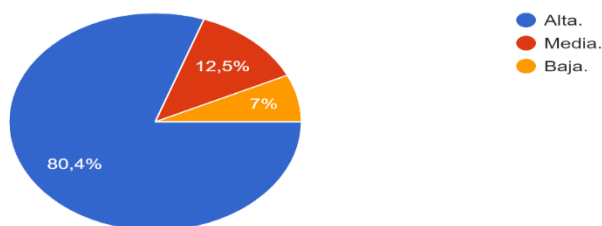


Gráfico 10. ¿Qué probabilidad hay de que recomiendes nuestra empresa a familiares o amigos?

*Nota:* Elaborado por el Autor, 2022.

Según los datos recolectados por las encuestas que se realizaron, dio como resultado que el 80.4% de las personas encuestadas escogieron que la probabilidad de que recomienden la empresa a sus familiares o amigos es alta ya que se logró interactuar con las personas en el momento en que realizaban las encuestas y se les comentó de los buenos servicios y productos que ofrece la imprenta.

*Tabla 3. Distribución y lugares para Encuestar.*

**LUGARES DONDE SE LLEVARON A CABO LAS ENCUESTAS**

<b>PARROQUIAS URBANAS</b>	
<b>Manta</b>	74
<b>Los Esteros</b>	68
<b>San Mateo</b>	49
<b>Eloy Alfaro</b>	54
<b>Tarqui</b>	71
<b>PARROQUIAS RURALES</b>	
<b>San Lorenzo</b>	41
<b>Santa Marianita</b>	26

*Nota: Elaborado por el Autor.*

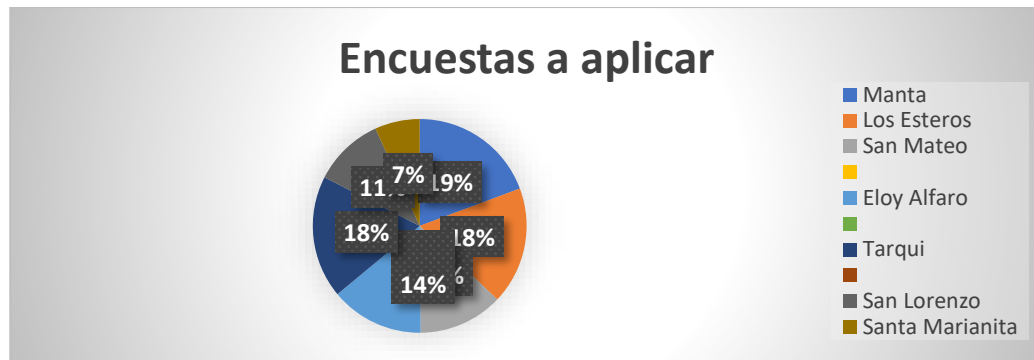


Gráfico 11. Lugares donde llevaron a cabo las encuestas.

*Nota: Elaborado por el Autor; 2022.*

## 2.5. Estudio de las Variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)

### 2.5.1. Producto.

Esta empresa estará enfocada más bien a la producción de textos e imágenes no solo en lo que es el papel sino también en telas u otros materiales, así también como la elaboración de afiches, dísticos, trípticos, libros, revistas, agendas, invitaciones, cuadros personalizados, llaveros personalizados y diferentes tipos de trámites legales como por ejemplo: facturas, retenciones, liquidación de compras, guías de remisión, nota de crédito, nota de débito, notas de ventas, no obstante a esto se busca también la innovación en aquellos trabajos que se realizan y crear nuevos productos el cual llamen la atención de los clientes de esta manera tener una mejor acogida y productos que otra empresa de este tipo no realizan, estos productos pueden ser: bordados, estampados, sublimados, lonas, vinil, gorras, jarros y fotografías. A continuación, se mostrarán los productos que se ofrecerán en la imprenta.

Estos productos se diferencian a los de otras imprentas en que son de buena calidad, es decir que por un costo que se ajusta al bolsillo del cliente de igual forma el trabajo será de muy buena calidad, además de esto están elaborados en máquinas de innovación tecnológica dándoles un mejor acabado y diseño a los trabajos, otro punto a resaltar es la puntualidad en la hora de la entrega, esto ayuda a ganarnos la confiabilidad de los clientes haciendo que ellos sean fieles a la imprenta, además de la puntualidad y calidad en los trabajos al momento de la entrega se adiciona de cortesía dos o tres productos más de los que hayan mandado a realizar con el fin y el objetivo de que el cliente vaya contento y satisfecho. (Ver anexo 4).

#### **2.5.1.1.Descripción del Producto.**

##### **Características del Producto/ Servicio.**

La elaboración de cada uno de los productos que se realizan en la imprenta está enfocada a ser de calidad, se piensa acondicionar el local con las maquinarias adecuadas para cada uno y tipos de trabajos que los clientes lleguen a realizar, los cuadros son elaborados en madera de buena calidad y con impresiones a láser, así mismo serán elaborados los llaveros personalizados buscando la mejor manera de trabajo para que los clientes salgan satisfechos.

Además, se realizarán facturas, retenciones, afiches, dícticos, trípticos, libros, revistas, agendas, invitaciones, también lo que son bordados, sublimados, estampados, lonas, vinil, gorras, jarros y fotos, entre otro.



Los productos para ofertar se diferenciarán por la calidad que tendrá dado que tendrá una manipulación directa es decir que tendrá un solo acabado en la imprenta lo cual nos permite ofrecer productos en buen estado.

*Tabla 4. Características de los Productos de mayor salida.*

<b>PRODCUTOS.</b>	<b>CARACTERISTICAS.</b>
<b>FACTURAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizan cuadernillos de 100 facturas.</li> <li>• Son autorizadas por el SRI.</li> <li>• Se realizan en placas diseñadas específicamente para realización de este trabajo.</li> <li>• En ella se detallan las mercancías y los servicios que son comprados.</li> </ul>
<b>RETENCIONES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizan cuadernillos de 100 retenciones.</li> <li>• Son autorizadas por el SRI.</li> <li>• Se realizan en placas diseñadas específicamente para realización de este trabajo.</li> <li>• En ella se detalla la parte de los ingresos que se retienen para pagar los impuestos que es de obligación cancelar por nuestras actividades económicas.</li> </ul>
<b>LIQUIDACIÓN DE COMPRAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizan cuadernillos de 100 liquidaciones de compra.</li> <li>• Son autorizadas por el SRI.</li> <li>• Se realizan en placas diseñadas específicamente para realización de este trabajo.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En ella se detallan los pagos emitidos por las personas naturales con negocio o empresas del Régimen Especial.</li> </ul>
<b>GUÍA DE REMISIÓN.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizan cuadernillos de 100 guías de remisión.</li> <li>• Son autorizadas por el SRI.</li> <li>• Se realizan en placas diseñadas específicamente para realización de este trabajo.</li> <li>• Es donde ese detalla las entregas de los pedidos.</li> </ul>
<b>NOTAS DE DÉBITO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizan cuadernillos de 100 notas de débito.</li> <li>• Son autorizadas por el SRI.</li> <li>• Se realizan en placas diseñadas específicamente para realización de este trabajo.</li> <li>• Es utilizado para notificar al comprador las deudas en curso.</li> </ul>
<b>NOTAS DE CRÉDITO.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizan cuadernillos de 100 notas de crédito.</li> <li>• Son autorizadas por el SRI.</li> <li>• Se realizan en placas diseñadas específicamente para realización de este trabajo.</li> <li>• Esta utilizado por vendedor al comprador para notificar cuanto se le esta abanando a su cuenta.</li> </ul>
<b>AFICHES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El afiche contiene la imagen elaborada por el diseñador</li> </ul>

	<p>dependiendo del gusto del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• el Slogan que es una frase breve que sirve mucho para transmitir un mensaje.</li> <li>• Datos del producto o servicio que se quiere vender.</li> </ul>
<b>DÌPTICOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contiene una portada en donde ire un Slogan llamativo que es lo primero que leera el pùblico.</li> <li>• Contraportada que es la parte ùltima del dìptico donde debe de haber informacion especifica de la empresa.</li> <li>• Parce central en donde debera de ir las caracteristicas del producto o servicio que se quiere vender.</li> </ul>
<b>TRÌPTICOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene 6 hojas disponibles, tres exteriores y tres interiores.</li> <li>• Las partes visibles del plegado son las portadas y el cierre.</li> <li>• Las cuatros pàginas restantes es donde va en contido e informacion del los productos o servicios que se quiere vender.</li> </ul>
<b>LIBROS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresiones de las hojas en papel bond.</li> <li>• Pegados y cortado de los cartones y papeles para elaborar las pastas.</li> <li>• La pasta es envuelta en plastico y luego es pegada a las hojas del libro de esta forma queda terminado el trabajo.</li> </ul>
<b>REVISTAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En ella se hacen aquellas publicaciones no diarias.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son impresiones y un formato distinto a las de un diario.</li> <li>• Su impresión es un poco de baja calidad.</li> </ul>
<b>AGENDAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene algunos módulos que son fáciles de utilizar.</li> <li>• Se almacena información personal de forma fácil y sencilla.</li> <li>• Sirve como un calendario o como una alarma y también para anotar nuestras tareas.</li> </ul>
<b>INVITACIONES.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documento breve donde se le hace una invitación de forma informal a una persona.</li> <li>• Se debe detallar el nombre de la persona a quien se va a invitar, el nombre de la persona que invita, lugar, fecha y hora de el acto.</li> <li>• Es diseñada al gusto de los clientes.</li> </ul>
<b>BORDADOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bordados ya sea en gorras, camisas o en cualquier tipo de telas.</li> <li>• Se entrega el producto entero es decir con todo el material incluido ya sea las gorras o camisas.</li> <li>• Se elaboran los diseños según los gustos de los clientes.</li> </ul>
<b>SUBLIMADOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sublimados en camisas, jarros, entre otros.</li> <li>• Se entrega el producto terminado con todo incluido.</li> <li>• Se realiza el diseño según el gusto de los clientes.</li> </ul>

<b>VINIL.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Especie de pegatina en donde se les realizan impresiones o full color.</li> <li>• Se realizan los diseños según el gusto del cliente para luego ser impresa en el vinil.</li> </ul>
<b>FOTOS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realiza la impresión en papel fotográfico.</li> <li>• Se crea diseños a las fotos según los gustos de cada cliente para luego ser impresas.</li> </ul>
<b>LONAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se les realizan impresiones o full color, estas son de carácter comercial, en su mayoría son diseñadas para atraer posibles clientes pero también en muchas ocasiones son diseñadas para poner fotos de familiares.</li> <li>• Se realizan los diseños según el gusto del cliente para luego ser impresa en el vinil.</li> </ul>

*Nota: Elaborado por el Autor, 2022.*

### **2.5.1.2. Análisis Comparativos con Productos Similares.**

En la actualidad hay muchas empresas que se dedican a realizar los mismos tipos de trabajo, como son los cuadros y llaveros personalizados, pero con un precio elevado y en muchas ocasiones de mala calidad y esto causa un cierto malestar en los clientes ya que tras que el precio es elevado les entregan un trabajo mal elaborado, lo que se busca con este análisis es mejorar aquellos productos y establecerles precios elevados, sino que más bien sea accesibles para los clientes pero que también no sea perjudicial para la empresa.

Es necesario analizar a aquellas empresas que son consideradas como competencia directa, según las investigaciones se obtuvo como resultado de que en el catón Manta existen varias empresas que se dedican a realizar en su mayoría los mismos trabajos sin embargo el elemento diferenciador y que caracteriza a la imprenta a más de que los productos son de buena calidad es la puntualidad de la entrega de los trabajos estando a la hora que ha solicitado el cliente, también la facilidad que se les da en cotizar los trabajos según las necesidades y el estado económico del cliente. A continuación se muestran otras empresas que son consideradas como competencia. (Ver anexo 5).

### **2.5.2. Precio.**

Todo lo que se quiere realizar en la imprenta y más que todo lo nuevos productos que se quieren llegar a hacer como son los trabajos personalizados y entre otros que ahora en la actualidad son los que más llaman la atención de las personas, estarán considerados a un precio accesible para los clientes, es decir que son precios cómodos que se adaptan de acuerdo con las necesidades de cada persona, pero sobre todo son de buena calidad, afocándonos más que todo en dar y brindar un buen servicio y precios medios y bajos pero siempre con un buen acabado.

