



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y
PERSONAL**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE
VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA
TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019**

**Trabajo de integración curricular previo la obtención del título de Tecnólogo en
Administración en Recursos Humanos y Personal**

Tipo de trabajo de integración curricular:

Incubadora Empresarial

AUTOR: DAYANA ESTEFANIA TORRES JIMENEZ

TUTOR: Ing. Geovanny Barragán Grandez, Mba.

Quito, Enero 2020

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 15 de noviembre de 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **TORRES JIMENEZ DAYANA ESTEFANIA**, de la carrera de Administración de Recursos Humanos – Personal, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019.**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ING. GEOVANNI BARRAGAN
Tutor de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
PSIC. FABIÁN JARA
Delegado de Titulación de la
Carrera



ING. GUIDO FRANCO
Lector de Proyectos



ING. FRIKTZIA MENDOZA
Directora de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pag.Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15-163 y
Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí Oe2-36 y
Bracamoros
Telf.: 2249994

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Dayana Estefanía Torres Jiménez**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

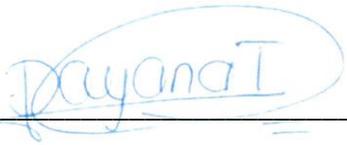


(Dayana Estefanía Torres Jiménez)

C.C: 1727940452

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Dayana Estefanía Torres Jiménez** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1727940452** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **Estudio de factibilidad para la creación de una pyme que venda productos importados novedosos de última tecnología por medio del comercio electrónico a clientes del distrito metropolitano de quito-2019** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Dayana Estefanía Torres Jiménez

C.C:1727940452

Quito, 13/Diciembre/2019

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

AGRADECIMIENTO

Le agradezco primeramente a Dios por todo lo que me ha dado, por esta oportunidad que ha puesto en mi camino de seguir estudiando, por la vida y la salud, por no hacerme decaer ni darme por vencida en esta etapa de mi vida, le agradezco al Instituto Superior Cordillera por abrirme las puertas y darme la oportunidad de formarme tanto personal como profesional, le agradezco también a todos los licenciados/as maravillosos y excelentes que me han dado clases y han sido una pieza fundamental para adquirir nuevos conocimientos, también le agradezco a mi tutor al Ing. Geovanny Barragán por tenerme tanta paciencia y guiarme en la tesis, por compartir sus conocimientos y ayudarme en cada proceso de la tesis.

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico a Dios, por darme fortaleza para seguir adelante, a mi hija Jayley que ha sido mi motor para no dejar de estudiar, por ella sigo adelante cada día, se la dedico a mis padres que han sido los que me han formado con valores y me han guiado por un buen camino y familia que han sido un apoyo incondicional en todo momento, también se la quiero dedicar a mi pareja que me ha apoyado para que yo continúe mis estudios.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
LISTA DE ANEXOS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT	xviii
CAPÍTULO I.....	1
Introducción	1
Justificación.....	2
Antecedentes	3
Macro:	3
Meso.....	3
Micro.....	3
CAPÍTULO II.....	5
Análisis situacional	5
Ambiente externo.....	5
Factor económico.....	6

Producto Interno Bruto (PIB) 2018-2019	8
Balanza comercial	10
Riesgo País Trimestral	11
Tasa de Interés Activa	12
Tasa de Interés Pasiva	13
Factor social	14
Composición de la Población.....	14
Población en Edad de Trabajar (PET).....	16
Población Económicamente Activa (PEA)	17
Tasa de empleo adecuado/pleno Quito	18
Factor legal.....	19
RUC (Registro único de Contribuyentes)	19
Patente de Funcionamiento	21
Factor tecnológico.....	22
Entorno local	22
Clientes.....	22
Proveedores	23
Competidores	24
CAPÍTULO III.....	25
Estudio de mercado	25
Análisis del consumidor	25
Determinación de la población y muestra	25
Muestra.....	26

Técnicas de obtención de la información.....	26
Modelo de la Encuesta	27
Oferta.....	44
Oferta histórica.....	44
Oferta actual.....	44
Oferta proyectada	45
Productos sustitutos.....	46
Demanda	46
Demanda histórica.....	46
Demanda actual.....	47
Demanda proyectada.....	47
Balance oferta – demanda.....	48
Balance actual	48
CAPÍTULO IV	50
Estudio técnico.....	50
Tamaño del proyecto.....	50
Localización	51
Macro localización.....	51
Micro localización.....	52
Ingeniería del producto y/o servicio.....	54
Definición de bienes y/o servicios	54
Ingeniería del proyecto.....	57
Descripción de las instalaciones del proyecto.....	57

Muebles y equipos.....	58
CAPÍTULO V.....	61
Estudio financiero	61
Ingresos	61
Ingresos operacionales	62
Ingresos no operacionales	63
Costos.....	64
Costos directos	64
Costos indirectos	65
Costos variables	65
Gastos.....	66
Gasto Generales	66
Gasto de ventas	69
Gasto financiero	70
Inversiones	71
Inversión fija	72
Activos fijos	72
Activos nominales.....	74
Capital de trabajo	74
Fuentes de financiamiento y uso de fondos	75
Depreciaciones	76
Estado de situación inicial.....	79
Flujo de caja	79

Evaluación financiera.....	80
Estado de Resultados proyectados	80
Flujo de Caja proyectada 5 años	81
Estado de Situación Final.....	82
Tasa de descuento	83
Activos fijos	84
Van	84
Tir.....	84
Pri (periodo de recuperación de la inversión)	84
Rbc (relación costo / beneficio)	85
Punto de equilibrio	85
Análisis de indicadores financieros.....	86
Propuesta estratégica.....	87
Misión	87
Visión.....	87
Objetivo general.....	87
Objetivos específicos	88
Principios y/o valores.....	88
Principios.....	88
Valores	89
Gestión comercial.....	90
Logotipo	90
Slogan	90

Página Publicitaria	91
Publicidad y segmentación de publico clave	92
CAPÍTULO VI	93
Análisis de impactos	93
Impacto ambiental	93
Impacto económico	93
Impacto social	94
CAPÍTULO VII.....	95
Conclusiones y recomendaciones	95
Conclusiones	95
Recomendaciones.....	96
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Inflación 2018 (Mensual)</i>	6
Tabla 2. <i>Inflación 2019 (Mensual)</i>	7
Tabla 3. <i>PIB trimestral 2018-2019</i>	8
Tabla 4. <i>Balanza Comercial Trimestralmente</i>	10
Tabla 5 <i>Riesgo País Trimestralmente</i>	11
Tabla 6. <i>Tasa de Interés Activa</i>	12
Tabla 7. <i>Tasa de Interés Pasiva</i>	13
Tabla 8. <i>Composición de la Población</i>	14
Tabla 9. <i>Población en Edad de Trabajar (PET)</i>	16
Tabla 10. <i>Población Económicamente Activa (PEA)</i>	17
Tabla 11. <i>Tasa de empleo adecuado/pleno Quito</i>	18
Tabla 12. <i>Clientes</i>	22
Tabla 13. <i>Proveedores</i>	23
Tabla 14. <i>Competidores</i>	24
Tabla 15. <i>Población</i>	25
Tabla 16. <i>Identificación de la Muestra</i>	26
Tabla 17 <i>Pregunta 1 Genero</i>	30
Tabla 18. <i>Pregunta 2 Edad</i>	31
Tabla 19 <i>Pregunta 3 Nivel de Ingreso</i>	32
Tabla 20. <i>Pregunta 4 Estado Civil</i>	33

Tabla 21. <i>Pregunta 5 ¿Por qué medio usted se entera de un nuevo producto o servicio?</i>	34
Tabla 22. <i>Pregunta 6. ¿Qué lugar de distribución de artículos varios ha sido de su elección al momento de adquirir nuevos productos?</i>	35
Tabla 23. <i>Pregunta 7 ¿Qué artículos nuevos que llegan al mercado le llama más la atención al momento de querer adquirirlo?</i>	36
Tabla 24. <i>Pregunta 8 ¿Usted ha hecho compras mediante internet de artículos varios?</i>	37
Tabla 25. <i>Pregunta 9 Con qué frecuencia usted compra artículos varios de su interés</i>	38
Tabla 26. <i>Pregunta 10. ¿Cuál es su gasto promedio mensualmente en artículos varios?</i>	40
Tabla 27. <i>Pregunta 11 le gustaría conocer productos novedosos por medio de internet de manera rápida y eficaz sin tener que salir de casa</i>	41
Tabla 28. <i>Pregunta 12 ¿Estaría interesado/a en compra artículos novedosos y que una tienda virtual le vaya a entregar a la puerta de su casa productos de su interés y que sean beneficiosos para su diario vivir</i>	42
Tabla 29. <i>Calculo de la Oferta Actual</i>	45
Tabla 30. <i>Calculo de la Oferta Proyectada</i>	45
Tabla 31. <i>Indicador de la Demanda Actual</i>	47
Tabla 32. <i>Cálculo Demanda Actual</i>	47
Tabla 33. <i>Cálculo de la Demanda Proyectada</i>	48
Tabla 34. <i>Balance actual</i>	48

Tabla 35. <i>Balance proyectado</i>	49
Tabla 36. <i>Capacidad instalada</i>	50
Tabla 37. <i>Localización óptima</i>	53
Tabla 38. <i>Distribución de la Planta</i>	56
Tabla 39. <i>Código de Cercanía</i>	56
Tabla 40. <i>Razones de Cercanía</i>	57
Tabla 41. <i>Muebles y Enseres de Oficina</i>	59
Tabla 42. <i>Suministros Oficina</i>	59
Tabla 43. <i>Equipos de Cómputo</i>	60
Tabla 44. <i>Maquinaria y Equipo</i>	60
Tabla 45. <i>Productos</i>	62
Tabla 46. <i>Valor en Aduana</i>	66
Tabla 47. <i>Gastos Generales</i>	66
Tabla 48 <i>Gastos servicios básicos</i>	67
Tabla 49 <i>Gastos publicidad</i>	67
Tabla 50 <i>Gasto arriendo</i>	68
Tabla 51 <i>Gasto de empleado (Administración)</i>	68
Tabla 52 <i>Gasto Útiles Aseo</i>	69
Tabla 53. <i>Gasto de Constitución</i>	69
Tabla 54. <i>Gasto de Ventas</i>	70
Tabla 55 <i>Préstamo Bancario</i>	71
Tabla 56. <i>Inversión Fija</i>	72
Tabla 57. <i>Activos Fijos</i>	73

Tabla 58. <i>Maquinaria y Equipo</i>	73
Tabla 59. <i>Muebles y Enseres de Oficina</i>	73
Tabla 60 <i>Equipos de Computo</i>	74
Tabla 61 <i>Activos Nominales</i>	74
Tabla 62 <i>Capital de Trabajo</i>	75
Tabla 63 <i>Fuentes de Financiamiento y uso de fondos</i>	75
Tabla 64 <i>Amortización y Financiamiento</i>	76
Tabla 65. <i>Depreciaciones</i>	76
Tabla 66 <i>Depreciaciones Muebles y Enseres</i>	77
Tabla 67 <i>Depreciación Maquinaria y Equipo</i>	78
Tabla 68 <i>Depreciación Equipos de Oficina</i>	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Inflación Mensual 2018-2019.....	6
Figura 2. Inflación Ecuador 2018-2019	7
Figura 3. (PIB trimestral 2018-2019).....	9
Figura 4. (PIB)	10
Figura 5. (Balanza Comercial trimestral 2018-2019)	11
Figura 6. PEA Y PEI (marzo 2019)	15
Figura 7. PEA Y PEI (marzo 2019)	16
Figura 8. PEA (marzo 2019)	17
Figura 9. Requisitos RUC	20
Figura 10. Patente de Funcionamiento.....	21
Figura 11. Mapa Quito	52
Figura 12. Mapa Quito	53

LISTA DE ANEXOS

APÉNDICE A Tabla General de Demanda y Oferta	101
APÉNDICE B Productos	102
APÉNDICE C Ejemplo de declaración en aduana	107
APÉNDICE D Tabla General de Amortización del Préstamo Bancario	109
APÉNDICE E Presupuesto trabajo de Titulación	111
APÉNDICE F Cronograma del Proyecto.....	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día las personas están expuestas a cambios diariamente El Avance de la tecnología ha permitido a las personas conectarse de manera más rápida para adquirir nuevos productos o servicios de esta idea nace llevar a cabo un estudio de factibilidad para la creación de una pyme dedicada a la venta y distribución de productos novedosos por medio del comercio electrónico a clientes de Quito, para poder satisfacer sus necesidades por medio de estos productos beneficiosos para todos los miembros de la familia, es por eso muy importante realizar un estudio de factibilidad que permita identificar si el proyecto es viable.