Los precios de los productos y servicios que ofrece la imprenta están por debajo de competencia es decir que se ajustan a las necesidades y al bolsillo de los clientes y la calidad de nuestros productos estarán sobre los que ofrece la competencia.

A continuación, se detalla los precios de cada uno de los productos que se realizarán en la imprenta.

*Tabla 5. Precios de los Productos.*

<b>PRECIOS</b>			
<b>PRODCUTO</b>	<b>FORMATO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
FACTURAS.	Libretin de 100	1	12
RETENCIONES.	Libretin de 100	1	11
LIQUIDACIÒN DE COMPRAS.	Libretin de 100	1	11
GUÌA DE REMISIÒN.	Libretin de 100	1	12
NOTAS DE CRÈDITO.	Libretin de 100	1	11
NOTAS DE DÈBITO.	Libretin de 100	1	12
AFICHES	Paquete de 500	1	150
DÌPTICOS.	Paquete de 500	1	130
TRÌPTICOS.	Paquete de 500	1	130
LIBROS.	500 libros	1	315
REVISTAS.	500 libros	1	125
AGENDAS.	12 agendas	1	120
INVITACIONES.	Paquete de 12	1	25
GORRAS.	m2	1	18
JARROS.	Unidad	1	17
LONAS.	m2	1	35

VINIL.	m2	1	25
FOTOS.	Paquete de 12	1	18

*Nota: Elaborado por el Autor, 2022.*

### **2.5.3. Promoción.**

A más de ofrecer trabajos de buena calidad y a un precio cómodo en conformidad a lo que desee el cliente, también se contara con descuentos a aquellas personas que son clientes fijos o que lleguen a realizar trabajos en cantidades grandes y a las personas que son clientes recientes se les dará un pequeño detalle y un posible descuento en muestra de agradecimiento por la confiabilidad que han tenido hacia la imprenta.

El negocio tomará la razón social Imprenta “TECNO DIGITAL” siendo este el nombre que identificará y representará a la empresa, el nombre escogido se debe a que en ella se realizaran trabajos adaptados a la actualidad con una buena tecnología digital.

Imprenta “TECNO DIGITAL” ofrece productos con respecto al ámbito legal siendo este el fuerte de la empresa, también una variedad de productos de servicio al cliente como es la publicidad, estos productos están elaborados en máquinas que cuentan con una buena tecnología ofreciendo de esta manera productos de buena calidad satisfaciendo de esta manera las expectativas y necesidades de los clientes.



### **2.5.3.1. Logo Tipo.**



*Figura 5. Logo tipo de la empresa.*

### **2.5.3.2. Eslogan.**

“El diseño es el embajador silencioso de la calidad”

### **2.5.3.3. Publicidad.**

- WhatsApp.
- Página de Facebook.
- Radio.
- Presan escrita.
- Tarjeta de Presentación.

### **2.5.4. Plaza.**

Esta empresa dedicada a la producción de textos e imágenes tiene como finalidad ubicarse y posicionarse en el mercado de la ciudad de Manta con preferencia en el sector de la Calle 12 Avenida 26 con el fin de buscar la factibilidad y una gran acogida.

## **2.6. Análisis Competitivo (Porter).**

### **2.6.1. Poder de Negociación de los Clientes.**

Debido a que muchas veces los clientes son muy estrictos en cuanto a su gustos y preferencias en cuanto son los precios, la calidad del producto y el servicio en el momento de mandar hacer un trabajo, esto puede hacer que la imprenta sea menos atractiva, el impacto del poder negociación de los clientes será alto ya que tocaría más que nada mejorar la calidad de los productos. Si llegase a pasar esto se ha considerado las siguientes estrategias:

- Aumentar la inversión en marketing y publicidad.
- Mejorar los canales de venta.
- Incrementar la calidad del producto y/o servicio o reducir su precio.

### **2.6.2. Poder de Negociación de los Proveedores.**

Los proveedores son los encargados de abastecer a otras empresas con los artículos que se necesitan a precios que sean de consideración para la imprenta ya que de esto depende el coste de los productos que se realizan, es por esto que se debe de llegar a tener una buena relación con los proveedores y llegar a un acuerdo que favorezca a ambos.

Gracias a la ayuda de los proveedores se puede llegar a obtener un mercado más atractivo es decir que se puede considerar que el nivel que presente este análisis es alto ya que ellos cuentan con mucha organización y condición sobre los precios, pero es recomendable no contar con un solo proveedor y para logra obtener a otros se puede considerar:

- Aumentar la cartera de proveedores.
- Establecer alianzas a largo plazo con ellos.

### **2.6.3. Amenaza de Nuevos Competidores Entrantes.**

Si bien es cierto estos nuevos competidores que pueden llegar al mismo mercado que nosotros, esto generaría como una posible amenaza en que pueden llegar a realizar los mismos productos o trabajos el cual se realizan en la empresa como también nuevos recursos que se adueñen de esa parte del mercado.

Para esto es necesario estar preparados más que todo con la innovación de los productos, es decir que a los productos se les mejorará la calidad en la forma en que se realizan, en otras palabras pequeños arreglos que serán de vital importancia ante los ojos de los clientes y todo esto a un mismo precio, se considera que este análisis tiene un nivel medio ya que es algo que podemos llegar a controlar mejorando los productos y más que todo ofreciendo un mejor servicio, se considera que el nivel de esta análisis es bajo ya que se tiene a aquel elemento que nos diferencia a la competencia.

### **2.6.4. Amenaza de Nuevos Productos Sustitutivos.**

Las mismas empresas competidoras pueden llegar a generar este tipo de amenaza ya que generan productos sustitutos más que nada cuando son más avanzados tecnológicamente o presentan precios más bajos.

Estos productos o servicios que presenta la competencia se consideran una amenaza porque suelen establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto es por esta razón que se debe estar siempre atentos a las novedades de

nuestro sector, es decir, que es lo que necesitan, cuáles son sus gustos o preferencias y que piden al momento en que realizan algún trabajo, esto se aplica a los productos para que vayan de acuerdo a las preferencias de los clientes basándonos también en obtener una buena tecnología que equipare o rebase a la de la competencia, este análisis se considera en un nivel medio ya que se puede trabajar en ello, esto puede ser mejorando los productos a un precio que más que nada se adapte al bolsillo y las necesidades del cliente.

#### **2.6.5. Rivalidad entre los Competidores.**

Si bien es cierto, al momento en que analiza los cuatro puntos anteriores se puede notar que se genera como resultado esta rivalidad entre los competidores y desde nuestro punto de vista esto es bueno para la empresa esto se considera un nivel muy bajo en riesgo, porque genera la información necesaria de nuestros competidores para poder establecer estrategias de como posicionarse adecuadamente en el mercado y también ayudará a mejorar la calidad de producto o servicio en precios muy accesibles para los clientes. tratando de cierta forma estar por delante de los competidores.

# CAPÍTULO III

### 3. Estudio Técnico.

#### 3.1. Descripción de las Características de Localización del Negocio.

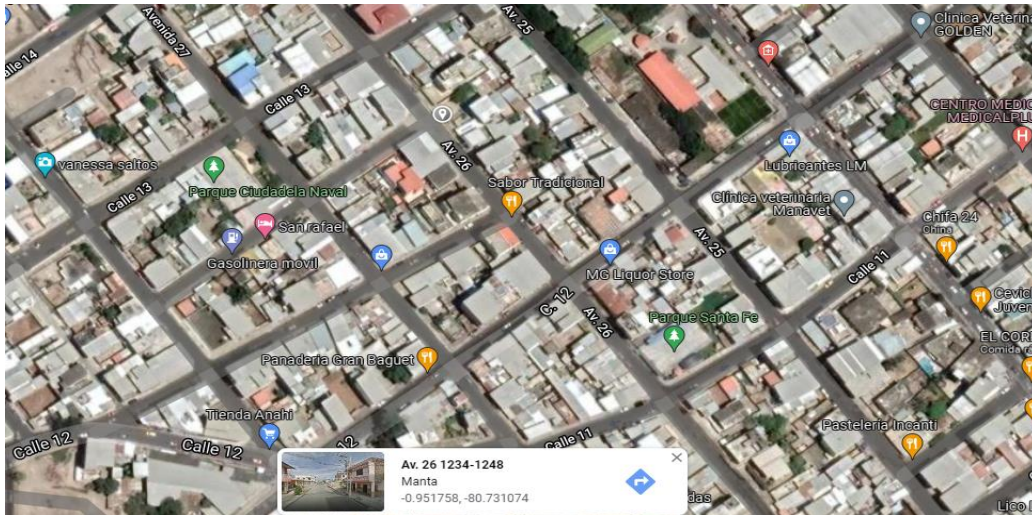


Figura 6. Localización del negocio.

Esta microempresa estará ubicada en la ciudad de Manta con preferencia en el sector de la Calle 12 Avenida 26 siendo esta una zona muy concurrida y esto generará muchas más posibilidades de se esté bien como empresa.

#### 3.2. Realización de un Bosquejo del Área de Trabajo.

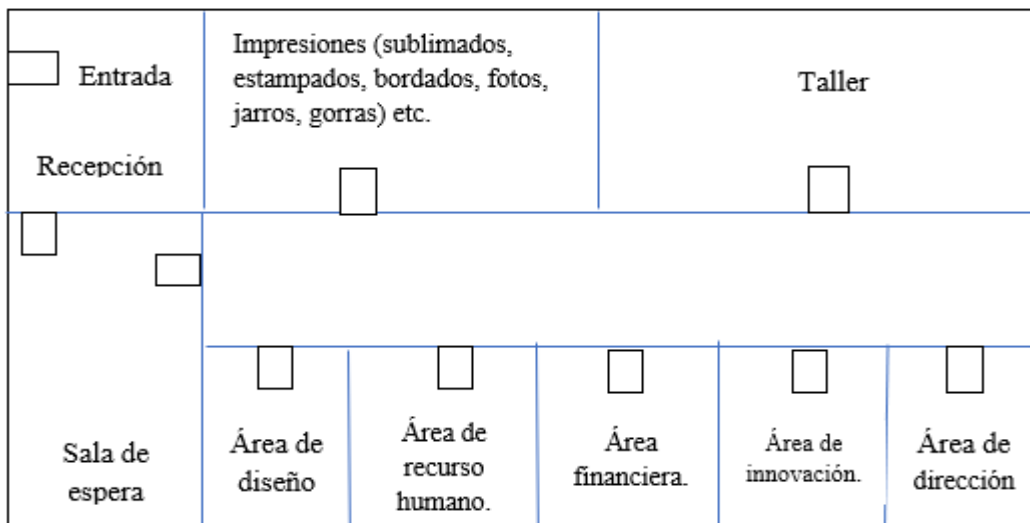


Figura 7. Bosquejo del área de trabajo.

### 3.3. Diagrama de Procesos.



Figura 8. Diagrama de proceso.

### 3.4. Listado de Maquinarias, Equipos y Herramientas.

#### 3.4.1. Listado de Máquinas.

Tabla 6. Listado de máquinas a utilizar en la producción.

<b>CANTIDAD</b>	<b>MAQUINA</b>	<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>PRECIO UNI. CON IVA</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
1	Troqueladoras	Unidad	300.00	300.00
1	Guillotinas	Unidad	350.00	350.00
1	Maquina Offset Mono Color – Oliver 52	Unidad	750.00	750.00
1	Maquina Offset Chiet 15.	Unidad	700.00	700.00
1	Maquina Offset Impresión Continua.	Unidad	750.00	750.00
1	Maquina Offset Impresión Riobi.	Unidad	400.00	400.00
1	Plastificadoras	Unidad	250.00	250.00
<b>TOTAL</b>				<b>3.500</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

#### 3.4.2. Listado de Muebles y Enseres.

Tabla 7. Listado de Muebles y enseres.