ABSTRACT

Today people are exposed to changes daily. The advancement of technology has allowed people to connect more quickly to acquire new products or services of this idea is born to carry out a feasibility study for the creation of a SME dedicated to the sale and distribution of novel products through e-commerce to customers in Quito, to be able to meet their needs through these products beneficial to all family members, it is therefore very important to carry out a feasibility study that allows to identify whether the project is viable.

CAPÍTULO I

Introducción

En los últimos años hemos podido notar que los avances tecnológicos han ido revolucionando y se han convertido en el diario vivir de la población y como uso cotidiano, conforme se ha ido desarrollando la tecnología, las redes sociales, la innovación las personas han ido optando por una nueva manera de realizar sus compras, antes se lo realizaba de manera física, pero ahora buscando mayor comodidad, seguridad, optimización del tiempo entre otros beneficios, prefieren hacerlo de manera rápida y eficaz a través de sistemas electrónicos, ya que hoy en día esto se lo puede lograr fácilmente desde la comodidad del hogar, se puede navegar mediante la gran variedad de redes digitales y encontrar en cuestión de segundos se puede encontrar el producto o servicio requerido, ya que la población en general siempre está en busca de productos novedosos que les ayude a facilitar su diario vivir como lo es un portavasos que se conecte a su computadora y pueda mantener su bebida caliente, un dispositivo que vaya donde vaya puede llevar internet consigo ilimitadamente, un cargador para auto carga rápida que ayuda tanto a soportar el dispositivo como a que tenga una carga rápida, con los cuales buscan satisfacer sus necesidades

Para lo cual en el trabajo de investigación se desarrollará la factibilidad de la creación de una Micro Empresa llamada *Whats-Store* en la ciudad de Quito sector de la República mediante un local físico y también mediante una tienda on-line con el fin de dar

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

comodidad y bienestar a las personas y poder satisfacer las necesidades de los futuros clientes, y de esto se deriva la idea de realizar un estudio de factibilidad visualizando las diferentes necesidades que tienen día a día las personas.

Esto se llevará a cabo mediante importaciones desde China de productos novedosos, y busca brindar la satisfacción en nuestros clientes mediante un servicio de rapidez calidad y seguridad.

Logrando a través esta tienda online que se cumplan las expectativas de todos los miembros de la familia. Las personas tendrán la facilidad de adquirir los productos desde su hogar, trabajo, o cualquier lugar donde se encuentren, con la facilidad de un mensaje por *WhatsApp*, pueden obtener el producto que requieran donde sea y cuando sea, esto lo lograremos implementando entregas a domicilio y lo mejor de todo es que pueden encontrar una gran variedad de artículos en un solo lugar mediante nuestra plataforma virtual, ya que en esta microempresa antes mencionada ofreceremos productos: para mujeres, para hombres, para el hogar, para la oficina, para el auto y para las mascotas.

Justificación

El proyecto de investigación se centrará en realizar un estudio de mercado a través de encuestas que permita determinar la demanda insatisfecha de los usuarios que requieran productos novedosos quienes podrán tener en la Micro Empresa un punto de encuentro donde puedan obtener los productos de manera fácil ágil y garantizada para poder mejorar su calidad de vida, esto lo podrán realizar por medio del comercio electrónico o de manera física

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Ya que resulta de vital importancia comprender y enfocarse en las necesidades del cliente y los motivos que llevaron a investigar este proyecto, se centran en que la población a diario se encuentra en busca de productos nuevos en el mercado que ayuden a satisfacer sus necesidades diarias, y gracias a los avances tecnológicos y la utilización continua de aparatos electrónicos se logrará facilitar de manera óptima a los clientes lograr obtener el producto requerido de una manera rápida, eficaz, y sobre todo segura

Antecedentes

Macro:

A nivel mundial en los últimos años se puede apreciar que se han ido introduciendo al mercado nuevos productos novedosos, de esta forma los avances tecnológicos han ido revolucionando en busca de llenar las expectativas del consumidor analizando sus prioridades buscando y examinando de manera constante las nuevas tendencias del consumidor para poder satisfacer las necesidades de los clientes en general, llegando a aprovechar la innovación y los avances tecnológicos.

Meso

Ecuador busca estar al alcance de la tecnología mundial para poder ser un país innovador y competitivo que busca implementar al mercado productos nuevos y novedosos y esto se ha ido logrando por los avances tecnológicos encaminado a buscar los requerimientos de los clientes y lograr así satisfacer sus necesidades diarias a través de productos que les facilite la vida diaria

Micro

En la Ciudad de Quito se busca introducir al mercado una Micro Empresa llamada Whats-Store ubicada en el sector de la Republica que tendrá al alcance de las personas productos importados novedosos para todos los miembros del hogar que permita satisfacer las necesidades de los clientes con productos de calidad brindando un servicio de manera segura rápida y eficaz, para el bienestar y la comodidad de las personas visualizando sus diferentes necesidades también se pretende implementar una tienda on-line.

CAPÍTULO II

Análisis situacional

En el análisis situacional se podrá evaluar el estudio del entorno del mercado que permitirá mediante procesos y actividades evaluar las acciones a realizar en *Whats-Store* ya que se podrá tomar en cuenta los factores internos y externos que afectaran al negocio

Ambiente Externo

“Las variables de la empresa que actúan sobre el entorno son múltiples y en bastantes ocasiones difíciles de prever. Dado que los altos mandos toman decisiones en su actividad normal que influyen sobre el futuro de la empresa, deben procurar comprender lo mejor posible los factores más influyentes y su evolución” (Fernández, 2005).

El ambiente Externo de las Empresas son factores que influyen ya que están expuestos a cambios constantes fuera de la Organización, y necesitan de atención para ayudar a la Microempresa a competir con eficacia detectando las oportunidades y amenazas para formular estrategias ayudando a aprovechar las oportunidades, y estrategias para evitar o reducir las amenazas de una manera optima

Factor económico

Inflación Mensual

(Porcentajes, 2018-2019)

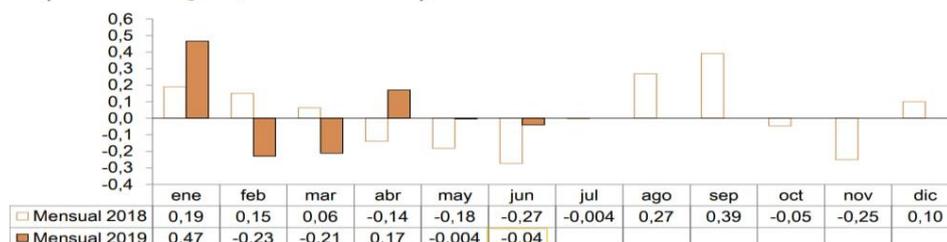


Figura 1.1 Inflación Mensual 2018-2019

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Inflación Mensual

“Se conoce como inflación al crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios existentes en una economía, crecimiento medido y observado mediante evolución de algún índice de precios.” (Zavala)

Tabla 1. *Inflación 2018 (Mensual)*

FECHA	VALOR
Enero-2018	0,19%
Febrero-2018	0,15%
Marzo -2018	0,06%
Abril -2018	-0,14%
Mayo-2018	-0,18%
Junio-2018	-0,27%
Julio-2018	-0,004%
Agosto 2018	0,27%
Septiembre 2018	0,39%
Octubre 2018	-0,5%
Noviembre 2018	-0,25%
Diciembre 2018	0,10%

Fuente: Banco Central del Ecuador 2018

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Tabla 2. *Inflación 2019 (Mensual)*

FECHA	VALOR
Enero-2019	0,47%
Febrero-2019	-0,23%
Marzo-2019	-0,21%
Abril-2019	0,17%
Mayo-2019	-0,004%
Junio-2019	-0,04%
Julio-2019	0.09

Fuente: Banco Central del Ecuador 2018

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

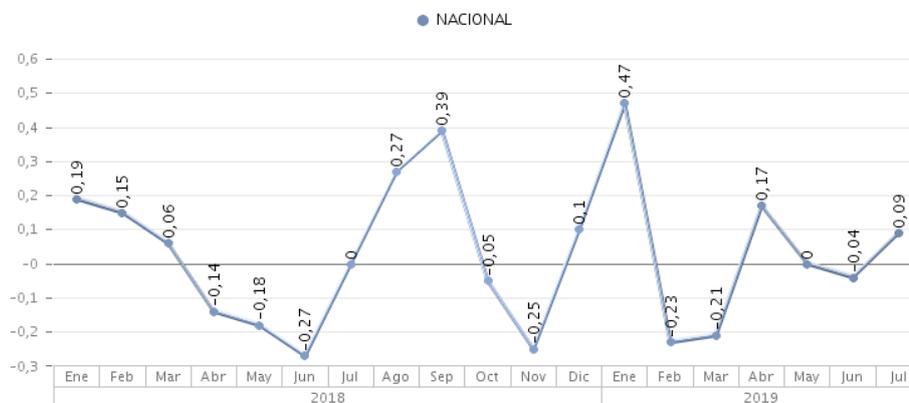


Figura 2. *Inflación Ecuador 2018-2019*

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Esta tabla se ha extraído de la página del Banco Central del Ecuador la cual muestra datos estadísticos de la inflación en el Ecuador en los periodos 2018-2019, donde se

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

muestra el aumento generalizado en los precios de bienes y servicios de la economía durante un periodo de tiempo y según estas cifras arrojadas se analiza una mayoría de porcentajes negativos entre el más bajo es el de mayo del 2019 con una cifra de -0,04 por lo que se deduce que es un acceso para adquirir nuevos productos y servicios siendo una oportunidad para incorporar una pyme dedicada a la importación de artículos novedosos ya que tiende a disminuir la incertidumbre para la toma de decisiones al momento de invertir teniendo como beneficio acogida para emprendimientos, y se puede deducir que el poder adquisitivo de los consumidores se mantiene.