<b>CANTIDAD</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>PRECIO UNI. CON IVA</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
3	Mueble	Unidad	123.00	369.00
4	Escritorio	Unidad	100.00	400.00
4	Silla de escritorio	Unidad	50.00	200.00
2	Teléfono	Unidad	10.00	20.00
6	Silla	Unidad	13.00	78.00



1	Caja registradora	Unidad	33.00	33.00
<b>TOTAL</b>				<b>1.100</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

### 3.4.3. Listado de Equipos de Computación.

*Tabla 8. Listado de equipos de computación.*

CANTIDAD	PRODUCTO	PRESENTACION	PRECIO UNI. CON IVA	PRECIO TOTAL
4	Impresora	Unidad	150.00	600.00
4	Computadora	Unidad	225.00	900.00
<b>TOTAL</b>				<b>1.500</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022*

### 3.4.4. Listado de Útiles de Oficina.

*Tabla 9. Listado de equipos de oficina.*

CANTIDAD	PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO UNI. CON IVA	PRECIO TOTAL	TIEMPO
10	Estilete	Unidad	0.50	5.00	Anual
8	Caja de Grapadora	Unidad	1.50	12.00	Anual
10	Saca grapas	Unidad	2.00	20.00	Anual
10	Regla	Unidad	3.00	30.00	Anual
10	Tinta para las impresiones	El kilo	19.55	195.50	Anual
20	Esferográficos	Unidad	0.25	5.00	Anual
16	Paquetes de Hojas	Unidad	3.00	48.00	Anual
100	Carpetas	Unidad	0.75	75.00	Anual

20	Resaltadores.	Unidad	1.00	20.00	Anual
8	Caja de Clips	Unidad	0.75	6.00	Anual
<b>TOTAL</b>				<b>400</b>	

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

### 3.4.5. Listado de Materiales de Limpieza.

*Tabla 10. Listado de materiales de limpieza.*

CANTIDAD	PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO UNI CON IVA	PRECIO TOTAL	TIEMPO
8	Escobas	Unidad	2.50		Anual
8	Recogedor de basura	Unidad	1.50		Anual
8	Trapeador	Unidad	3.00		Anual
4	Fundas de basura	Paquete de 100 U	1.00		Mensual
8	Detergente	Unidad	2.00		Mensual
8	Desinfectante	Unidad	3.00		Mensual
4	Papel higiénico	Paquete de 12 U	8.00		Mensual
5	Jabón	Paquete de 6 U	3.60		Mensual
8	Antibacterial	Unidad	3.00		Mensual
8	Cloro	Unidad	1.50		Mensual
<b>TOTAL</b>			<b>29.10</b>		

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

### 3.5. Cálculo de los Materiales y Materia Prima Para Utilizar en el Proceso Productivo.

Tabla 11. Listado de materiales materia prima.

<b>MATERIA PRIMA PARA UTILIZAR EN EL PROCESO PRODUCTIVO</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD DE MATERIA PRIMA</b>	<b>MATERIA PRIMA ANUAL</b>
Papel Couche	500	6.000
Papel Químico	500	6.000
Tintas	2 kilos	24 K
Placas Poliéster	1	12
Papel Bond	1000	12.000
Gorras	30	360
Jarros	30	360
Lonas	10 m2	120 m2
Vinil	10m2	120 m2
Cartulina Stardream	500	6.000
Papel Fotográfico	1000	12.000

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

### 3.6. Lista de Proveedores.

Tabla 12. Listado de proveedores

<b>LISTA DE PROVEEDORES</b>
PAPELECO
IMPORTADORA JIMÉNEZ
MULTIPAPEL S. A

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

# CAPÍTULO IV

## 4. Estudio Organizacional.

### 4.1. Organigrama Estructural y Funcional.

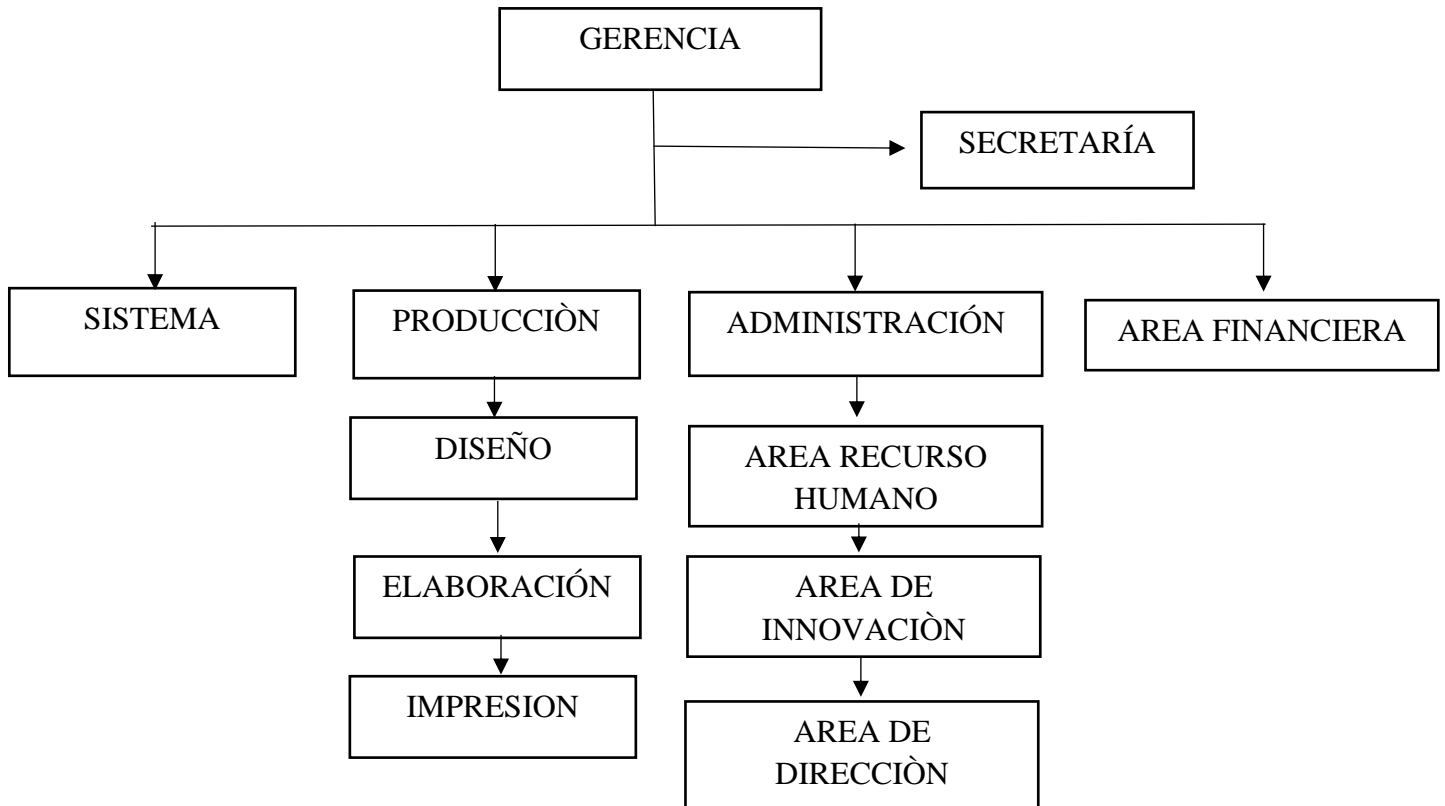


Figura 9. Organigrama de la empresa.

### 4.2. Funciones Según las Responsabilidades de Cada Persona.

#### 4.2.1. Gerente.

**Función:**

- Proyectar y evaluar el futuro de la empresa.
- Fortalecer la productividad de la empresa
- Evaluar constantemente los resultados del equipo para poder corregir aquellas deficiencias.
- Definir las políticas de producción y control para cumplir con los objetivos de venta.

**Perfil:**

- Experiencia mínimo 3 años en cargos similares.
- Profesional en la carrea de Administración de Empresas o afines.
- Tener conocimientos en computación, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
- Tener visión empresarial.

**4.2.2. Administrador.****Función:**

- Excelente líder de su equipo de trabajo el cual le de motivación y ánimos a su gente, debe de ser positiva, alentadora, disciplinada y competente.
- Tener una buena planeación.
- Saber organizar.
- Contar con una buena dirección.
- Saber evaluar.

**Cargo:**

- Área de recursos humanos.
- Área de innovación.
- Área de dirección.

**Perfil:****Área de recursos humanos.**

- Experiencia mínimo 2 años en el mismo cargo.

- Profesional en la carrera de Administración de Empresas o de la misma rama.
- Conocimientos en psicología, sociología, derecho, administración y dirección de empresas.

#### **Área de innovación.**

- Experiencia mínimo 2 años en el mismo cargo.
- Profesional en la carrera de Administración de Empresas o de la misma rama.
- Capacidad de tomar decisiones, tener visión estratégica y contar con un pensamiento flexible.

#### **Área de dirección.**

- Experiencia mínimo 2 años en el mismo cargo.
- Profesional en la carrera de Administración de Empresas o de la misma rama.
- Capacidad para llevar adelante decisiones en momentos que se otorguen difíciles, visión estratégica y conocer rápidamente los movimientos de la imprenta.

#### **4.2.3. Producción.**

##### **Función:**

- Saber dirigir, planificar y controlar el proceso productivo de la empresa gestionando de una forma equilibrada los recursos que proporciona la organización.
- Ejecutar el plan de producción.
- Gestionar y distribuir los materiales que tiene disponible la empresa.
- Supervisar las maquinarias y verificar su debido funcionamiento.
- Supervisar a los trabajadores y verificar si están cumpliendo con sus labores.

**Cargo:**

- Diseño.
- Elaboración.
- Impresión.

**Perfil:****Diseño.**

- Experiencia mínima de 2 a 3 años en el cargo.
- Profesional en ingeniería industrial o ingeniería de procesos y marketing.
- Conocer programas de diseño avanzados y paquete de Microsoft Office.

**Elaboración.**

- Persona desatada en sus labores, valores y principios, saber acatar ordenes, estar dispuesto a dalo todo por la empresa y afrontar los restos con pasión.
- Trabajo diario en la producción.
- Cumplir con el objetivo de entrega acordada.
- Mantener orden y disciplina en su área de trabajo.
- Mantener limpios su lugar y utensilios de trabajo.

**Impresión.**

- Conocer el manejo adecuado de las maquinas.
- Manejarse de acuerdo con las medidas que se requieren.
- Mantener su área de trabajo limpio.



- Conocer de los materiales de impresión de acuerdo con el trabajo que se necesite realizar.

#### **4.2.4. Secretaria.**

##### **Función:**

- Persona encargada de recibir a los clientes, recepta y entrega los pedidos que realiza, teniendo como misión principal darles la bienvenida y hacerlos sentir a gusto.
- Recibir a los visitantes o clientes.
- Responder a hacerse cargo de las llamadas telefónicas.
- Se ocupa de organizar las reuniones.
- Debe de mantener limpia el área de recepción.

##### **Perfil:**

- Experiencia mínima de 2 a 3 años en el cargo.
- Tener facilidad de palabra.
- Ser amable y cortes con los clientes.
- Conocer acerca de las funciones que se realizan en la imprenta.

#### **4.2.5. Sistema.**

##### **Función:**

- Realizar el respectivo mantenimiento de los equipos y maquinarias.
- Optimizar el funcionamiento del sistema operativo.
- Gestionar las cuentas de los usuarios.

**Perfil:**

- Conocer sobre diseño y configuración de la red de la empresa.
- Conocer sobre el mantenimiento respectivo que se les debe de dar a los equipos y maquinarias.
- Instalar y actualizar las utilidades de software.

**4.2.6. Área financiera.**

**Función:**

- Planificar y elaborar los presupuestos.
- Elaborar un modelo de organización financiera.
- Hacer pagos de nóminas a los trabajadores.

**Perfil:**

- Experiencia mínima de 2 a 3 años en el cargo.
- Profesional en la carrera de Administración de Empresas o Contabilidad.
- Conocer las labores gerenciales, debe de manejar la información financiera, levantar informes y evaluar el desempeño y desarrollo de la empresa.

### 4.3. Análisis de la Planta Actual.

Tabla 13. Análisis de la planta actual.

<b>NIVEL</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>NIVEL DE ESTUDIO.</b>
GERENTE	1	PROFESIONAL
ADMINISTRACIÓN <ul style="list-style-type: none"><li>• Recursos humanos.</li><li>• Innovación.</li><li>• Dirección.</li></ul>	3	PROFESIONAL DE CUARTO NIVEL
SECRETARÍA	1	PROFESIONAL DE TERCER NIVEL
JEFE DE AREA FINANCIERA	1	PROFESIONAL DE CUARTO NIVEL
SERVICIO DE LIMPIEZA	1	TERCER NIVEL
JEFE DE PRODUCCION <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseño</li><li>• Elaboración</li><li>• Impresión</li></ul>	12	PROFESIONAL
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

# CAPÍTULO V

## **5. Estudio Legal y Societario.**

### **5.1. Marco Legal.**

La base legal que existe para la creación de la empresa esta respaldados por leyes que se deben de tener en cuenta para la defensa de la organización tanto en el entorno interno como en el externo y más aún si se trata de una empresa nueva, la importancia de la creación de una imprenta en el Cantón Manta se respalda por reglas o leyes basadas en fuentes de apertura para esta organización que hoy en día el Gobierno está poniendo como un punto clave y fundamental para que Ecuador se convierta en un país generador de empleos para un buen futuro de sus pobladores.