Producto Interno Bruto (PIB) 2018-2019

El producto interior bruto (PIB) es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país o región en un determinado periodo de tiempo, normalmente un año. Se utiliza para medir la riqueza de un país. (Sevilla)

La economía ecuatoriana creció el 0.6% en el primer trimestre del 2019

Tabla 3. *PIB trimestral 2018-2019*

Año	Trimestre	PIB (Millones dólares corrientes)	PIB (Millones dólares constantes)	Tasa Variación
2018	T1	26.893.748	17.816.926	1,8
	T2	26.767.539	17.939.683	1,4
	T3	27.267.486	18.081.724	1,5
	T4	27.469.285	18.094.508	0,8
2019	T1	27.244.803	17.920.543	0,6

Fuente: Banco Central del Ecuador 2018

Elaborado por: Dayana Torres

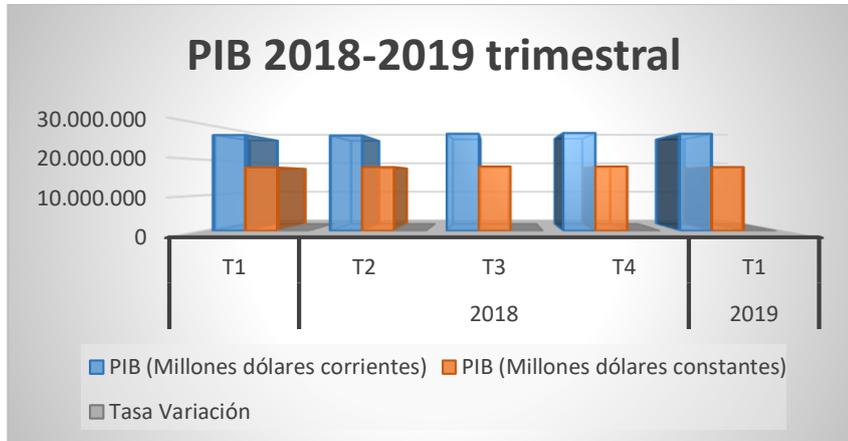


Figura 3. (PIB trimestral 2018-2019)

Fuente: Banco Central del Ecuador 2018

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Según datos arrojados en el Banco Central del Ecuador el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador creció el 0.06% en el primer trimestre del año 2019 a comparación del periodo pasado del año 2018, el cual beneficia para los nuevos emprendimientos en el Ecuador, ya que se puede determinar un aumento en el indicador de la economía del país, y esto se deduce como un beneficio al aumento de la actividad económica mostrado variaciones de un año a otro, por lo tanto, podemos agregar que es muy importante este crecimiento positivo.

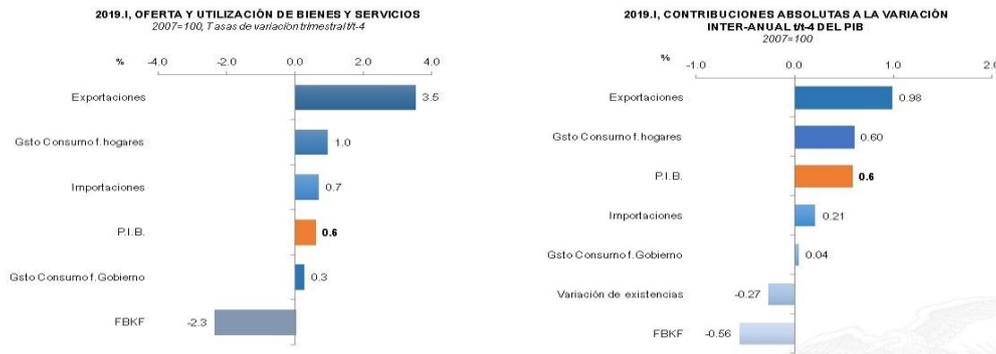


Figura 4. (PIB)

Fuente: Banco Central del Ecuador 2018

Balanza comercial

La balanza comercial o balanza de mercancías es el registro económico de un país donde se recogen las importaciones y exportaciones de mercancías, es decir, son los ingresos menos los pagos del comercio de mercancías de un país.

A través de la balanza comercial, se puede obtener más información sobre las exportaciones e importaciones que se llevan a cabo en un país y en un momento determinado. En concreto, esta balanza indica la diferencia existente entre los bienes que un país vende al exterior y los bienes que adquiere a otros países. (Economipedia, s.f.)

Tabla 4. Balanza Comercial Trimestralmente

Año	Mes	Saldo acumulado balanza comercial % PIB
2018	Enero	0,00
	Abril	0,22
	Julio	0,10
	Octubre	-0,24
2019	Enero	-0,23
	Abril	0,07

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Dayana Torres

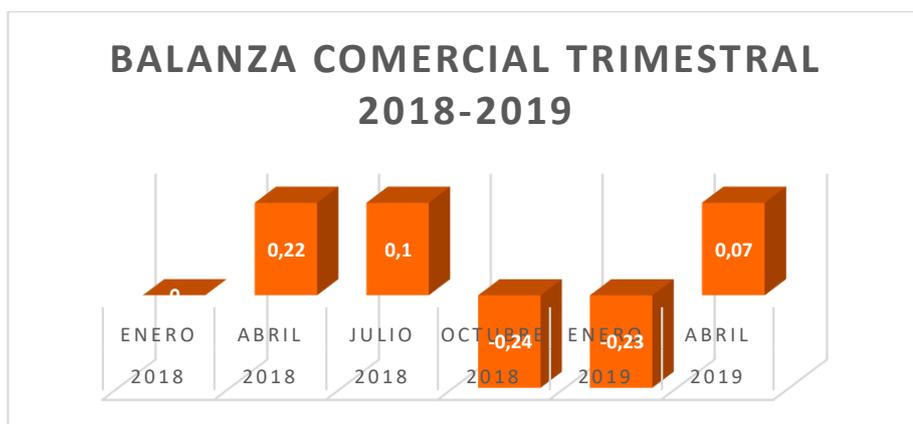


Figura 5. (Balanza Comercial trimestral 2018-2019)

Fuente: Banco Central del Ecuador 2018

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

La Balanza Comercial ha mantenido una cifra positiva en junio del 2019 con el 0.10% en este año se ha podido observar un saldo positivo para Ecuador según el Banco Central del Ecuador (BCE) dejando como saldo a favor para Ecuador de \$49 millones entre enero y mayo del 2019, y esto es un resultado beneficioso para el país.

Riesgo País Trimestral

Tabla 5 *Riesgo País Trimestralmente*

Enero-01-2019	826.00
Abril-01-2019	566.00
Julio-01-2019	553.00

Análisis:

La Balanza de Riesgo país es un indicador que mide las posibilidades que el país vaya en mora en sus obligaciones crediticias, en la Tabla de Riesgo país del 2019,

trimestralmente ha ido bajando lo cual es un indicador beneficioso porque el riesgo país no está aumentando

Tasa de Interés Activa

Se conoce como tasa de interés activa a la tarifa de interés que cobran las entidades financieras por otorgar un préstamo a una persona natural o a una Empresa

Tabla 6. *Tasa de Interés Activa*

Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anual
para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	9.06	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.49	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	8.79	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.11	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.99	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.63	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	9.7	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.27	Consumo Ordinario	17.3
Consumo Prioritario	16.09	Consumo Prioritario	17.3
Educativo	9.49	Educativo	9.5

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Como se puede observar en la tabla de la tasa de interés activa están los porcentajes de interés para solicitar un préstamo aquí se puede ver los porcentajes que las instituciones bancarias cobran por préstamos a los usuarios de acuerdo con las condiciones del mercado y las disposiciones del banco central del Ecuador, aquí se puede determinar los valores que se van a pagar por adquirir un crédito si se requiriera.

Tasa de Interés Pasiva

Se conoce como tasa de interés pasiva a la tarifa de interés que pagan las entidades financieras por el dinero captado a través de depósitos

Tabla 7. *Tasa de Interés Pasiva*

TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.62	Depósitos de Ahorro	0.96
Depósitos monetarios	0.69	Depósitos de Tarjetahabientes	1.01
Operaciones de Reporto	0.1		
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.1	Plazo 121-180	5.72
Plazo 61-90	4.34	Plazo 181-360	6.37
Plazo 91-120	5.35	Plazo 361 y más	7.66

Fuente: Banco Central

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Como se puede observar en la tabla de la tasa de interés pasiva las Instituciones financieras pagan por del uso del dinero depositado de clientes en un periodo de tiempo determinado, en el cuadro anterior se puede observar que la tasa pasiva se encuentra con

porcentajes bajos, por lo que se puede deducir que no es conveniente invertir el dinero en una entidad financiera

Factor Social

Hoy en día las personas están expuestas a cambios diariamente, en los cuales las Empresas buscan analizar el comportamiento de los consumidores; tanto su influencia como la demanda insatisfecha al momento de una compra o de adquirir un nuevo producto o servicio, por lo que es necesario analizar sus necesidades diarias y poder facilitarles el diario vivir, y mejorar su calidad de vida; ese es el objetivo principal de Whatstore poder brindar a la población que tenga a su alcance productos de calidad que les permita satisfacer sus necesidades y requerimientos.

Composición de la Población

Tabla 8. *Composición de la Población*

Composición de la Población marzo 2019	
Población en edad de trabajar (PET)	71.10%
Menores de 15 años	28.90%

Fuente: INEC ENEDMU

Elaborado por: Dayana Torres

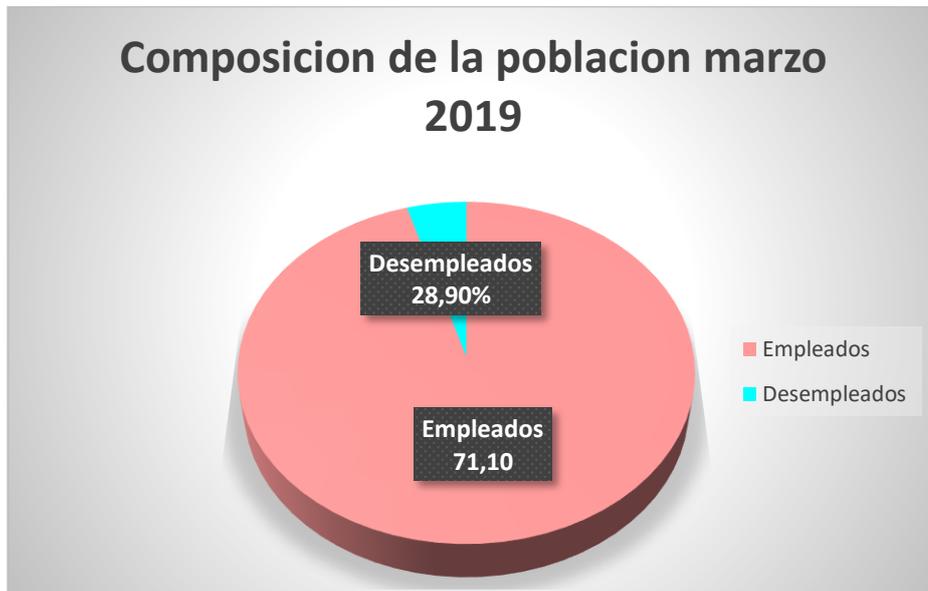


Figura 6. PEA Y PEI (marzo 2019)

Fuente: INEC ENEDMU

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en marzo del 2019 se pudo obtener datos de la composición de la población el cual arroja que de la población total tan solo el 28,90% de la población son menores de 15 años y 71,10% de las personas están en edad de trabajar lo cual es una ventaja para implementar una microempresa ya que las personas mayores de edad en edad para trabajar tienden a comprar cosas para satisfacer sus necesidades

Población en Edad de Trabajar (PET)

Tabla 9. Población en Edad de Trabajar (PET)

Población en Edad de Trabajar	
Población Económicamente Activa (PEA)	71.10
Población Económicamente Inactiva (PEI)	28.90

Fuente: INEC ENEDMU

Elaborado por: Dayana Torres



Figura 7. PEA Y PEI (marzo 2019)

Fuente: INEC ENEDMU

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en marzo del 2019 se pudo obtener datos que dentro de la población en edad de trabajar hay personas económicamente inactivas (PEI) las cuales ha arrojado un resultado del 33,5% mientras que las personas económicamente activas (PEA) superan en porcentaje beneficioso el cual es 66,5%, lo cual es una oportunidad para la acogida de la nueva empresa ya que los

consumidores activos tienden a consumir nuevos productos para satisfacer sus necesidades

Población Económicamente Activa (PEA)

Tabla 10. *Población Económicamente Activa (PEA)*

Población Económicamente Activa (PEA)	
Empleados	95,4%
Desempleados	4,6%

Fuente: INEC ENEDMU

Elaborado por: Dayana Torres



Figura 8. PEA (marzo 2019)

Fuente: INEC ENEDMU

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en marzo del 2019 se pudo obtener datos de la población económicamente activa (PEA) tan solo el 4,6% de la población se encuentra desempleada, mientras que el 95,4% de las personas se

encuentran con empleo lo cual es una oportunidad para la Microempresa ya que podemos determinar que es un porcentaje superior para la acogida de nuevos productos ya que las personas con empleo suelen adquirir nuevos productos para mejorar su diario vivir.