En la actualidad la **LEY ORGÀNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÒN** ha tenido ciertas modificaciones en lo que concierne a la ley de compañías el cual se enfoca en fomentar el emprendimiento, la innovación y también el desarrollo tecnológico. (Ley Organica de Emprendimiento e Innovaciòn, 2020)

De acuerdo con las disposiciones reformadas por la ley orgánica de emprendimiento e innovación.

#### **Disposiciones Fundamentales.**

**Art. 1.- Objeto y ámbito:** La presente ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, el marco de las

diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativa, asociativa, comunitaria y artesanal.

**Art. 2.- Objetivos de la ley:** Son objetivos de esta Ley los siguientes:

- a) Crear un marco interinstitucional que permita definir una política de Estado que fomente el desarrollo del emprendimiento y la innovación;
- b) Facilitar la creación, operación y liquidación de emprendimientos;
- c) Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores;
- d) Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores;
- e) Fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, privados, de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional; y,
- f) Impulsar la innovación en el desarrollo productivo.

**Art. 3: Definiciones:** para efectos de la presente Ley se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

- 1. Emprendimiento:** Es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo.
- 2. Innovación:** Es el proceso creativo mediante el cual se genera un nuevo producto, diseño, proceso, servicio, método u organización, o añade valor a los existentes

3. **Emprendedor:** Son personas naturales o jurídicas que persiguen un beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades, desarrollan un proyecto y organizan los recursos necesarios para aprovecharlo.
4. **Ecosistema emprendedor:** Es todo el entorno que facilita, incluye y fomenta el desarrollo de empresas y proyectos en un lugar determinado
5. **Cultura emprendedora:** Es el conjunto de cualidades, conocimientos y habilidades necesarias que posee una persona para gestionar un emprendimiento.
6. **Capital semilla:** Es la inversión de recursos en la fase inicial de un proyecto, desde su concepción hasta el desarrollo de un proyecto innovador.
7. **Capital de riesgo:** Es la inversión que consiste en la participación en el capital social de un emprendimiento. El aportante invierte en un proyecto convirtiéndose en socio accionista del emprendimiento financiado y de esta manera participa de modo directo en los riesgos y resultados.
8. **Plataformas de fondos colaborativos o “crowdfunding”:** Son sociedades mercantiles cuyo objeto social es la búsqueda de financiamiento de proyectos a través plataformas desarrolladas sobre la base de nuevas tecnologías, que ponen en contacto a promotores de proyectos que demandan fondos con inversores u ofertantes de fondos que buscan en la inversión un rendimiento o la compra de un bien o servicio.
9. **Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S):** Tipo de sociedad mercantil conformada por una o más personas, mediante un trámite simplificado para fomentar la formalización y desarrollo de empresas.

- 10. Sociedades de beneficio e interés colectivo:** Son aquellas compañías que, a las sus actividades operacionales en beneficio de los intereses de sus socios o accionistas, se obligan a generar un impacto social positivo en procura del interés de la sociedad y del medio ambiente.
- 11. Acreedor disidente:** Es el acreedor que declina participar del proceso de reestructuración previsto en esta ley.
- 12. Proveedores de suministro asegurado:** Son quienes proveen bienes o servicios considerados esenciales en la cadena de producción y cuya provisión no se interrumpirá durante la reestructuración de emprendimientos.

**Art. 4.- Principios:** Son principios de esta Ley los siguientes.

- 1. Articulación:** Es la sinergia entre actores públicos, privados, mixtos y de la economía popular y solidaria, con la academia, para el desarrollo del ecosistema emprendedor e innovador.
- 2. Desarrollo económico:** Favorecer el desarrollo económico a partir del emprendimiento y la innovación, de manera justa, democrática, productiva, solidaria y sostenible, basado en la generación de riqueza, trabajo digno y estable.
- 3. Celeridad:** Los trámites y procedimientos se deben ejecutar de forma eficiente con calidad y en el menor tiempo posible.
- 4. Transparencia:** Garantizar el derecho a acceder a las fuentes de información pública.
- 5. Formación integral:** En aspectos y valores como: desarrollo del ser humano, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en



equipo, solidaridad, asociatividad, estímulo a la investigación y aprendizaje permanente.

**Art. 5.- Obligaciones del Estado:** Son obligaciones del Estado para garantizar el desarrollo del emprendimiento y la innovación, las siguientes:

1. Apoyar al emprendimiento mediante políticas públicas apropiadas, que permitan crear un ecosistema favorable.
2. Simplificar trámites para la creación, operación y cierre de empresas, en todos los niveles de gobierno; y,
3. Asignar los recursos necesarios para implementar las políticas públicas que se emitan en aplicación de esta Ley.

## **5.2. Modelo legal en la que se constituirá la empresa.**

Se puede considerar que esta empresa que se constituirá será sociedades por acciones simplificadas el cual se verá a continuación.

### **Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S).**

#### **Disposiciones Generales.**

**Art. (1) Definición y naturaleza:** La sociedad por acciones simplificadas es una sociedad cuya naturaleza será siempre mercantil, independiente de sus actividades operaciones.

**Art. (2) Limitación de responsabilidad:** La sociedad por acciones simplificadas podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables limitadamente hasta por el monto de sus respectivos aportes. Salvo que, en sede judicial, se hubiere desestimado la personalidad jurídica de la sociedad por acciones simplificadas, el o los

accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en las incurra la sociedad.

El o los accionistas podrán renunciar de manera expresa y por escrito al principio de responsabilidad limitada en este tipo de compañías. De mediar una renuncia expresa en tal sentido, los accionistas renunciantes serán solidaria e ilimitadamente responsables por todos los actos que ejecutare la sociedad por acciones simplificada.

**Art (3) Personalidad jurídica:** La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

**Art (4) Imposibilidad de negociar valores en el mercado público:** Las acciones que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Catastro Público de Mercado de Valores ni ser negociadas en bolsa.

**Art (5) Prohibiciones:** Las sociedades por acciones simplificadas no podrán realizar actividades relacionadas con operaciones financieras, de mercado de valores, seguros y otras que tengan un tratamiento especial, de acuerdo con la Ley

### **5.3. Requisitos para su Legitimidad.**

Como es de nuestro conocimiento la razón social es el nombre o como se determina a una empresa, en otras palabras, es la forma de nombrar a la persona jurídica y que permite identificarla de una forma única, es por ello por lo que la empresa estará identificada con el nombre de “TECNO DIGITAL”

Cabe mencionar que para inscribir a una compañía se debe de hacer de forma presencial y esto se debe de realizar en la Superintendencia de Compañías. (SUPERCIAS., s.f.)

1. Pago a favor del Registro Mercantil del Cantón Manta a través de los mecanismos de recaudación digital habilitados.
2. Escritura pública de constitución de la compañía o sociedad, emitida por el notario, mediante el cual se da fe del acto de constitución y en la que consten las firmas de los socios, en formato PDF.
3. Presentar la Reserva de denominación (Reserva del nombre) emitida por la Superintendencia de Compañías, en formato PDF

### **5.3.1. Requisitos para Obtener el Certificado Único de Funcionamiento.**

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la (ARCSA , 2022) (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

- Copia de las 2 hojas del RUC.
- Copia del predio urbano.
- Cédula de identidad.
- Certificado de votación.

### **5.3.2. Requisitos de Apertura de Patentes Municipales.**

El trámite de inscripción de patente y aprobación de local permite al ciudadano obtener el Certificado Único Registro de patente municipal y locales aprobados para el ejercicio de una actividad económica y el correcto funcionamiento de locales comerciales en el cantón Manta.

- Copia de cédula y certificado de votación.
- Formulario para patentes municipales (especies valoradas).
- Haber suscrito el Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos.
- Ser solvente - No adeudar al GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) Manta.
- RUC con la actividad económica a desarrollar.

### **5.3.3. Permisos de Funcionamiento Bomberos.**

El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario (1 de enero al 31 de diciembre), exceptuando los permisos ocasionales y es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local en funcionamiento.

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de las inspecciones.
- Copia del RUC.
- Solicitud de permiso del municipio.
- Copia de factura de compra de extintores.

# CAPÍTULO VI

## 6. Estudio económico financiero.

### 6.1. Costo unitario de producción.

Tabla 14. Costo unitario de facturas.

<b>FACTURAS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Papel Químico	100	0,013	1,3	
Diseño en placa	1	1	1	
Tinta	1	2	2	
<b>TOTAL</b>			<b>4,3</b>	<b>12</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,01</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>90,39</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>1084,68</b>	

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

Tabla 15. Costo unitario de retenciones.

<b>RETENCIÓN</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Papel Químico	100	0,013	1,3	
Diseño en placa	1	1	1	
Impresión	1	2	2	
<b>TOTAL</b>			<b>4,3</b>	<b>11</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,01</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>180,78</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>2169,36</b>	

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

Tabla 16. Costo unitario de liquidación de compras.

<b>LIQUIDACIÓN DE COMPRAS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Papel Químico	100	0,013	1,3
Diseño en placa	1	1	1
Impresión	1	2	2
<b>TOTAL</b>			<b>4,3</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,01</b>
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>90,39</b>
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>1084,68</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

Tabla 17. Costo unitario de guía de remisión.

<b>GUÍA DE REMISIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Papel Químico	100	0,013	1,3
Diseño en placa	1	1	1
Impresión	1	2	2
<b>TOTAL</b>			<b>4,3</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,01</b>
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>129</b>
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>1548</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

Tabla 18. Costo unitario de nota de crédito.

<b>NOTA DE CRÉDITO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Papel Químico	100	0,013	1,3
Diseño en placa	1	1	1
Impresión	1	2	2
<b>TOTAL</b>			<b>4,3</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,01</b>
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>258</b>
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>3096</b>

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 19. Costo unitario de nota de débito.

<b>NOTA DE DÉBITO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Papel Químico	100	0,018	1,8
Diseño en placa	1	1	1
Impresión	1	2	2
<b>TOTAL</b>			<b>4,8</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,02</b>
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>144</b>
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>1728</b>

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.



Tabla 20. Costo unitario de afiches.

<b>AFICHES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Papel Couche	500	0,1	50	
Diseño	1	1	1	
Tinta.	1	2	2	
<b>TOTAL</b>			<b>53</b>	<b>150</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,1</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>3180</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>38160</b>	

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

Tabla 21. Costo unitario de dípticos.

<b>DÍPTICOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Papel Couche	1000	0,1	100	
Diseño	1	1	1	
Tinta	1	2	2	
<b>TOTAL</b>			<b>103</b>	<b>130</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,1</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>3090</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>37080</b>	

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

Tabla 22. Costo unitario d trípticos.

<b>TRÍPTICOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Papel Couche	1000	0,1	100	
Diseño	1	1	1	
Tinta	1	2	2	
<b>TOTAL</b>			<b>103</b>	<b>130</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,1</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>3090</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>37080</b>	

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 23. Costo unitario de libros.

<b>LIBROS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Papel Bond	500	0,1	50	
Diseño	1	1	1	
Tinta	1	2	2	
Plástico	1	1	1	
Cartón	1000	0,2	200	
<b>TOTAL</b>			<b>254</b>	<b>315</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>4,3</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>15240</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>182880</b>	

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 24. Costo unitario de revistas.

<b>REVISTAS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Papel Couche.	500	0,1	50	
Diseño	1	1	1	
Tinta	1	2	2	
<b>TOTAL</b>			<b>53</b>	<b>125</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,1</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>1590</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>19080</b>	

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 25. Costo unitario de agendas.

<b>AGENDAS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Papel bond	50	0,1	5	
Diseño	1	1	1	
Cartón	500	0,2	100	
Tinta	1	2	2	
<b>TOTAL</b>			<b>108</b>	<b>120</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,3</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>9720</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>116640</b>	

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 26. Costo unitario de invitaciones.

<b>INVITACIONES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Cartulina Stardream	12	0,1	1,2	
Diseño	1	1	1	
Tinta x kilo	1	2	2	
<b>TOTAL</b>			<b>4,2</b>	<b>25</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>3,1</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>252</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>3024</b>	

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 27. Costo unitario de gorras.

<b>GORRAS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Gorras	1	1,5	1,5	
Diseño	1	1	1	
Bordado	1	2	2	
<b>TOTAL</b>			<b>4,5</b>	<b>18</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>4,5</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>270</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>3240</b>	

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 28. Costo unitario de jarros.

<b>JARROS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Jarros	1	2	2	
Diseño	1	1	1	
Tinta	1	2	2	
Sublimado	1	2	2	
<b>TOTAL</b>			<b>7</b>	<b>17</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>7</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>210</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>2520</b>	

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 29. Costo unitario de fotos.

<b>FOTOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Papel fotográfico	1	0,1	0,1	
Diseño	1	1	1	
Tinta	1	1	1	
<b>TOTAL</b>			<b>2,1</b>	<b>18</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>2,1</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>126</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>1512</b>	

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 30. Costo unitario del vinil.

VINIL				
DETALLE	CANTIDAD	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL	
Vinil	1	4,5	4,5	
Diseño	1	1	1	
Tinta	1	1	1	
<b>TOTAL</b>			<b>6,5</b>	<b>25</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>6,5</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>195</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>2340</b>	

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 31. Costo unitario de las lonas.

LONAS				
DETALLE	CANTIDAD	COSTOS UNITARIO	COSTO TOTAL	
Lona	1	3	3	
Diseño	1	1	1	
Tinta	1	1	1	
<b>TOTAL</b>			<b>5</b>	<b>35</b>
<b>Costo Unitario por producción</b>			<b>5</b>	
<b>Costo Unitario por Mes</b>			<b>150</b>	
<b>Costo Unitario por Año</b>			<b>1800</b>	

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

## 6.2. Estructura de costos y gastos.

### 6.2.1. Costos de operación directos.

Tabla 32. Rol de pago nómina administrativa.

NOMINA ADMINISTRATIVA.										
CARGO	CANTIDAD	SALARIO	TOTAL	SUELDO x 12,15% APORTE PATRONAL	SUELDO/12 DECIMO TERCERO	SBU/12 DECIMO CUARTO	SUELDO/24 VACACIONES	SUELDO x 8,33 / 100 FONDOS DE RESERVAS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 35,42	\$ 29,17	\$ 58,31	\$ 966,28	\$ 11.595,32
ADMINISTRADOR	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 37,50	\$ 35,42	\$ 18,75	\$ 37,49	\$ 633,83	\$ 7.605,92
RECEPCIONISTA	1	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 35,40	\$ 600,58	\$ 7.206,98
JEFE DE RECURSO HUMANO	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 20,83	\$ 41,65	\$ 700,32	\$ 8.403,80
JEFE DE DISEÑO	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 37,50	\$ 35,42	\$ 18,75	\$ 37,49	\$ 633,83	\$ 7.605,92
JEFE DE AREA FINANCIERA	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 20,83	\$ 41,65	\$ 700,32	\$ 8.403,80
JEFE DE AREA DE INNOVACION	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 20,83	\$ 41,65	\$ 700,32	\$ 8.403,80
JEFE DE AREA DE DIRECCION	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 37,50	\$ 35,42	\$ 18,75	\$ 37,49	\$ 633,83	\$ 7.605,92
SERVICIO DE LIMPIEZA	1	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 35,40	\$ 600,58	\$ 7.206,98
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>\$ 4.400,00</b>	<b>\$ 4.400,00</b>	<b>\$ 534,60</b>	<b>\$ 366,67</b>	<b>\$ 318,75</b>	<b>\$ 183,33</b>	<b>\$ 366,52</b>	<b>\$ 6.169,87</b>	<b>\$ 74.038,44</b>

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 33. Rol de pago nómina de producción.

NOMINA DE PRODUCCION										
CARGO	CANTIDAD	SALARIO	TOTAL	SUELDO x 12,15% APORTE PATRONAL	SUELDO/12 DECIMO TERCERO	SBU/12 DECIMO CUARTO	SUELDO/24 VACACIONES	SUELDO x 8,33 / 100 FONDOS DE RESERVAS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
JEFE DE PRODUCCION	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 41,67	\$ 41,65	\$ 721,15	\$ 8.653,80
OBREROS	9	\$ 425,00	\$ 3.825,00	\$ 464,74	\$ 318,75	\$ 35,42	\$ 318,75	\$ 318,62	\$ 5.281,28	\$ 63.375,32
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>\$ 925,00</b>	<b>\$ 4.325,00</b>	<b>\$ 525,49</b>	<b>\$ 360,42</b>	<b>\$ 70,83</b>	<b>\$ 360,42</b>	<b>\$ 360,27</b>	<b>\$ 6.002,43</b>	<b>\$ 72.029,12</b>
<b>RESUMEN TOTALES</b>									<b>\$ 12.172,30</b>	<b>\$ 146.067,56</b>

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

## 6.2.2. Costos de operación.

Tabla 34. Servicios básicos.

<b>SERVICIOS BASICOS</b>		
<b>PRODUCCION</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Agua	\$ 15,00	\$ 180,00
Energía Eléctrica	\$ 25,00	\$ 300,00
Teléfono	\$ 13,00	\$ 156,00
<b>SUDTOTAL PRODUCCION</b>	<b>\$ 53,00</b>	<b>\$ 636,00</b>
<b>ADMINISTRACION</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Agua	\$ 15,00	\$ 180,00
Energía Eléctrica	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono	\$ 10,00	\$ 120,00
Internet	\$ 23,00	\$ 276,00
<b>SUDTOTAL ADMINISTRACION</b>	<b>\$ 78,00</b>	<b>\$ 936,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 131,00</b>	<b>\$ 1.572,00</b>

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 35. Mantenimiento de maquinarias.

<b>MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS</b>		
<b>MAQUINARIAS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Troqueladoras	\$ 3,75	\$ 45,00
Guillotinas	\$ 3,75	\$ 45,00
Maquina Offset Mono Color – Oliver 52	\$ 8,33	\$ 100,00
Maquina Offset Chiet 15.	\$ 8,33	\$ 100,00
Maquina Offset Impresión Continua	\$ 8,33	\$ 100,00
Maquina Offset Impresión Riobi.	\$ 8,33	\$ 100,00
Plasticadoras	\$ 3,33	\$ 40,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 44,17</b>	<b>\$ 530,00</b>

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.



### 6.2.3. Costos y gastos.

Tabla 36. Gasto operaciones y administrativos.

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
MATERIALES	\$ 37.747,56	\$ 452.970,72
REMUNERACIÓN AL PER. ADMINISTRATIVO	\$ 6.002,43	\$ 72.029,12
SERVICIOS BASICOS	\$ 53,00	\$ 636,00
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS	\$ 44,17	\$ 530,00
<b>COSTO OPERATIVO TOTAL</b>	<b>\$ 43.847,15</b>	<b>\$ 526.165,84</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>REPRESENTAN DESEMBOLSO DE DINERO</b>		
SUELDO ADMINISTRATIVO	\$ 6.169,87	\$ 74.038,44
AGUA	\$ 15,00	\$ 180,00
ENERGIA ELECTRICA	\$ 30,00	\$ 360,00
TELEFONO	\$ 10,00	\$ 120,00
INTERNET	\$ 23,00	\$ 276,00
UTILES DE OFICINA	\$ 33,33	\$ 400,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 6.281,20</b>	<b>\$ 75.374,44</b>
<b>NO REPRESENTAN DESEMBOLSO DE DINERO</b>		
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	\$ 81,78	\$ 981,41
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 101,78</b>	<b>\$ 1.221,41</b>
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 6.382,99</b>	<b>\$ 76.595,85</b>
<b>GASTOS DE MARKETING Y VENTA</b>		
REDES SOCIALES	\$ 10,00	\$ 120,00
PRENSA ESCRITA	\$ 45,00	\$ 540,00
RADIO	\$ 85,00	\$ 1.020,00
<b>TOTAL GASTOS DE MARKETING Y VENTA</b>	<b>\$ 140,00</b>	<b>\$ 1.680,00</b>

GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.567,30	\$ 54.807,60
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 11.090,29</b>	<b>\$ 133.083,44</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

#### 6.2.4. Resumen de costos.

*Tabla 37. Resumen de costos*

<b>RESUMEN DE COSTOS</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSULA</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>		
COSTOS OPERACIONALES.	\$ 43.847,15	\$ 526.165,84
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 43.847,15</b>	<b>\$ 526.165,84</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 6.382,99	\$ 76.595,85
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 140,00	\$ 1.680,00
GASTOS FINANCIERO	\$ 4.567,30	\$ 54.807,60
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 11.090,29</b>	<b>\$ 133.083,44</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

#### 6.3. Proyección de ventas.

##### 6.3.1. Proyección de ventas en unidades.

*Tabla 38. Proyección de ventas en unidades.*

<b>PROYECCION DE VENTAS EN UNIDADES</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<b>UNIDADES</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>UNIDADES</b>
FACTURA	360	378	397	417	438
RETENCION	720	756	794	833	875

LIQUIDACION DE COMPRAS	360	378	397	417	438
GUÌA DE REMISON	360	378	397	417	438
NOTA DE CRÈDITO	720	756	794	833	875
NOTA DEÈBITO	360	378	397	417	438
AFICHES	720	756	794	833	875
DÌPTICOS	360	378	397	417	438
TRÌPTICOS	360	378	397	417	438
LIBROS	720	756	794	833	875
REVISTAS	360	378	397	417	438
AGENDAS	1080	1134	1191	1250	1313
INVITACIONES	720	756	794	833	875
GORRAS	720	756	794	833	875
JARROS	360	378	397	417	438
FOTOS	720	756	794	833	875
VINIL	360	378	397	417	438
LONAS	360	378	397	417	438
<b>TOTAL DE INGRESO</b>	<b>9720</b>	<b>10206</b>	<b>10716</b>	<b>11252</b>	<b>11815</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

### 6.3.2. Proyección de ventas en dólares.

Tabla 39. Proyección de ventas en dólares.

<b>PROYECCION DE VENTAS EN DÒLARES</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<b>CANTIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>
FACTURA	\$ 4.320,00	\$ 4.536,00	\$ 4.762,80	\$ 5.000,94	\$ 5.250,99
RETENCION	\$ 7.920,00	\$ 8.316,00	\$ 8.731,80	\$ 9.168,39	\$ 9.626,81
LIQUIDACION DE COMPRAS	\$ 3.960,00	\$ 4.158,00	\$ 4.365,90	\$ 4.584,20	\$ 4.813,40
GUÌA DE REMISON	\$ 4.320,00	\$ 4.536,00	\$ 4.762,80	\$ 5.000,94	\$ 5.250,99
NOTA DE CRÈDITO	\$ 7.920,00	\$ 8.316,00	\$ 8.731,80	\$ 9.168,39	\$ 9.626,81
NOTA DEÈBITO	\$ 4.320,00	\$ 4.536,00	\$ 4.762,80	\$ 5.000,94	\$ 5.250,99
AFICHES	\$ 108.000,00	\$ 113.400,00	\$ 119.070,00	\$ 125.023,50	\$ 131.274,68
DÌPTICOS	\$ 46.800,00	\$ 49.140,00	\$ 51.597,00	\$ 54.176,85	\$ 56.885,69
TRÌPTICOS	\$ 46.800,00	\$ 49.140,00	\$ 51.597,00	\$ 54.176,85	\$ 56.885,69
LIBROS	\$ 226.800,00	\$ 238.140,00	\$ 250.047,00	\$ 262.549,35	\$ 275.676,82
REVISTAS	\$ 45.000,00	\$ 47.250,00	\$ 49.612,50	\$ 52.093,13	\$ 54.697,78
AGENDAS	\$ 129.600,00	\$ 136.080,00	\$ 142.884,00	\$ 150.028,20	\$ 157.529,61
INVITACIONES	\$ 18.000,00	\$ 18.900,00	\$ 19.845,00	\$ 20.837,25	\$ 21.879,11
GORRAS	\$ 12.960,00	\$ 13.608,00	\$ 14.288,40	\$ 15.002,82	\$ 15.752,96