Tasa de empleo adecuado/pleno Quito

Tabla 11. Tasa de empleo adecuado/pleno Quito

Periodo	Quito
mar-18	60,20%
jun-18	59,10%
sep-18	58,90%
dic-18	57,90%
mar-19	59,70%

Fuente: INEC ENEDMU

Elaborado por: Dayana Torres

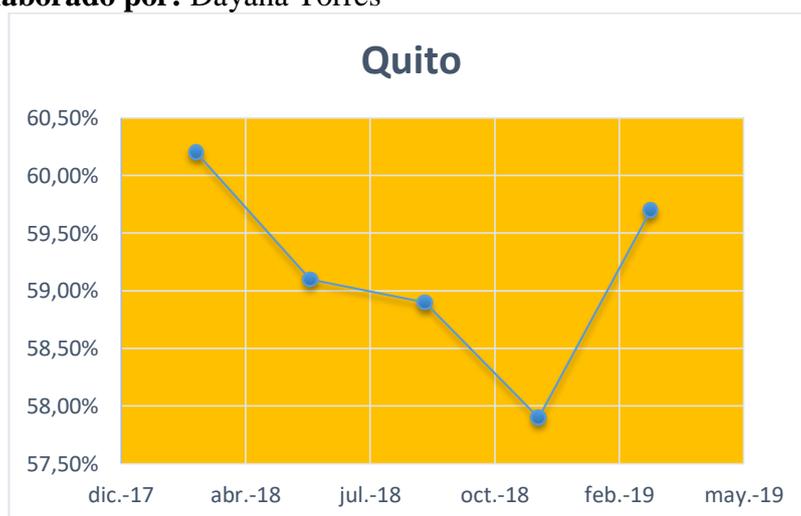


Figura 9 Tasa de Empleo Adecuado Quito

Fuente: INEC ENEDMU

Elaborado por: Dayana Torres

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Análisis:

Según el INEC hasta marzo del 2019 se han arrojado datos que en Quito el 59.70% de la población cuenta con un empleo adecuado/pleno, lo cual es una oportunidad para el negocio ya que las personas tienden a adquirir nuevos productos para satisfacer sus necesidades.

Factor legal

Se conoce como Factores legales a series de requisitos que se imponen en el país y deben ser cumplidos para realizar alguna actividad económica

Existen 2 tipos de contribuyentes las personas naturales y las personas jurídicas dentro de las personas naturales existen las personas obligadas a llevar contabilidad y no y las no obligadas a llevar contabilidad

Whats-Store se va a constituir como una persona natural no obligada a llevar contabilidad; para poder llevar de manera óptima el detalle del negocio se llevará un registro detallado de los ingresos y egresos.

Sin embargo, se debe contar con requisitos indispensables impuestos por el gobierno para ejercer dicha actividad económica entre los cuales está:

RUC (Registro único de Contribuyentes)

Sirve para ejercer una actividad Económica dentro de Ecuador

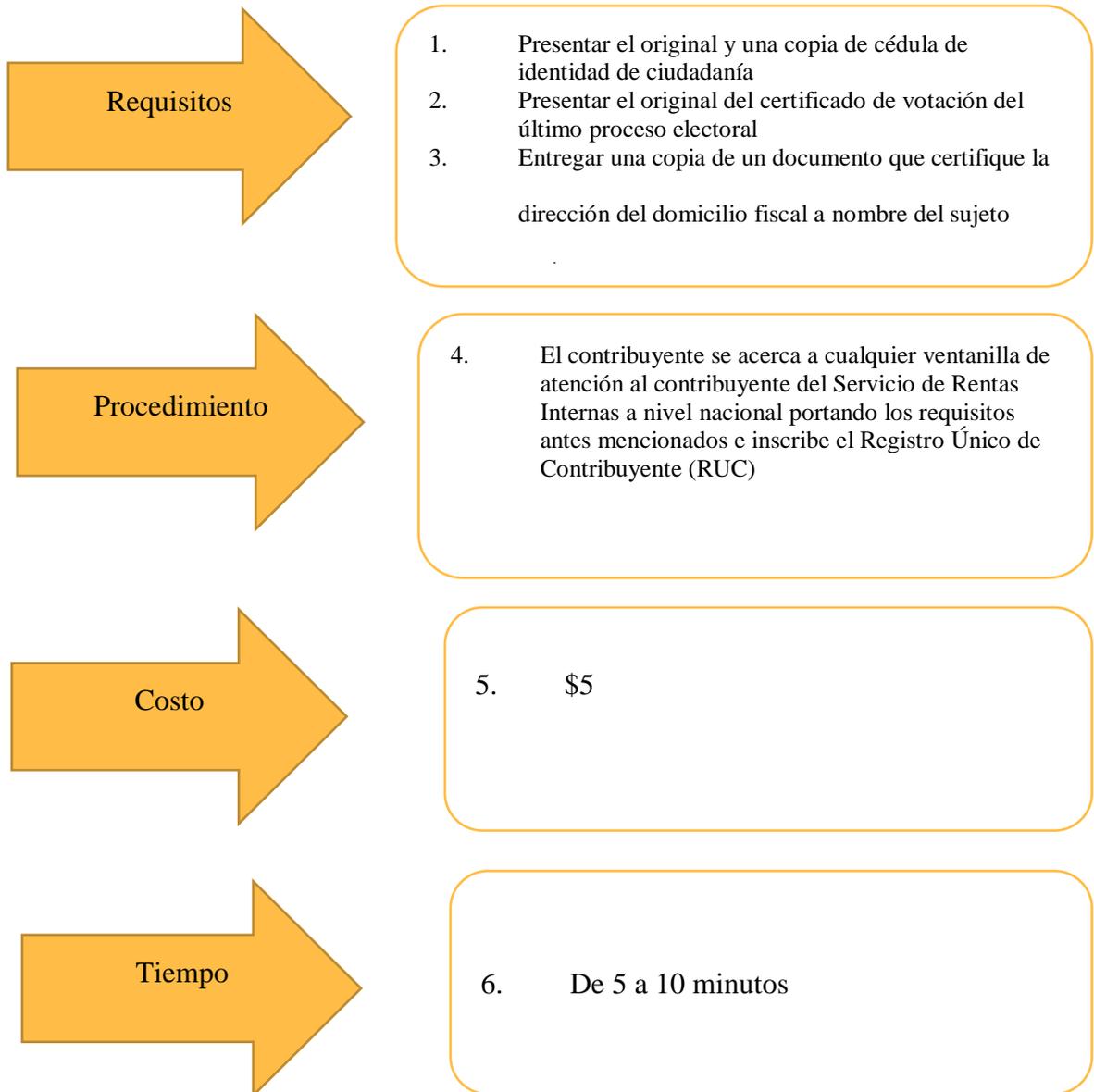


Figura 9. Requisitos RUC
Elaborado por: Dayana Torres

Patente de Funcionamiento

Las patentes municipales son pagos que se realizan a las Alcaldías Municipales para la obtención de licencias o permisos para el ejercicio de determinada actividad económica (Gamarra, s.f.)

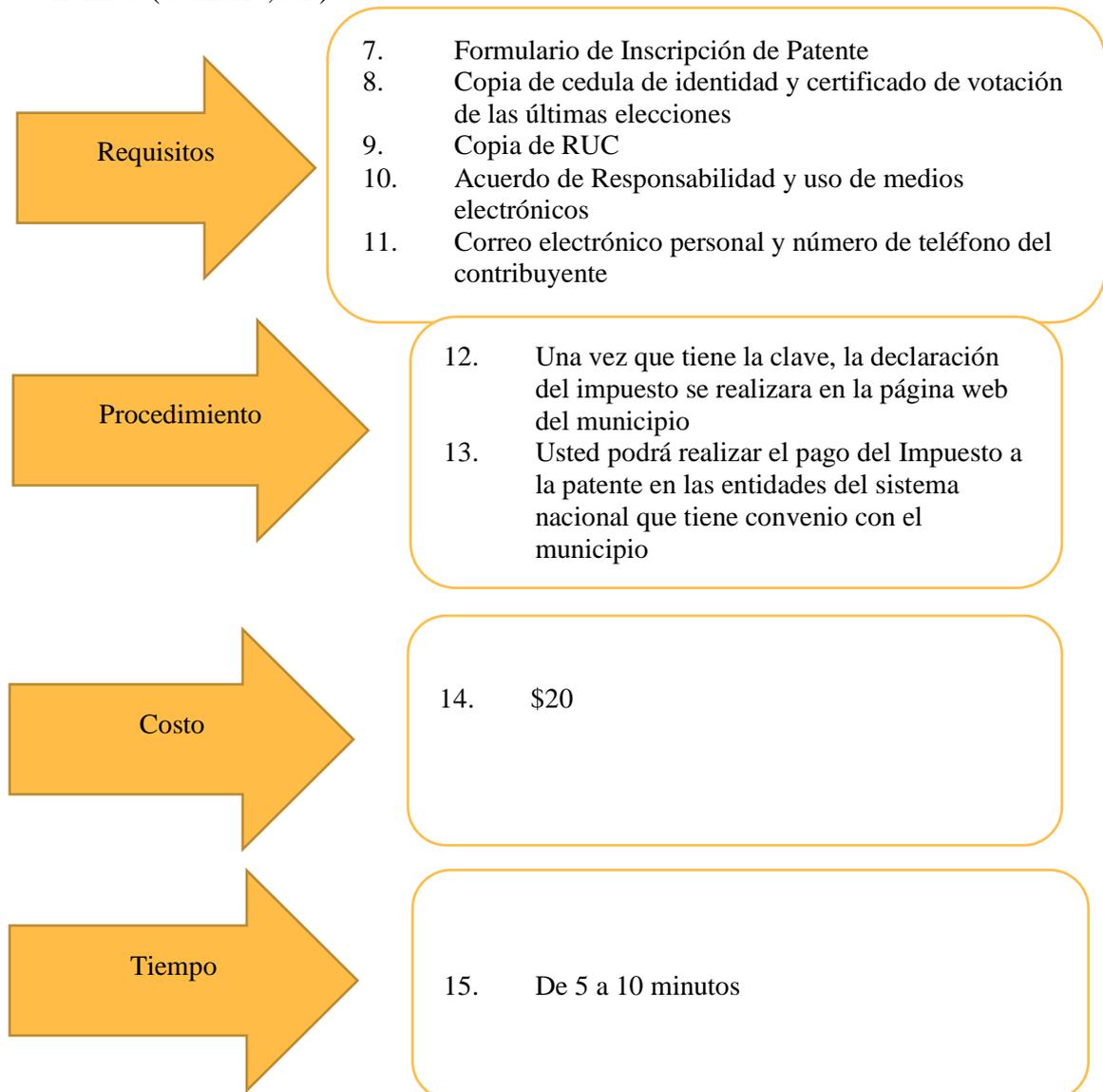


Figura 10. Patente de Funcionamiento
Elaborado por: Dayana Torres

Factor tecnológico

Los factores tecnológicos ahora en la actualidad son de gran importancia sobre todo en el ámbito Empresarial, la innovación y la tecnología van a ser una pieza fundamental de Whatstore ya que se va a utilizar el marketing digital el cual ayudara posicionar en el mercado a la Microempresa y a impulsar el desarrollo del comercio electrónico de forma rápida y eficaz para realizar negocio directamente con el cliente para su mayor comodidad, también se pretende aplicar el *Whatsapp Bussines* el cual ayudara a contactarse con las personas y ayudara a contestar inquietudes de los clientes de forma rápida y eficaz Se pretende lanzar al mercado online campañas dedicadas a los clientes claves mediante Facebook que ayuden a que las personas conozcan de los productos que se ofrece en el mercado

Entorno Local

Clientes

Tabla 12. *Clientes*

Lista de Clientes	
Edad	18-65
Genero	Masculino- Femenino-Otro
Dirección	Quito Norte-Centro

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

El target de clientes en *Whats-Store* serán personas de cualquier género de edad promedio de 18 a 65 años y está dirigido para personas de Quito Norte Centro.