JARROS	\$ 6.120,00	\$ 6.426,00	\$ 6.747,30	\$ 7.084,67	\$ 7.438,90
FOTOS	\$ 12.960,00	\$ 13.608,00	\$ 14.288,40	\$ 15.002,82	\$ 15.752,96
VINIL	\$ 9.000,00	\$ 9.450,00	\$ 9.922,50	\$ 10.418,63	\$ 10.939,56
LONAS	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 14.586,08	\$ 15.315,38
<b>TOTAL DE INGRESO</b>	<b>\$ 707.400,00</b>	<b>\$742.770,00</b>	<b>\$ 779.908,50</b>	<b>\$ 818.903,93</b>	<b>\$ 859.849,12</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

#### 6.4. Plan de inversión.

##### 6.4.1. Líneas de financiamiento.

##### 6.4.1.1. Estructura de capital.

*Tabla 40. Estructura de capital.*

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
MAQUINARIAS	\$ 3.500,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.100,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1.500,00
UTILILES DE OFICINA	\$ 400,00
MATERIALES DE LIMPIEZA	\$ 29,10
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 6.529,10</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
GATOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.200,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.200,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
MATERIALES	\$ 37.747,56
PUBLICIDAD	\$ 140,00
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS	\$ 44,17
UTILILES DE OFICINA	\$ 33,33
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 131,00
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 12.172,30
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 50.268,36</b>

<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS</b>	<b>\$ 7.729,10</b>
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 50.268,36</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 57.997,46</b>

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>		
ACCIONISTAS	30%	\$ 17.399,24
PRESTAMO	70%	\$ 40.598,22
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 57.997,46</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

#### 6.4.2. Préstamo.

*Tabla 41. Préstamo.*

<b>PRÉSTAMO</b>	\$ 40.598,22	
<b>TASA DE INTERES</b>	11,25%	
<b>PLAZO</b>	60	<b>MESES</b>
<b>TIPO</b>	0	

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

#### 6.4.3. Tabla de amortización.

*Tabla 42. Tabal de amortización.*

<b>TABAL DE AMORTIZACIÓN DE UNA ANULIDAD SENCILLA</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>CUOTA</b>	<b>SALDO</b>
0				\$ 40.598,22
1	\$ 7,63	\$ 4.567,30	\$ 4.574,93	\$ 40.590,59
2	\$ 8,49	\$ 4.566,44	\$ 4.574,93	\$ 40.582,11
3	\$ 9,44	\$ 4.565,49	\$ 4.574,93	\$ 40.572,67
4	\$ 10,50	\$ 4.564,42	\$ 4.574,93	\$ 40.562,16
5	\$ 11,68	\$ 4.563,24	\$ 4.574,93	\$ 40.550,48
6	\$ 13,00	\$ 4.561,93	\$ 4.574,93	\$ 40.537,48
7	\$ 14,46	\$ 4.560,47	\$ 4.574,93	\$ 40.523,02
8	\$ 16,09	\$ 4.558,84	\$ 4.574,93	\$ 40.506,93
9	\$ 17,90	\$ 4.557,03	\$ 4.574,93	\$ 40.489,04
10	\$ 19,91	\$ 4.555,02	\$ 4.574,93	\$ 40.469,13

11	\$ 22,15	\$ 4.552,78	\$ 4.574,93	\$ 40.446,98
12	\$ 24,64	\$ 4.550,28	\$ 4.574,93	\$ 40.422,33
13	\$ 27,41	\$ 4.547,51	\$ 4.574,93	\$ 40.394,92
14	\$ 30,50	\$ 4.544,43	\$ 4.574,93	\$ 40.364,42
15	\$ 33,93	\$ 4.541,00	\$ 4.574,93	\$ 40.330,49
16	\$ 37,75	\$ 4.537,18	\$ 4.574,93	\$ 40.292,74
17	\$ 41,99	\$ 4.532,93	\$ 4.574,93	\$ 40.250,75
18	\$ 46,72	\$ 4.528,21	\$ 4.574,93	\$ 40.204,03
19	\$ 51,97	\$ 4.522,95	\$ 4.574,93	\$ 40.152,06
20	\$ 57,82	\$ 4.517,11	\$ 4.574,93	\$ 40.094,24
21	\$ 64,33	\$ 4.510,60	\$ 4.574,93	\$ 40.029,91
22	\$ 71,56	\$ 4.503,37	\$ 4.574,93	\$ 39.958,35
23	\$ 79,61	\$ 4.495,31	\$ 4.574,93	\$ 39.878,74
24	\$ 88,57	\$ 4.486,36	\$ 4.574,93	\$ 39.790,17
25	\$ 98,53	\$ 4.476,39	\$ 4.574,93	\$ 39.691,63
26	\$ 109,62	\$ 4.465,31	\$ 4.574,93	\$ 39.582,02
27	\$ 121,95	\$ 4.452,98	\$ 4.574,93	\$ 39.460,07
28	\$ 135,67	\$ 4.439,26	\$ 4.574,93	\$ 39.324,40
29	\$ 150,93	\$ 4.423,99	\$ 4.574,93	\$ 39.173,46
30	\$ 167,91	\$ 4.407,01	\$ 4.574,93	\$ 39.005,55
31	\$ 186,80	\$ 4.388,12	\$ 4.574,93	\$ 38.818,75
32	\$ 207,82	\$ 4.367,11	\$ 4.574,93	\$ 38.610,93
33	\$ 231,20	\$ 4.343,73	\$ 4.574,93	\$ 38.379,73
34	\$ 257,21	\$ 4.317,72	\$ 4.574,93	\$ 38.122,52
35	\$ 286,14	\$ 4.288,78	\$ 4.574,93	\$ 37.836,38
36	\$ 318,33	\$ 4.256,59	\$ 4.574,93	\$ 37.518,05
37	\$ 354,15	\$ 4.220,78	\$ 4.574,93	\$ 37.163,90
38	\$ 393,99	\$ 4.180,94	\$ 4.574,93	\$ 36.769,91
39	\$ 438,31	\$ 4.136,61	\$ 4.574,93	\$ 36.331,60
40	\$ 487,62	\$ 4.087,30	\$ 4.574,93	\$ 35.843,97
41	\$ 542,48	\$ 4.032,45	\$ 4.574,93	\$ 35.301,49
42	\$ 603,51	\$ 3.971,42	\$ 4.574,93	\$ 34.697,99
43	\$ 671,40	\$ 3.903,52	\$ 4.574,93	\$ 34.026,58
44	\$ 746,94	\$ 3.827,99	\$ 4.574,93	\$ 33.279,64
45	\$ 830,97	\$ 3.743,96	\$ 4.574,93	\$ 32.448,68
46	\$ 924,45	\$ 3.650,48	\$ 4.574,93	\$ 31.524,23
47	\$ 1.028,45	\$ 3.546,48	\$ 4.574,93	\$ 30.495,77
48	\$ 1.144,15	\$ 3.430,77	\$ 4.574,93	\$ 29.351,62
49	\$ 1.272,87	\$ 3.302,06	\$ 4.574,93	\$ 28.078,75
50	\$ 1.416,07	\$ 3.158,86	\$ 4.574,93	\$ 26.662,69
51	\$ 1.575,38	\$ 2.999,55	\$ 4.574,93	\$ 25.087,31

52	\$ 1.752,60	\$ 2.822,32	\$ 4.574,93	\$ 23.334,71
53	\$ 1.949,77	\$ 2.625,15	\$ 4.574,93	\$ 21.384,93
54	\$ 2.169,12	\$ 2.405,80	\$ 4.574,93	\$ 19.215,81
55	\$ 2.413,15	\$ 2.161,78	\$ 4.574,93	\$ 16.802,66
56	\$ 2.684,63	\$ 1.890,30	\$ 4.574,93	\$ 14.118,03
57	\$ 2.986,65	\$ 1.588,28	\$ 4.574,93	\$ 11.131,38
58	\$ 3.322,65	\$ 1.252,28	\$ 4.574,93	\$ 7.808,74
59	\$ 3.696,44	\$ 878,48	\$ 4.574,93	\$ 4.112,29
60	\$ 4.112,29	\$ 462,63	\$ 4.574,93	\$ 0,00

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.



### 6.5. Flujo de caja proyectado (5 años).

Tabla 43. Flujo de caja proyectado.

<b>FLUJO EFECTIVO</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 707.400,00</b>	<b>\$ 742.770,00</b>	<b>\$ 779.908,50</b>	<b>\$ 818.903,93</b>	<b>\$ 859.849,12</b>
VENTAS		\$ 707.400,00	\$ 742.770,00	\$ 779.908,50	\$ 818.903,93	\$ 859.849,12
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>\$ 657.713,41</b>	<b>\$ 717.113,31</b>	<b>\$ 754.610,06</b>	<b>\$ 798.153,98</b>	<b>\$ 859.139,21</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 602.814,28</b>	<b>\$ 659.021,75</b>	<b>\$ 692.005,56</b>	<b>\$ 726.638,57</b>	<b>\$ 763.271,15</b>
COSTO DE VENTA		\$ 526.165,84	\$ 552.474,13	\$ 580.097,84	\$ 609.102,73	\$ 639.557,87
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>\$ 74.968,44</b>	<b>\$ 78.716,86</b>	<b>\$ 82.652,71</b>	<b>\$ 86.785,34</b>	<b>\$ 91.124,61</b>
GASTOS PUBLICIDAD		\$ 1.680,00	\$ 1.764,00	\$ 1.852,20	\$ 1.944,81	\$ 2.042,05
PARTICIPACION DE EMPLEADOS 15%			\$ 7.296,16	\$ 7.670,13	\$ 8.062,80	\$ 8.550,09
IMPUESTO A LA RENTA 22%			\$ 9.095,88	\$ 9.562,10	\$ 10.051,62	\$ 10.659,11
DIVIDENDOS			\$ 9.674,71	\$ 10.170,59	\$ 10.691,27	\$ 11.337,42
<b>EGRESOS DE FINANCIAMIENTO</b>		<b>\$ 54.899,13</b>	<b>\$ 58.091,57</b>	<b>\$ 62.604,49</b>	<b>\$ 71.515,41</b>	<b>\$ 95.868,06</b>
GASTOS FINANCIEROS		\$ 54.723,24	\$ 57.459,40	\$ 60.332,37	\$ 63.348,99	\$ 66.516,44
PAGO CAPITAL		\$ 175,89	\$ 632,17	\$ 2.272,12	\$ 8.166,42	\$ 29.351,62
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ 57.997,46</b>					
CAPITAL INICIAL	\$ 17.399,24					
CRADITO BANCARIO	\$ 40.598,22					
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ 7.729,10</b>					
ACTIVOS FIJOS	\$ 6.529,10					

ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.200,00					
<b>FLUJO FINANCIERO</b>	<b>\$ 50.268,36</b>	<b>\$ 49.686,59</b>	<b>\$ 25.656,69</b>	<b>\$ 25.298,44</b>	<b>\$ 20.749,94</b>	<b>\$ 709,91</b>
<b>FLUJO AÑO ANTERIOR</b>		<b>\$ 50.268,36</b>	<b>\$ 99.954,95</b>	<b>\$ 125.611,64</b>	<b>\$ 150.910,08</b>	<b>\$ 171.660,02</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>		<b>\$ 99.954,95</b>	<b>\$ 125.611,64</b>	<b>\$ 150.910,08</b>	<b>\$ 171.660,02</b>	<b>\$ 172.369,94</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

## 6.6. Estado de resultado proyectado (5 años).

*Tabla 44. Estado de resultado.*

		<b>ESTADO DE RESULTADO</b>				
		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
5%	VENTAS	\$ 707.400,00	\$ 742.770,00	\$ 779.908,50	\$ 818.903,93	\$ 859.849,12
	COSTO DE VENTAS	\$ 526.165,84	\$ 552.474,13	\$ 580.097,84	\$ 609.102,73	\$ 639.557,87
	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 181.234,16</b>	<b>\$ 190.295,87</b>	<b>\$ 199.810,66</b>	<b>\$ 209.801,19</b>	<b>\$ 220.291,25</b>
	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 76.189,85</b>	<b>\$ 79.938,27</b>	<b>\$ 83.874,11</b>	<b>\$ 87.506,80</b>	<b>\$ 91.846,06</b>
	SUELDO ADMINISTRATIVO	\$ 74.038,44	\$ 77.740,36	\$ 81.627,38	\$ 85.708,75	\$ 89.994,19
	MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	\$ 530,00	\$ 556,50	\$ 584,33	\$ 613,54	\$ 644,22
	UTILES DE OFICINA	\$ 400,00	\$ 420,00	\$ 441,00	\$ 463,05	\$ 486,20
	DEPRECIACIÓN	\$ 981,41	\$ 981,41	\$ 981,41	\$ 481,46	\$ 481,46
	AMORTIZACIÓN	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
	<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 54.723,24</b>	<b>\$ 57.459,40</b>	<b>\$ 60.332,37</b>	<b>\$ 63.348,99</b>	<b>\$ 66.516,44</b>
	<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 1.680,00</b>	<b>\$ 1.764,00</b>	<b>\$ 1.852,20</b>	<b>\$ 1.944,81</b>	<b>\$ 2.042,05</b>
	PUBLICIDAD	\$ 1.680,00	\$ 1.764,00	\$ 1.852,20	\$ 1.944,81	\$ 2.042,05
	<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>\$ 132.593,09</b>	<b>\$ 139.161,67</b>	<b>\$ 146.058,68</b>	<b>\$ 152.800,60</b>	<b>\$ 160.404,55</b>
	<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 48.641,07</b>	<b>\$ 51.134,20</b>	<b>\$ 53.751,98</b>	<b>\$ 57.000,60</b>	<b>\$ 59.886,70</b>
15%	(-) 15% UTILIDAD A EMPLEADOS Y TRABAJADORES	\$ 7.296,16	\$ 7.670,13	\$ 8.062,80	\$ 8.550,09	\$ 8.983,01

	<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>\$ 41.344,91</b>	<b>\$ 43.464,07</b>	<b>\$ 45.689,18</b>	<b>\$ 48.450,51</b>	<b>\$ 50.903,70</b>
22%	(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 9.095,88	\$ 9.562,10	\$ 10.051,62	\$ 10.659,11	\$ 11.198,81
	<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>	<b>\$ 32.249,03</b>	<b>\$ 33.901,97</b>	<b>\$ 35.637,56</b>	<b>\$ 37.791,40</b>	<b>\$ 39.704,88</b>
30%	DIVIDENDOS 30%	\$ 9.674,71	\$ 10.170,59	\$ 10.691,27	\$ 11.337,42	\$ 11.911,46
10%	RESERVA LEGAL 10%	\$ 3.224,90	\$ 3.390,20	\$ 3.563,76	\$ 3.779,14	\$ 3.970,49
	<b>UTILIDAD RETENIDA</b>	<b>\$ 19.349,42</b>	<b>\$ 20.341,18</b>	<b>\$ 21.382,54</b>	<b>\$ 22.674,84</b>	<b>\$ 23.822,93</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

### 6.7. Estado de situación financiera proyectado (5 años).

*Tabla 45. Estado de situación financiera.*

<b>BALANCE GENERAL</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 50.268,36</b>	<b>\$ 99.954,95</b>	<b>\$125.611,64</b>	<b>\$150.910,08</b>	<b>\$ 171.660,02</b>	<b>\$ 172.369,94</b>
CAJA	\$ 50.268,36	\$ 99.954,95	\$125.611,64	\$150.910,08	\$ 171.660,02	\$ 172.369,94
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 6.529,10</b>	<b>\$ 5.547,70</b>	<b>\$ 4.566,29</b>	<b>\$ 3.584,89</b>	<b>\$ 3.103,43</b>	<b>\$ 2.621,98</b>
<b>FIJO DEPRECIABLE</b>						
MAQUINARIAS	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
UTILES DE OFICINA	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
MATERIALES DE LIMPIEZA	\$ 29,10	\$ 29,10	\$ 29,10	\$ 29,10	\$ 29,10	\$ 29,10
(-) DEPRECIACION		\$ 981,41	\$ 981,41	\$ 981,41	\$ 481,46	\$ 481,46
(-) DEPRECIACION ACUMULADA		\$ 981,41	\$ 1.962,81	\$ 2.944,22	\$ 3.425,67	\$ 3.907,13

<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 1.200,00</b>	<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 720,00</b>	<b>\$ 480,00</b>	<b>\$ 240,00</b>	<b>\$ -</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
( - ) AMORTIZACION		\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
( - ) AMORTIZACION ACUMULADA		\$ 240,00	\$ 480,00	\$ 720,00	\$ 960,00	\$ 1.200,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 57.997,46</b>	<b>\$106.462,64</b>	<b>\$130.897,93</b>	<b>\$154.974,96</b>	<b>\$ 175.003,45</b>	<b>\$ 174.991,91</b>
<b>PASIVO</b>						
PASIVO A CORTO PLAZO						
<b>CORRIENTE</b>		<b>\$ 26.066,75</b>	<b>\$ 27.402,82</b>	<b>\$ 28.805,69</b>	<b>\$ 30.546,62</b>	<b>\$ 32.093,28</b>
PARTICIPACION DE TRABAJADORES POR PAGAR		\$ 7.296,16	\$ 7.670,13	\$ 8.062,80	\$ 8.550,09	\$ 8.983,01
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR		\$ 9.095,88	\$ 9.562,10	\$ 10.051,62	\$ 10.659,11	\$ 11.198,81
DIVIDENDOS		\$ 9.674,71	\$ 10.170,59	\$ 10.691,27	\$ 11.337,42	\$ 11.911,46
<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 40.598,22</b>	<b>\$ 40.422,33</b>	<b>\$ 39.790,17</b>	<b>\$ 37.518,05</b>	<b>\$ 29.351,62</b>	<b>\$ -0,00</b>
CREDITO BANCARIO	\$ 40.598,22	\$ 40.422,33	\$ 39.790,17	\$ 37.518,05	\$ 29.351,62	\$ -0,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 40.598,22</b>	<b>\$ 66.489,09</b>	<b>\$ 67.192,98</b>	<b>\$ 66.323,73</b>	<b>\$ 59.898,24</b>	<b>\$ 32.093,28</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 17.399,24</b>	<b>\$ 39.973,56</b>	<b>\$ 63.704,94</b>	<b>\$ 88.651,23</b>	<b>\$ 115.105,21</b>	<b>\$ 142.898,63</b>
<b>CAPITAL SOCIAL</b>	<b>\$ 17.399,24</b>	<b>\$ 17.399,24</b>	<b>\$ 17.399,24</b>	<b>\$ 17.399,24</b>	<b>\$ 17.399,24</b>	<b>\$ 17.399,24</b>
RESERVA LEGAL		\$ 3.224,90	\$ 6.615,10	\$ 10.178,86	\$ 13.958,00	\$ 17.928,48
<b>UTILIDAD RETENIDA</b>		<b>\$ 19.349,42</b>	<b>\$ 20.341,18</b>	<b>\$ 21.382,54</b>	<b>\$ 22.674,84</b>	<b>\$ 23.822,93</b>
<b>UTILIDAD DE AÑOS ANTERIORES</b>			\$ 19.349,42	\$ 39.690,60	\$ 61.073,14	\$ 83.747,98
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 57.997,46</b>	<b>\$106.462,64</b>	<b>\$130.897,93</b>	<b>\$154.974,96</b>	<b>\$ 175.003,45</b>	<b>\$ 174.991,91</b>
<b>DIFERENCIA</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

# **CAPITULO VII**

## 7. Evaluación Financiera.

### 7.1. VAN.

Sirve para determinar la viabilidad de un proyecto, si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable.

<b>WACC(CPP)=(Ke*(CAA/(CAA+D)))+(Kd*(1-T)*(D/(CAA+D)))</b>	
<b>Ke</b>	Costo de oportunidad de los accionistas
<b>CAA</b>	Capital aportado por los accionistas
<b>D</b>	Financiamiento externo
<b>Kd</b>	Costo financiero
<b>T</b>	Tasa efectiva de impuestos
<b>PARA EFECTO DEL PROYECTO</b>	
<b>Ke</b>	15%
<b>CAA</b>	\$ 17.399,24
<b>D</b>	\$ 40.598,22
<b>Kd</b>	11,86%
<b>T</b>	33,70%
<b>WACC(CPP)=</b>	<b>10,00%</b>

Tabla 46. VAN.

<b>VAN</b>			
<b>PERIODO</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR</b>	<b>RESULTADO</b>
0	\$40.598,22	1	\$ 40.598,22
1	\$49.686,59	0,909055985	\$ 45.167,89
2	\$25.656,69	0,826382784	\$ 21.202,24
3	\$25.298,44	0,751228215	\$ 19.004,91
4	\$20.749,94	0,682908505	\$ 14.170,31
5	\$709,91	0,620802063	\$ 440,72
<b>VAN</b>			<b>\$ 41.988,61</b>

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

## 7.2. TIR.

Ayuda a medir la rentabilidad de un proyecto de inversión, y sirve para que los inversionistas decidan si participar o no en él, ya que su cálculo permite comparar el valor actual de los gastos con los ingresos que se han proyectado para más adelante.

Tabla 47. TIR.

<b>TIR</b>	<b>83,67%</b>
------------	---------------

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

## 7.3. Relación beneficio/costo (RBC).

Este también es conocido como el índice de rendimiento, se calculó dividiendo el valor actual de los flujos esperados (entradas – salidas de efectivos) entre el costo total de la inversión inicial (salida de efectivo inicial).

$$B/C = \$172.369,94 / \$57.997,46.$$

$$B/C = 2,97$$

## 7.4. Razones financieras.

### 7.4.1. Liquidez.

Tabla 48. Liquidez.

<b>LIQUIDEZ</b>	
<b>RELACIÓN CORRIENTE O DE LIQUIDEZ</b>	
Relación corriente o de liquidez	Activo corriente
	Pasivo corriente
	\$ 99.954,95

Relación corriente o de liquidez	\$ 26.066,75
Relación corriente o de liquidez	3,83
	<b>Veces</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*

#### 7.4.2. Endeudamiento.

*Tabla 49. Endeudamiento.*

<b>ENDEUDAMIENTO</b>	
<b>RAZÓN DEUDA A ACTIVOS</b>	
Razón deuda a activos	Pasivo total
	Activo total
Razón deuda a activos	\$ 66.489,09
	\$ 106.462,64
Razón deuda a activos	0,624529716
	<b>62%</b>
<b>RAZÓN DEUDA CAPITAL</b>	
Razón deuda capital	Pasivo total
	Patrimonio
Razón deuda capital	\$ 40.598,22
	\$ 17.399,24
Razón deuda capital	2,333333333
	<b>2,33%</b>

*Nota: Elaborado por el Autor 2022.*



### 7.4.3. Rentabilidad.

Tabla 50. Rentabilidad del capital.

<b>RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL</b>	
Rendimiento sobre capital	Utilidad neta
	Capital social
Rendimiento sobre capital	\$ 19.349,42
	\$ 17.399,24
Rendimiento sobre capital	1,112084359
	<b>11,1%</b>

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

Tabla 51. Rentabilidad de las ventas.

<b>RENTABILIDAD CON RELACIÓN A LAS VENTAS</b>	
Rentabilidad con relación a las ventas	Utilidad neta
	Ventas
Rentabilidad con relación a las ventas	\$ 19.349,42
	\$ 707.400,00
Rentabilidad con relación a las ventas	0,027352869
	<b>30%</b>

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022.

#### 7.4.4. Punto de equilibrio.

Tabla 52. Punto de equilibrio.

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES</b>	
PE= $CF/1-(CV/V)$	
PE=	\$ 133.083,44
1-	\$ 526.165,84
	\$ 707.400,00
<b>PE=</b>	<b>\$ 519.456,30</b>

*Nota:* Elaborado por el Autor 2022

## 8. Conclusiones.

- Mediante el estudio técnico que se pudo llevar a cabo se pudo determinar de una manera correcta la ubicación de la empresa “TECNO – DIGITAL” el cual se cumple con todas las perspectivas adecuadas para la implementación de este negocio.
- El estudio de mercado también demostró que en su mayoría de personas encuestadas ven correcto la implantación de una imprenta ya que se les ofrece productos y servicios de buena calidad siendo esto un aspecto muy importante para los clientes.
- Para el estudio organizacional se realizó la estructura organizacional de la empresa especificando y desglosando cada uno de los perfiles funcionales de cada uno de los cargos, esto es de vital importancia ya que de esto depende que la empresa tenga un buen funcionamiento.
- Se obtuvo una rentabilidad de 30 % de relación con las ventas que hace referencia a la capacidad que posee la empresa de generar ingresos a partir de sus fondos.
- La rentabilidad de capital mide la eficiencia en la utilización de capital propio o el capital en movimiento como apoyo de las ventas. Una vez realizando los cálculos, se puede observar en la tabla 49 que se obtuvo un 11,1% en rentabilidad de capital.