Busca llegar a diario a más hogares para satisfacer sus necesidades como consumidores con productos importados novedosos de buena calidad que les ayude a facilitar su diario vivir con precios accesibles mediante la demanda insatisfecha de los consumidores de la provincia de Pichincha

Proveedores

Tabla 13. *Proveedores*

Lista de Proveedores	Producto
Alibaba	Productos varios
AliExpress	Productos varios
Taobao	Maquina grabado laser

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Alibaba se ha convertido en una de las plataformas más grandes del mundo ubicado en China el cual se ha dedicado al comercio electrónico tanto al por menor como al por mayor, de toda clase de productos a un costo accesible y eso la ha posicionado como la plataforma más conocida a nivel mundial

En el año 2010 Alibaba fundó a *AliExpress* un sitio que ofrece una gran variedad de productos a bajo costo que permite conectarse directamente con los fabricantes chinos con los compradores

La plataforma de *Taobao* fue fundado por *Alibaba group* como un destino en línea para comprar, socializar y compartir con Empresas y Empresarios sus productos a través de una plataforma en línea que abastezca a los consumidores en todo el mundo

Competidores

Tabla 14. *Competidores*

Competidores	
Empresa	Dirección
Multirebajas	Selva Alegre
Iralcas	Online

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Se puede deducir como principales competidores a 2 Empresas las cuales son Multirebajas e Iralcas, tanto por su similitud de productos que ofrece Whatstore en el mercado como la gran variedad de artículos para el consumidor, otro punto para considerarlo como competidor es la misma técnica de publicidad mediante el marketing digital, la cual se tiene planeado para llegar a más clientes

CAPÍTULO III

Estudio de Mercado

Análisis del consumidor

Identificar al cliente objetivo recopilando información fundamental acerca de sus gustos y preferencias y las principales características al momento de adquirir un nuevo producto o servicio, y para recabar esta información se realizara una encuesta a una muestra de la población objetiva para recopilar toda la información necesaria que ayude a mejorar las expectativas de Whatstore a los clientes, y no solo piensen que van a obtener un producto sino van a tener en sus manos un producto beneficioso que satisface sus necesidades y llene las expectativas como consumidor.

Determinación de la población y muestra

Población

Tabla 15. *Población*

PAÍS	ECUADOR
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Sector	Norte Centro de Quito
Cantidad	675.150 habitantes

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres

Muestra

Formula de la Muestra

$$n = \frac{N \times P \times Q \times z^2}{e^2(N - 1) + z^2 \times P \times Q}$$

$$n = \frac{675.150 \times 0.50 \times 0.50 \times (1.96)^2}{(0.05)^2(675.150 - 1) + (1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{648414.06}{1688.83}$$

$$n = 384$$

Identificación de la Muestra

Tabla 16. *Identificación de la Muestra*

Simbología	Significado	Valor
n	Muestra	384
N	Población	2.690.150
e	margen de error	5% =0.05
P	probabilidad de éxito	50% =0.50
Q	probabilidad de fracaso	50%=0.50
Z	Nivel de confianza	1.96

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres

Técnicas de Obtención de la Información

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Las técnicas de recolección de información son evidencias que permitirán evaluar de manera eficaz y concreta preguntas al entrevistado mediante la recolección de datos y en base a esto analizar la información necesaria, existen varios tipos para recolectar información los cuales son: observación, entrevistas, encuestas, cuestionarios etc.

Para la investigación y aceptación que tendrá *Whatstore* dentro del mercado se realizará una encuesta a una muestra de la población especialmente en el sector de la Republica, ya que es lugar clave donde se desea instalar la microempresa

Modelo de la Encuesta

En base a la encuesta se pretende determinar la aceptación que tendrá la Microempresa dentro del mercado tomando como base las respuestas de los posibles clientes y consumidores de los productos que ofrecerá *Whatstore* dentro del mercado

A continuación, se muestra el modelo de la encuesta el cual se aplicará a 384 personas.

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

Administración de Recursos Humanos y Personal

Encuesta

Objetivo de la Encuesta

Con la presente encuesta se desea conocer sobre gustos y preferencias de nuevos productos novedosos en el mercado que ofrecerá *Whatstore* y aceptación de la misma

A continuación, se le va a realizar una serie de preguntas le agradecemos su total sinceridad ya que esto ayudara a obtener datos reales para la puesta en marcha del proyecto de incubadora

Instrucciones

Seleccione una opción para cada pregunta

Marque con una X la respuesta que crea conveniente

1. Género GLBTI
2. Edad 18-29 30-39 40-49 50-59 60 en adelante
3. Nivel de Ingreso \$396-\$500 501-\$800 \$801 en adelante
4. Estado Civil Soltero/a Casado/a
5. ¿Por qué medio usted se entera de un nuevo producto o servicio
- TV INTERNET RADIO VOLANTES
6. ¿Qué artículos nuevos que llegan al mercado le llama más la atención al momento de querer adquirirlo?
- HOGAR NIÑOS AUTOS
- BELLEZA MASCOTAS REGALOS
7. ¿Qué lugar de distribución de artículos varios ha sido de su elección al momento de adquirir nuevos productos
- Centro Comercial Iralkas Otro
- Multirebajas Marketplace
8. ¿Usted ha hecho compras mediante internet de artículos varios?
- SI NO
9. Con que frecuencia usted compra artículos varios de su interés
- Semanal Cada 3 meses Anual
- Mensual Cada 6 meses
10. ¿Cuál es su gasto promedio mensualmente en artículos varios?

\$10-40\$ \$41-70\$ \$71-\$100
\$101-\$150 \$151-\$200 \$201 en adelante

11. le gustaría conocer productos novedosos por medio de internet de manera rápida y eficaz sin tener que salir de casa

SI NO

12. ¿Estaría interesado/a en comprar artículos novedosos y que una tienda virtual le vaya a entregar a la puerta de su casa productos de su interés y que sean beneficiosos para su diario vivir?

SI NO

De antemano le agradezco por su colaboración y tiempo brindado

Muchas gracias

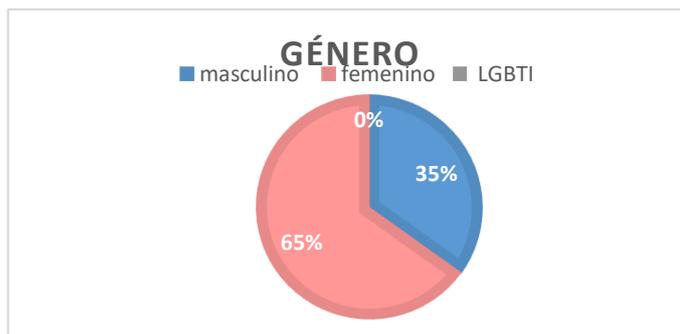
Tabulación y gráficos de la Encuesta

Tabla 17 *Pregunta 1 Genero*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
masculino	134	35%
femenino	250	65%
LGBTI	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

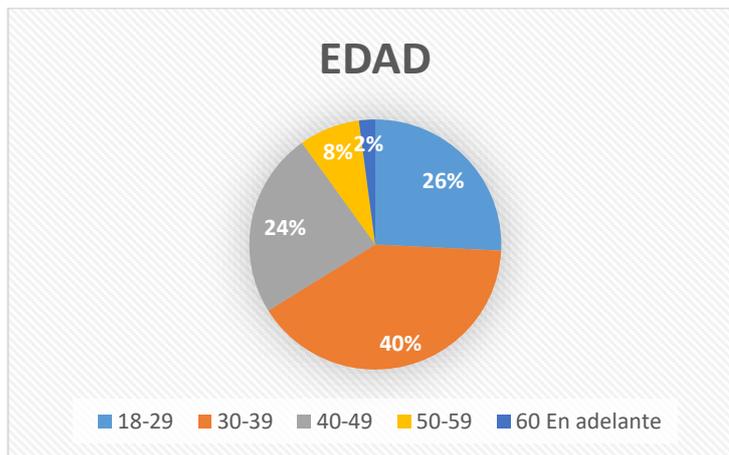
La encuesta realizada en Quito en el sector de la Republica fue dirigida para todos los géneros, arrojando como resultado un 35% de género masculino, 65% de género femenino y un 0% de genero LGBTI, el cual nos muestra nuestros clientes futuros a los cuales se van a dirigir nuestros productos, por lo cual era importante saber el género de los clientes para saber qué productos son los más adecuados para importar productos de su elección.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Tabla 18. *Pregunta 2 Edad*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
18-29	99	26%
30-39	155	40%
40-49	92	24%
50-59	30	8%
60 En adelante	8	2%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

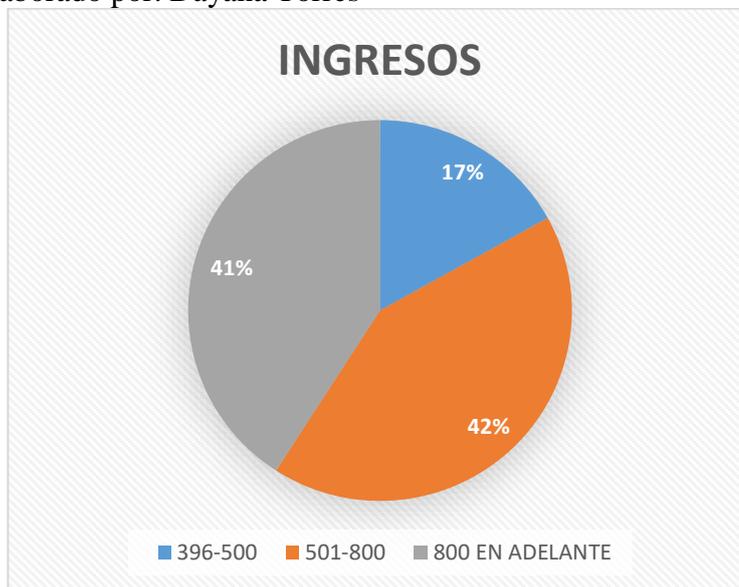
Según la encuesta realizada se puede determinar que el rango de edad que más sobresalió fue de la edad entre 30 a 39 años de edad con un 40%, seguido de una edad de 18-29 años con un porcentaje del 26%, después de 40-49 años con un porcentaje del 24%, de 50 a 59 años con un 8%, y de 60 en adelante el 2%; eso nos ayuda a determinar cuáles serán los productos que se deben tener en Whats-Store según su edad para mayor acogida, para ofrecer productos de su interés

Tabla 19 *Pregunta 3 Nivel de Ingreso*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
396-500	65	17%
501-800	162	42%
800 EN ADELANTE	157	41%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Según la encuesta realizada se puede determinar que hay 2 porcentajes de ingresos que sobresalen en los niveles de ingreso los cuales son de \$501-800 con un 42% y también ingresos de \$800 en adelante con un porcentaje del 41%, lo cual es un beneficio ya que permite determinar que las personas que serán posibles clientes, y cuentan con la adquisición para poder gastar en productos de su interés

Tabla 20. *Pregunta 4 Estado Civil*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	196	51%
Casado	188	49%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres

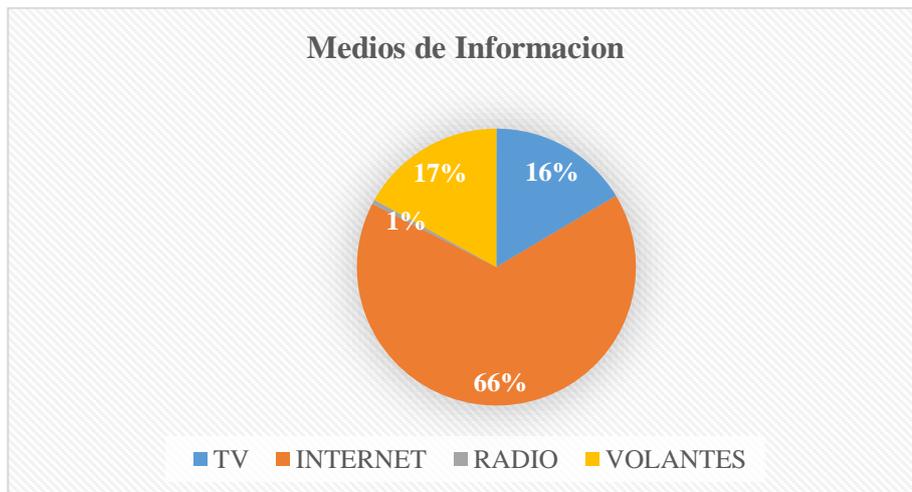
Análisis:

Se puede observar que dentro de las personas encuestadas el 51% de la población está en estado civil soltero/a y un 49% de la población se encuentra en estado civil casado/a, en lo cual podemos determinar que las personas solteras tienen mejor adquisición para gastar en productos novedosos para su beneficio, aunque la población que señaló que está casada gasta también en su hogar y en productos que satisfasca su diario vivir y sus necesidades y las de su familia

Tabla 21. Pregunta 5 ¿Por qué medio usted se entera de un nuevo producto o servicio?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Tv	63	16%
Internet	254	66%
Radio	2	1%
Volantes	65	17%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Según los datos de la Encuesta se ha determinado que la mayoría de personas se enteran de nuevos productos y servicios por medio de Internet dando como porcentaje una cifra alta del 66% esto es un punto a favor ya que *Whats-Store* va a dedicar a

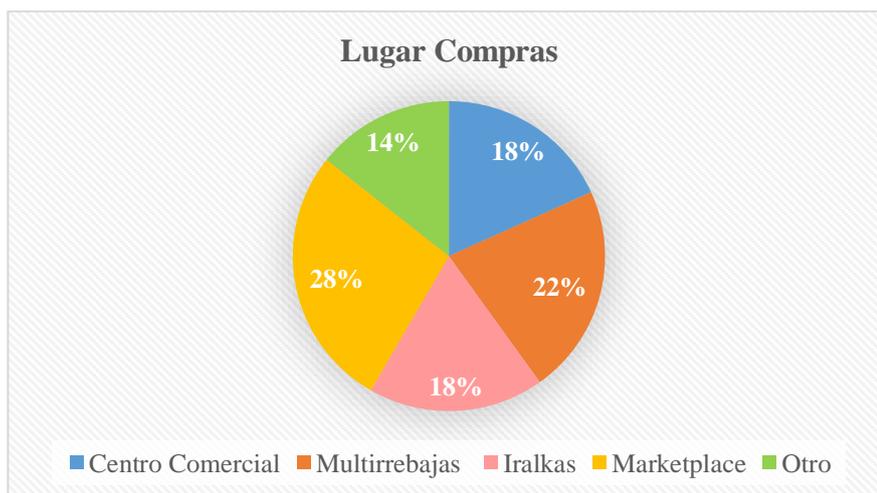
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

promocionar y vender los productos por medio de Internet ya que es una plataforma super beneficiosa para posicionar el producto, llegar al alcance de más personas y poder determinar al público clave mediante las redes, seguido del Internet también está la publicidad por medio de volantes con un 17%, la televisión con un 16% y el radio con tan solo 1%, esto determina que no es muy factible anunciar de los nuevos productos por medio de este.

Tabla 22. *Pregunta 6. ¿Qué lugar de distribución de artículos varios ha sido de su elección al momento de adquirir nuevos productos?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Centro Comercial	70	18%
Multirebajas	84	22%
Iralkas	70	18%
Marketplace	105	28%
Otro	55	14%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Según los datos de la Encuesta se ha determinado varias de las competencias dentro del mercado arrojando como resultados Marketplace con un 28%, Multirebajas con un 22%, Centro Comerciales e Iralkas con un 18% y por último un lugar distinto un 14%, con estos resultados se pretende evaluar los lugares con mayor acogida y poder mejorar los artículos que se introduce al mercado

Tabla 23. *Pregunta 7 ¿Qué artículos nuevos que llegan al mercado le llama más la atención al momento de querer adquirirlo?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Hogar	98	25%
Autos	104	27%
Niños	45	12%
Belleza	53	14%
Regalos	24	6%
Mascotas	60	16%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres

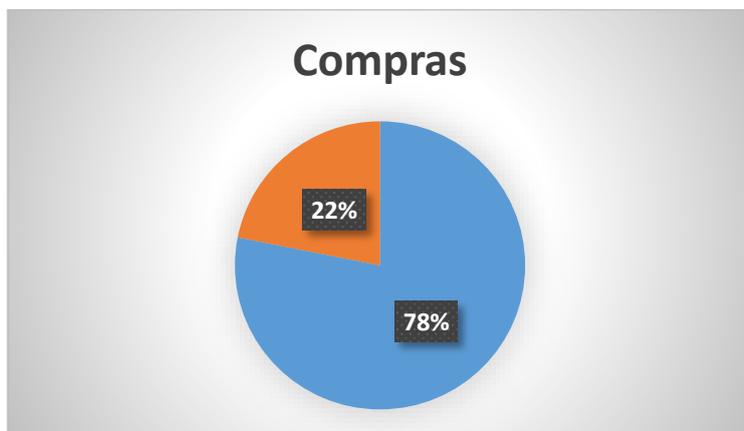
Análisis:

Según los datos arrojados en la encuesta se puede observar que Whatstore tendrá una acogida en los artículos de autos un 27%, en hogar un 25%, en mascotas un 16%, en belleza un 14% en niños un 12% y en regalos un 6%; esta pregunta era muy importante ya que permitirá determinar que productos van a tener más demanda y acogida dentro del mercado, y nos ayuda a determinar los productos que mayor interés en la población.

Tabla 24. *Pregunta 8 ¿Usted ha hecho compras mediante internet de artículos varios?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	78%
No	84	22%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

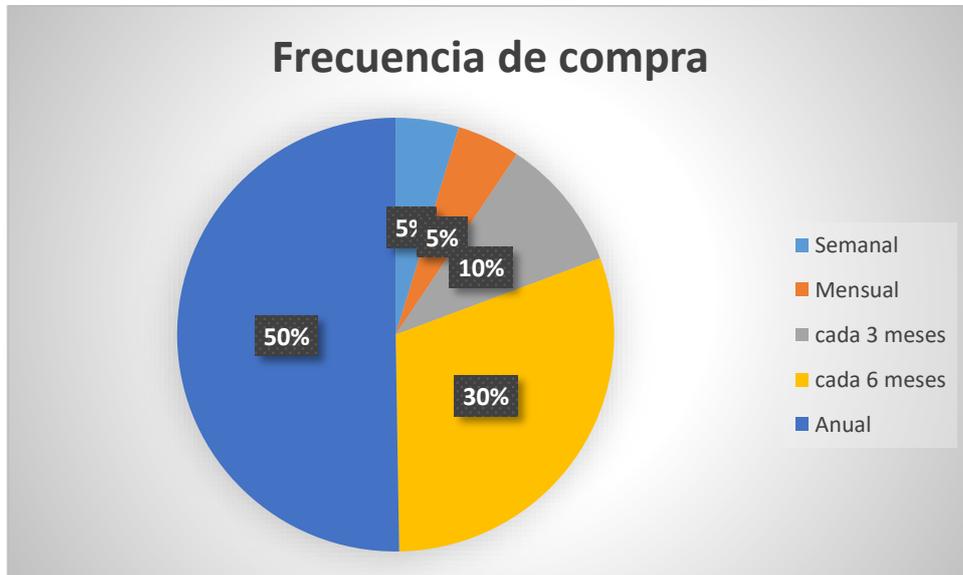
Según los datos arrojados se puede observar que el 78% de la población si ha hecho compras por internet mientras el 22% de la población no ha hecho compras por internet, lo cual se puede deducir como una oportunidad para introducir artículos novedosos mediante internet y que las personas adquieran dichos productos nuevos en el mercado de manera más rápida.