## 9. Recomendaciones.

- Para que la empresa tenga un funcionamiento correcto es necesario que los canales del proceso de producción sean de manera eficiente y viene elaborados para que de esta manera obtener trabajos de buena calidad.
- Se recomienda buscar o tener clientes fijo, es decir tener diferentes instituciones que realicen sus trabajos de manera continua y fija en nuestra empresa.
- Para poder incrementar los ingresos se puede reforzar el plan de marketing y esto hará que la empresa “TECNO – DIGITAL” se posicione cada vez más en el mercado.
- Una vez realizados los estudios es importante ver si los productos son aceptados en el mercado y luego de esto aplicar todas las estrategias que sean necesarias para para inducir todos estos productos en diferentes partes del país.

## 10. Bibliografía.

ARCSA . (2022). Obtenido de ARCSA : <https://www.controlsanitario.gob.ec/>

Berger, G. (1964). Obtenido de chrome-

[extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/5155/515551535005.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/5155/515551535005.pdf)

Gabriel Duarte. (10 de 2008). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC:

<https://www.definicionabc.com/general/estudio.php>

Gutenberg, J. (2012). *LOZANO IMPRESIONES*. Obtenido de LOZANO IMPRESIONES:

<https://lozanoimpresores.com/blog/impresion/quien-y-como-se-invento-la-imprensa/>

INEC. (2010). Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

*Impredigital*. (20 de Mayo de 2017). Obtenido de Impredigital: [http://impredigital.com/los-](http://impredigital.com/los-errores-mas-comunes-cuando-se-manda-algo-la-imprensa/)

[errores-mas-comunes-cuando-se-manda-algo-la-imprensa/](http://impredigital.com/los-errores-mas-comunes-cuando-se-manda-algo-la-imprensa/)

Kotler & Armstrong. (2012). Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0102064/cap02.pdf>

Kotler, P. (31 de agosto de 2020). Obtenido de [https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-](https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Philip%20Kotler%2C%20economista%20y,conocer%20realmente%20a%20los%20consumidores%E2%80%9D)

[segmentacion-](https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Philip%20Kotler%2C%20economista%20y,conocer%20realmente%20a%20los%20consumidores%E2%80%9D)

[mercados/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Philip%20Kotler%2C%20economista%20y,conocer%20realmente%20a%20los%20consumidores%E2%80%9D](https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Philip%20Kotler%2C%20economista%20y,conocer%20realmente%20a%20los%20consumidores%E2%80%9D).

Kupfer, D. (1996). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129\_Medeiros.pdf

Lessing, D. (1969). Obtenido de https://proverbia.net/cita/453061037-eso-es-el-aprendizaje-entender-de-repente-algo-qu

*Ley Organica de Emprendimiento e Innovaciòn.* (2020). Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf

Marx, H. (1980). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2002/Felsingher\_MADE.pdf

*Pla de Previsiòn de Recursos Humanos .* (2021). Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-403113\_recurso\_07.pdf

Rafael Chavez. (03 de 2001). Obtenido de https://pdf.usaid.gov/pdf\_docs/pnacl108.pdf

Serna, J. (2006). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/http://virtual.urbe.edu/tesispub/0095087/cap02.pdf

*SUPERCIAS.* (s.f.). Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/portalscvts/

Victor Nava. (2006). Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=gdGs17C2KeoC&oi=fnd&pg=PA11&dq=

que+es+la+calidad&ots=CCB3lkOdKh&sig=in0FDodza07oLafFNr4RdL-  
Qlz4#v=onepage&q=que%20es%20la%20calidad&f=false

Zambrano, R. (2006). Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://virtual.urbe.edu/tesispub/0095087/c  
ap02.pdf

## 11. Anexos.

### Anexo 1.

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS E IMÁGENES (IMPRESA) EN EL CANTON MANTA		
OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	INDICADORES
Estudio de la factibilidad para el desarrollo del proceso empresarial para la producción de textos e imágenes ubicado en el cantón Manta.	Hacer un análisis de mercado.	Producto, promoción, plaza y precio.
	Analizar la factibilidad técnica.	Factibilidad del negocio.
	Analizar la factibilidad administrativa.	Financiamiento.
	Analizar la factibilidad financiera.	Rentabilidad.

### Anexo 2.

La empresa TECNO – DIGITAL ha logrado posicionarse en el mercado gracias al trabajo arduo y en equipo, innovando no solo en los productos sino que también en las maquinarias que dan de resultados trabajos de buena calidad, siendo esta una de las principales razones por lo que esta empresa se ha hecho reconocida no solo en la ciudad de Manta sino que también a nivel Nacional ofreciendo sus variedades de productos que se adaptan a los gustos y necesidades de cada uno de los clientes.

**Visión:** Empresa TECNO – DIGITAL busca posicionarse en el mercado y ser reconocida no solo en la ciudad de Manta sino también a nivel nacional innovando en cada uno de sus productos y maquinarias para así ofrecer un buen servicio y calidad en los trabajos para satisfacer las necesidades y gustos de los clientes.



### **Anexo 3.**

#### **Encuesta**

##### **1. ¿Genero de la persona encuestada?**

Masculino

femenino

##### **2. ¿Edad de la persona encuestada?**

Entre 18 a 25 años

Entre 25 a 35 años

Entre 35 a 60 años.

##### **3. ¿Sector en que vive?**

Manta.

Los esteros

Tarqui.

San mateo.

Eloy Alfaro.

San lorenzo.

Santa marianita.

**4. ¿Ha contratado algún tipo de trabajo en una imprenta?**

Si.

No.

**5. ¿Está usted de acuerdo que se implemente una nueva imprenta en el cantón Manta a ubicarse en la Calle 12 Avenida 26?**

Si.

No.

**6. ¿Estaría dispuesto a realizar trabajos en una imprenta recién abierta?**

Si.

No.

**7. ¿Qué características tiene usted en cuenta en el momento de realizar un trabajo en una imprenta?**

Calidad

Presentación.

Precio

Publicidad.

Marca

**8. ¿Qué tipo de trabajos usted realiza con más frecuencia en una imprenta?**

- Facturas.
- Retenciones.
- Notas de venta.
- Afiches.
- Dúcticos.
- Trípticos.
- Libros.
- Revistas.
- Agendas.
- Invitaciones.
- Sublimados.
- Lonas.
- Vinil.
- Fotos.
- Jarros.

**9. ¿Cuál es la frecuencia en la que usted realizaría trabajos en una imprenta?**



- 1 a 2 veces por semana.
- 3 a 4 veces por semana.
- Mas de 4 veces por semana.
- 1 a 2 veces al mes.
- 2 a 4 veces al mes.
- Mas de 4 veces al mes.

**10. ¿Qué probabilidades hay de que recomiendes nuestra imprenta a familiares o amigos?**

- Alta.
- Media.
- Baja.

**Anexo 4.**

**Tabla 4:** Productos que se ofrecerán en la imprenta.

<b>FACTURAS.</b>	
<b>RETENCIONES.</b>	

**LIQUIDACIÓN DE COMPRAS.**

**LIQUIDACIÓN DE COMPRAS**

**COMPUSYSTEM**  
SISTEMAS COMPUTARIZADOS S.A.

R.U.C. 1790182345001  
LIQUIDACIÓN DE COMPRAS DE BIENES Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS  
NO. 002-001-123456789  
AUT. SRI: 1234567890  
FECHA DE AUTORIZACIÓN: 04-06-2014

Dirección Matriz: Pinar 123-13 y Camino Surales  
Dirección Sucursal: Calle Moreno y Surta

SE (S): [ ]  
FECHA EMISIÓN: 06/7 Junio/2014 DIRECCIÓN: Pichincha / Quito / Calle 7 y Mariscal G. Rodríguez

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	V. TOTAL
1	PLAZA PICHINCHA	200,000	200,000

VALOR EN LETRAS: CINCO MIL DÓLARES 00/100 00/100

**FORMA DE PAGO**

CASH	200,000
CHEQUE	00,000
OTRO	00,000

IMPORTE: 200,000

**REQUISITOS DE LLENADO**  
REQUISITOS PREVIOS: [ ]

**GUÍA DE REMISIÓN.**

**RUC:**  
GUÍA DE REMISIÓN – REMITENTE  
001-1238614

Domicilio Fisco: \_\_\_\_\_  
Fecha de inicio de traslado: \_\_\_\_\_  
Destinatario: \_\_\_\_\_  
RUC/DNI: \_\_\_\_\_

Punto de partida: \_\_\_\_\_  
Punto de llegada: \_\_\_\_\_

Motivo de traslado:

Venta       Ventas sujetas a aceptación del comprador       Recibo de bienes       Traslado zona primaria   
Compra       Traslado entre establecimientos de la misma empresa       Importación       Traslado para transformación   
Consignación       Devolución       Exportación       Emisor itinerante   
Venta con entrega a terceros       Otro (especificar): \_\_\_\_\_

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PESO TOTAL

Marca y Placa: \_\_\_\_\_      Licencia de conducir: \_\_\_\_\_      RUC: \_\_\_\_\_      DENOMINACIÓN, APELLIDOS Y N. \_\_\_\_\_

**NOTAS DE DÉBITO.**

**NOTA DEBITO**  
No. \_\_\_\_\_

**COSMETICOS CORALES**  
Nit.: 981.014.641-7  
"LA SALUD Y TU BELLEZA A TU ALCANCE"

SEÑOR(ES) \_\_\_\_\_ NIT \_\_\_\_\_ FECHA D \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_ A \_\_\_\_\_

DIRECCION: \_\_\_\_\_  
LE ROGAMOS TOMAR NOTA DE LOS SIGUIENTES CARGOS HECHOS A SU APRECIABLE CUENTA

CONCEPTO	REF	CANTIDAD	DESCRIPCION	VR UNITARIO	VR TOTAL

VALOR EN LETRAS: \_\_\_\_\_ SUBTOTAL \_\_\_\_\_ IVA \_\_\_\_\_ TOTAL \_\_\_\_\_

CODIGO	CUENTA	DEBITO	CREDITO	ELABORADO	REVISADO	APROBADO	CONTABILIZADO

**NOTAS DE CRÉDITO.**

**SRI**      **Nota de Crédito**      Serie SRI-NC-20000-21000  
**Impuesto a la Salida de Divisas**      N° 0201  
NOTA: 1 DE: 1  
PROVINCIA: \_\_\_\_\_

A FAVOR DE: \_\_\_\_\_ RUC a C.I. \_\_\_\_\_ DE CONFORMIDAD CON LAS ATRIBUCIONES CONFERIDAS A LA(S) SEÑOR(A) DIRECTOR(A) GENERAL DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS EN LOS ARTICULOS NUMEROS 308 Y 22 DEL CODIGO TRIBUTARIO. SE EMITE LA PRESENTE NOTA DE CREDITO DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO EN LA RESOLUCION No. 117012019RDEV167790 DICTADA POR EL SUSCRITO CON FECHA 09/04/2019 POR CONCEPTO DE IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS

Código	Año	Descripción	Valor
4580	2015	IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS	50.945,98

TOTAL: 50.945,98

SON OCHENTA Y SIETE MIL SETECIENTOS VEINTE Y TRES con 04/100 DOLARES.

Fecha de Vencimiento: 01-05-2023

\* ESTA NOTA DE CRÉDITO PODRÁ SER UTILIZADA PARA EL PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO O SU ANTIPOYO, INCLUSIVE DE PERÍODOS FISCALES ANTERIORES AL DE LA EMISIÓN DE ESTE DOCUMENTO.

Fecha de Emisión: 02-05-2019

\_\_\_\_\_

<p><b>AFICHES.</b></p>	
<p><b>DÌPTICOS.</b></p>	
<p><b>TRÍPTICOS.</b></p>	
<p><b>LIBROS.</b></p>	

<p><b>REVISTAS.</b></p>	
<p><b>AGENDAS.</b></p>	
<p><b>INVITACIONES.</b></p>	
<p><b>BORDADOS.</b></p>	

<p><b>SUBLIMADOS.</b></p>	
<p><b>VINIL.</b></p>	
<p><b>FOTOS.</b></p>	
<p><b>LONAS.</b></p>	



Anexo 5.

Graficas Guevara.



Imprenta Copymanta.



Imprenta Torres.



**Imprenta Paz.**



**Imprenta y Graficas Digital.**



**Imprenta y graficas "GUDI"**



**Publprint.**



**Imprenta Editorial del Pacifico.**