Tabla 25. *Pregunta 9 Con qué frecuencia usted compra artículos varios de su interés*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	18	5%
Mensual	18	5%
cada 3 meses	38	10%
cada 6 meses	117	30%
Anual	193	50%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres

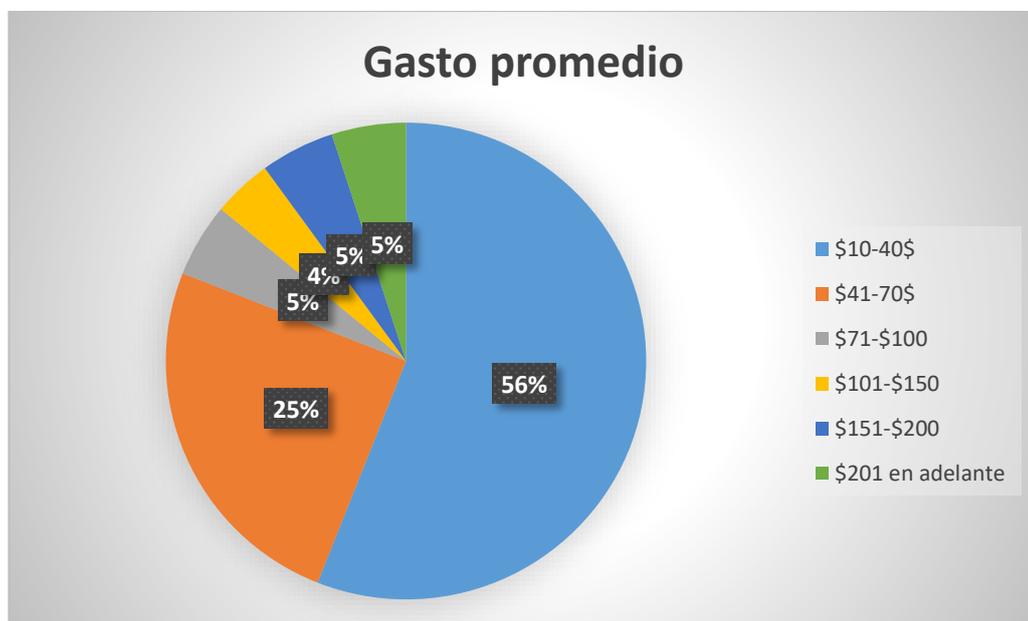
Análisis:

Según la encuesta realizada el porcentaje con mayor índice es que los consumidores adquieren nuevos productos anualmente, y cada 6 meses, por lo que es importante darle a la población artículos que le resulten beneficiosos para su diario vivir y que satisfasca sus necesidades, para que ello es importante ofrecer en el mercado productos de calidad, para que los clientes adquieran confianza de volver a adquirir el producto, y para que lo recomienden y así poder obtener nuevos clientes

Tabla 26. Pregunta 10. *¿Cuál es su gasto promedio mensualmente en artículos varios?*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$10-40\$	56	56%
\$41-70\$	25	25%
\$71-\$100	5	5%
\$101-\$150	4	4%
\$151-\$200	5	5%
\$201 en adelante	5	5%
TOTAL	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres

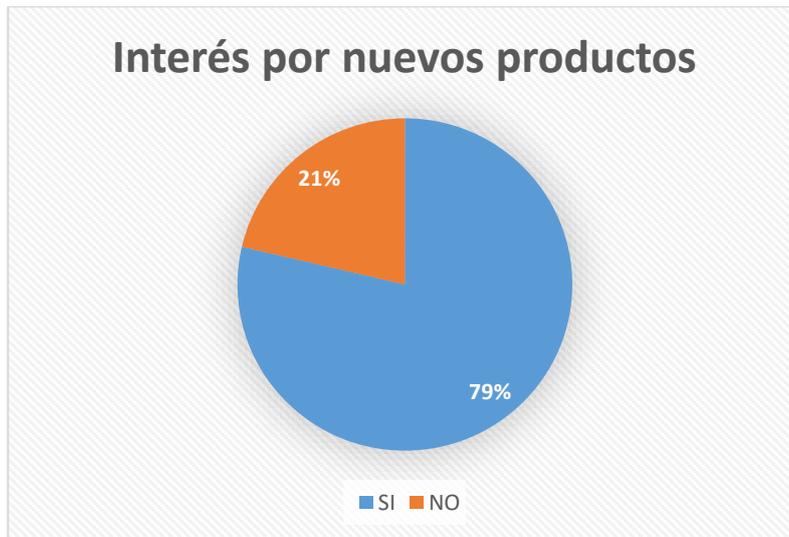
Análisis:

Según datos arrojados se puede notar que un gran porcentaje de la población gasta y adquiere productos para satisfacer sus necesidades y mejorar su diario vivir se puede observar que un porcentaje de gran relevancia es el que gastan las personas es de \$10 a \$40 en productos de su interés, por eso es importante brindarles productos de su preferencia para que satisfasca su demanda insatisfecha, y adquieran los productos que ofrece Whats-Store, los productos que se tiene para ofrecer dentro del mercado está en el rango de esos precios que tienen los productos que se va a ofrecer lo cual es una oportunidad.

Tabla 27. Pregunta 11 le gustaría conocer productos novedosos por medio de internet de manera rápida y eficaz sin tener que salir de casa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	302	79%
No	82	21%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Según datos arrojados se puede determinar claramente la acogida que tendrá Whatstore en el mercado dando como porcentaje positivo un 79% de la población que, si desea obtener productos novedosos de manera rápida y eficaz con la comodidad de estar en casa, ese es un punto clave que se va a obtener porque se pretende comercializar los productos mayormente de manera electrónica, ya que es más rápido y eficaz de contactarse con los clientes.

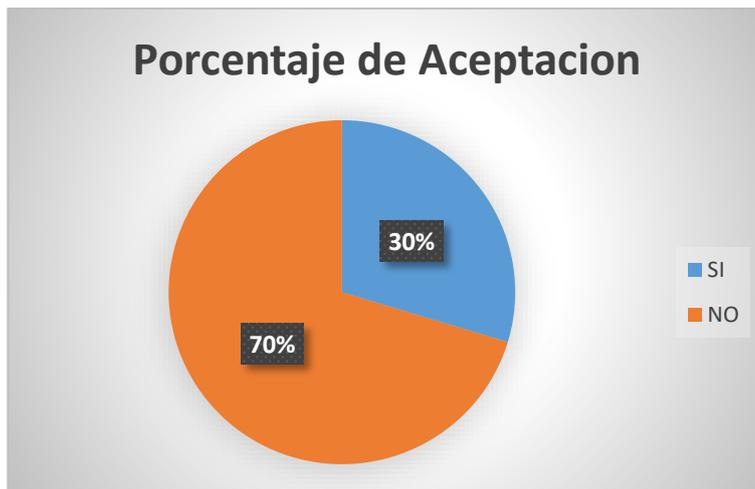
Tabla 28. *Pregunta 12 ¿Estaría interesado/a en compra artículos novedosos y que una tienda virtual le vaya a entregar a la puerta de su casa productos de su interés y que sean beneficiosos para su diario vivir*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	114	30%
No	270	70%

TOTAL	384	100%
-------	-----	------

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Según la encuesta realizada, la población dentro del mercado cuenta con un porcentaje de aceptación del 30% que están interesada en comprar y adquirir artículos novedosos que satisfacen sus necesidades y que les ayuden a mejorar su diario vivir, por lo que es importante ofrecer en la Micro Empresa productos de calidad que sean de su interés y que llenen sus expectativas al momento de adquirirlo y poder aumentar los clientes objetivos y potenciales que ayudaran a la Pyme a salir adelante, y aumentar la aceptación de los clientes

Oferta

“Es la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado, en un determinado lapso tiempo y espacio, en un particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades.” (Raffino, concepto.de, 2019)

Oferta histórica

Se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto.

La oferta histórica permitirá determinar información relevante e importante para el proyecto analizando tanto los beneficios como las consecuencias a futuro y poder de ahí tomar mejores decisiones contundentes y esenciales para el proyecto; como Whatstore es un proyecto por aplicar no cuenta con oferta histórica

Oferta actual

En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público. (Emprendedor, 2010)

En el desarrollo de la oferta actual se podrá analizar que si los productos que se ofrece en el mercado son del interés y de la satisfacción del público y si cumple con sus requerimientos y necesidades

Tabla 29. *Calculo de la Oferta Actual*

Año	Demanda Actual	Porcentaje de Competencia	Oferta
2018	202545	78%	157985

Fuente: Resultado de la Encuesta
Elaborado por: Dayana Torres

Oferta proyectada

La oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes. (Zambrana, 2012)

Aquí se podrá analizar el crecimiento de la oferta se va a tomar como referencia un aproximado de 5 años con la ayuda del porcentaje de la competencia que se a obtenido en la anterior encuesta

Tabla 30. *Calculo de la Oferta Proyectada*

Año	Demanda Actual	Porcentaje de Competencia	Oferta Proyectada
2019	202545	78%	160623,45
2020	205927,50	78%	163305,86
2021	209366,49	78%	166033,07
2022	212862,91	78%	168805,82
2023	216417,72	78%	171624,88

Fuente: Resultado de la Encuesta
Elaborado por: Dayana Torres

Productos sustitutos

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad. (mktunlam, 2008)

Dentro del mercado existen otros lugares donde ofrecen productos similares, no necesariamente son iguales, pero si satisfacen las mismas necesidades del consumidor.

Demanda

Es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

Comprende una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos.

Estos bienes y servicios pueden englobar la práctica totalidad de la producción humana como la alimentación, medios de transporte, educación, ocio, medicamentos y un largo etcétera. Por esta razón, casi todos los seres humanos que participan de la vida moderna, son considerados como 'demandantes'. (Ucha, s.f.)

Aquí se puede analizar la demanda de productos que quieren adquirir los consumidores para satisfacer sus necesidades, aquí se podrá segmentar el mercado y saber cuál es el público clave al cual va dirigido los productos para satisfacer su demanda de consumo y sus deseos dentro del mercado.

Demanda histórica

No existen datos de la acogida de los productos ya que es un proyecto de factibilidad que recién se lo va a implementar

Demanda actual

Tabla 31. *Indicador de la Demanda Actual*

Demanda Actual	Datos
Población	675150
Total, Encuestas	384
% Aceptación	30%
% Frecuencia	78%

Fuente: Resultado de la Encuesta

Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 32. *Cálculo Demanda Actual*

Aceptación		
Aceptación=Población*% de Aceptación		
Población	% Aceptación	Aceptación
675150	30%	202545
Frecuencia		
Frecuencia= Aceptación*% de frecuencia		
Aceptación	% frecuencia	Frecuencia de Compra
202545	78%	157987

Fuente: Resultado de la Encuesta

Elaborado por: Dayana Torres

Demanda proyectada

La demanda proyectada permite conocer datos a futuro, en lo que se utilizara la demanda actual

Tabla 33. *Cálculo de la Demanda Proyectada*

año	Demanda Actual	% crecimiento	D. Proyecta
2018	202545	1,67%	205927,50
2019	205927,50	1,67%	209366,49
2020	209366,49	1,67%	212862,91
2021	212862,91	1,67%	216417,72
2022	216417,72	1,67%	220031,90
2023	220031,90	1,67%	223706,43

Fuente: Resultado de la Encuesta

Elaborado por: Dayana Torres

Balance Oferta – Demanda

Balance actual

Tabla 34. *Balance actual*

Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha	Anual X 2 veces
2019	202545	160623	41922	83844

Fuente: Resultado de la Encuesta

Elaborado por: Dayana Torres

Análisis:

Se pudo determinar que un porcentaje de la población no está conforme con los productos que ya existen en el mercado, siendo esta una oportunidad para *Whats-Store* ya que tratara de satisfacer las necesidades de los clientes y su demanda insatisfecha, para así lograr posicionarse en el mercado y ser una Pyme conocida, que brinde a los consumidores productos de calidad para mejorar su diario vivir

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Tabla 35. *Balance proyectado*

Demanda Proyecta	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha Proyectada
205927,50	1,606,234,512	45304,05
209366,49	1,633,058,628	46060,63
212862,91	1,660,330,707	46829,84
216417,72	168,805,823	47611,90
220031,90	1,716,248,802	48407,02
223706,43	1,744,910,157	49215,41

Fuente: Resultado de la Encuesta

Elaborado por: Dayana Torres

VER APÉNDICE ‘‘A’’

CAPÍTULO IV

Estudio técnico

Tamaño del proyecto

Capacidad instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Jara, 2015)

Aquí se podrá analizar la capacidad de producción y los recursos disponibles que podrá tener la microempresa por un periodo de tiempo determinado, puede ser diaria, semanal, mensual o anual para analizar su rendimiento máximo

Tabla 36. *Capacidad instalada*

CAPACIDAD INSTALADA	
Trabajadores	1
Capacidad de ventas Diaria por	20 ventas
Capacidad de ventas Semanal 6 días	120 ventas
Capacidad de ventas Mensual	480 ventas
Capacidad de ventas Anual	5760 ventas

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

La capacidad Instalada es de una colaboradora y propietaria, con una base mínima de 20 ventas diarias, las ventas se las pretende realizar mediante internet y también en el local ubicado en la Av. República, semanalmente se va a trabajar 6 días a la semana con 120 ventas semanales, mensualmente serán un aproximado de 480 ventas, y anualmente un aproximado de 5.760 ventas

Capacidad óptima

La capacidad optima busca desarrollar de mejor manera los recursos de la Microempresa y es considerado optimo cuando obtiene la máxima rentabilidad económica y busca obtener los menores costos

Localización

Macro localización

La macro localización de un proyecto o empresa consiste en decidir la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; describe la zona geográfica general en la que se va a encontrar un proyecto. Las ciudades y las regiones surgen a través de la simbiosis de beneficios que se generan a partir de la agrupación de empresas y personas. (Corvo, lifeder.com, s.f.)

La Pyme tiene como Macro localización país Ecuador, en la provincia de Pichincha en el cantón Quito en el sector de la Republica, ya que se ha observado como un lugar potencial, siendo un lugar céntrico para mayor acogida de los clientes, y es considerado un lugar idóneo para implementar el proyecto de factibilidad, porque permite llegar a las personas al lugar con mayor facilidad y cuenta con un alto índice de futuros clientes

potenciales, aunque también se pretende implementar el comercio electrónico para mayor acogida de los clientes.



Figura 11. Mapa Quito
Fuente: *Google Maps*
Elaborado por: Dayana Torres

Micro localización

La micro localización de un proyecto o empresa es la ubicación específica, dentro de una zona macro de mayor alcance, en donde se asentará definitivamente una empresa o proyecto. Hay un dicho que dice que las tres consideraciones más importantes en los negocios son la ubicación, la ubicación y la ubicación.

Si se está comenzando una nueva empresa, elegir la localización adecuada es fundamental (Corvo, lifeder.com, s.f.)

La Micro Localización se la va a ubicar exactamente en la Av. República porque las personas de Quito pueden llegar con facilidad al ser un lugar céntrico, y es considerado un lugar estratégico, para que los consumidores se ubiquen de mejor manera, también se lo va a realizar por medio del comercio virtual para que los clientes tengan una mayor comodidad

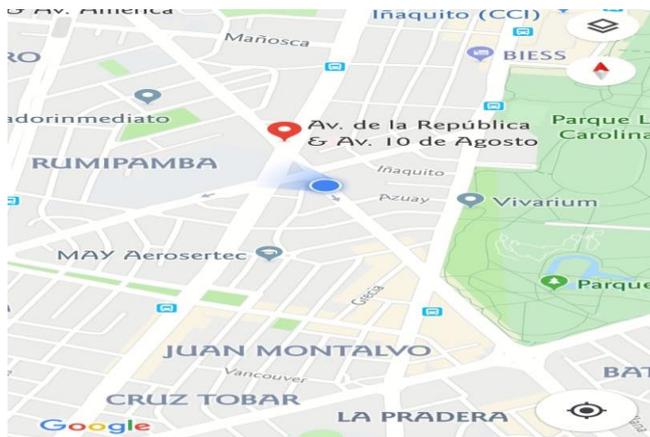


Figura 12. Mapa Quito
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Dayana Torres

En Quito en el sector de la Republica se ha visto un lugar potencial para poder realizar las actividades de venta de productos novedosos para los miembros de la familia, se considera un lugar potencial para poder ubicar la Pyme

Localización óptima

Tabla 37. Localización óptima

Factor de localización	Ponderación del factor	Puntaje del factor para cada localización					
		Av. Republica		Las Casas		Comité del Pueblo	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Localización y ubicación	20%	5	1	4	0.8	4	0.8
Clientes	20%	5	1	4	0.8	4	0.8
Transporte	15%	5	0.75	3	0.45	3	0.45
Vías con estaciones y accesibilidad	15%	5	0.75	3	0.45	3	0.45
Infraestructura y servicios básicos	15%	5	0.75	4	0.6	3	0.45
Seguridad	15%	4	0.6	4	0.6	1	0.15
TOTAL	100%	4.85		3.7		3.1	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

La localización óptima se llegó a determinar que es en la Av. De la República, obteniendo el mayor puntaje porque es una localización y ubicación excelente, también cuenta con clientes potenciales, hay bastante accesibilidad de vías y estaciones, y cuenta con transporte hacia el norte y hacia el sur teniendo una mayor facilidad de ubicación para los clientes, y es considerado un lugar seguro para poder ubicar la Pyme.

Ingeniería del producto y/o servicio

Definición de bienes y/o servicios

Bien

Es un elemento que satisface la necesidad de una demanda y de una población. Por tanto, un bien económico es un servicio material e inmaterial que está presente en el mercado y puede ser adquirido por una persona, pero de forma limitada. Esto quiere decir que los bienes tienen fecha de caducidad y se pueden agotar. (Gascó, 2019)

Servicio

Un servicio en el ámbito económico es la acción de satisfacer determinada necesidad de los clientes por parte de una empresa a través del desarrollo de una actividad económica.

En cierto sentido, podría considerarse que los servicios son bienes intangibles ofrecidos por las compañías, ya que no cuentan con forma material y se realizan a cambio de una retribución económica. (Galán, s.f.)

Producto

Producto es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (utilidades, impacto social, etcétera). (Thompson, 2009)

Los productos que va a ofrecer en Whats-Store dentro del mercado, son artículos novedosos para todos los miembros de la familia, por medio del comercio electrónico, se busca captar al público clave, que esté interesado/a en adquirir los productos, para satisfacer su demanda insatisfecha.

Distribución de la planta

Es planificar el camino que cada componente/parte del producto debe seguir a través de la planta, coordinando las distintas partes para que los procesos de fabricación puedan llevarse a cabo de la manera más económica, luego preparar el dibujo u otra representación de la disposición y finalmente ver que el plan se pone en práctica correctamente. (Apple, s.f.)

Es sumamente importante una correcta distribución de la planta porque permite optimizar el tiempo de la manera más eficaz distribuyendo los espacios de manera estratégica.

Tabla 38. *Distribución de la Planta*

Área	Dimensiones	Total, m2
Administrativa	5mts x3mts	15 m2
Ventas	5mts x6mts	30 m2
Bodega	4mts x6mts	24 m2
Baño	2mts x2mts	4 m2
Garaje	3mts x3mts	9 m2
Total, capacidad	Instalada	82m2

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Código de Cercanía

Tabla 39. *Código de Cercanía*

Necesidad
Gestión Administrativa
Procesos
Higiene
Seguridad
Distribución Optima
Confort de Clientes

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Razones de Cercanía

Tabla 40. *Razones de Cercanía*

Razones de Cercanía	
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente necesario que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía Indiferente
X	Cercanía Indeseable

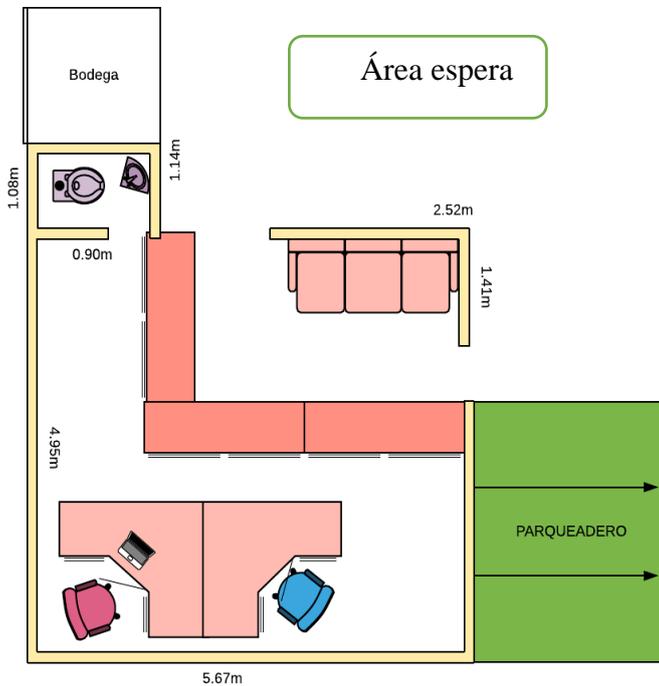
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Ingeniería del Proyecto

Descripción de las Instalaciones del Proyecto

Es muy importante la distribución de cada área para utilizar de manera óptima cada espacio para la venta y distribución de artículos novedosos que ofrecerá Whatstore, estos espacios contarán con una área Administrativa donde se llevara de manera eficaz la Microempresa, también contará con una área de ventas para que el cliente pueda observar de cerca todos los productos a su alcance, también contará con una área de sillones para esperar la atención y sobre todo para una mayor comodidad, contará con un baño tanto para el personal como para los clientes, y con una bodega en los cuales se almacenara los productos en stock, y para mayor seguridad de los clientes que van con

autos se contara con un parqueadero seguro.



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

De esta manera se pretende organizar los espacios de mejor manera, para la venta y distribución de productos, y por medio de la adecuación estratégica de cada espacio se pretende brindar mayor comodidad a los clientes

Muebles y Equipos

Los muebles y equipos son herramientas fundamentales para poder desempeñar de manera correcta el negocio, ya que la Micro Empresa se beneficiará de estos activos para tener una adecuada organización y control del mismo, para llevar de manera correcta las actividades a realizarse en este caso Whatstore, tiene la tarea de venta y distribución de productos novedosos que satisfasca las necesidades de los clientes, a lo cual se requiere

adquirir varios equipos, muebles y enseres entre otras cosas necesarias para lograr los objetivos propuestos

A continuación, se detallará los activos a utilizarse, la cantidad a adquirir y la vida útil de cada cosa

Tabla 41. *Muebles y Enseres de Oficina*

Descripción	QTY	VU	VT	Vida Útil Años
Escritorio	2	\$275	\$550	10
Silla Oficina	2	\$130	\$260	10
Muebles de Exhibición de Producto	3	\$150	\$450	10
Sillón Clientes	1	\$150	\$150	10
Plancha madera exhibición productos	1	\$140	\$140	10
TOTAL	9	\$845	\$1,550	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 42. *Suministros Oficina*

Descripción	Cantidad anual	Valor unitario	Valor anual
Esferos	1	\$3,5	\$3,5
Caja Lápicos	1	\$4,5	\$4,5
Resma de Papel	1	\$25	\$25
Carpeta	2	\$2	\$4
paquete de adhesivos de colores	2	\$4	\$8
caja clips	2	\$1,5	\$3
grapadora	1	\$3	\$3
caja grapas	2	\$1,5	\$3
calculadora	1	\$10	\$10
TOTAL	13	\$55	\$64

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 43. *Equipos de Cómputo*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Vida Útil Años
Laptop	2	400	800	3
Impresora	1	200	200	3
Total	3	600	1000	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 44. *Maquinaria y Equipo*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Vida Útil Años
Maquina Grabado Laser	1	\$400	\$400	10

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

CAPÍTULO V

Estudio financiero

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

(Federico, s.f.)

El Estudio de mercado es una pieza fundamental para poder llevar a la Microempresa de manera correcta, aquí se podrá observar ingresos, egresos y gastos que va a tener el negocio, es por eso que se lo debe llevar de forma cuidadosa, y sobre todo responsable, ya que de esto dependerá el futuro de *Whats-Store* para sacar a futuro en marcha el negocio.

Ingresos

Se denomina ingreso al incremento de los recursos económicos que presenta una organización, una persona o un sistema contable, y que constituye un aumento del

patrimonio neto de los mismos. Este término se emplea con significados técnicos similares en distintos ámbitos del quehacer económico y administrativo. (Raffino, 2018)

Se puede definir que un ingreso es la cantidad de dinero a favor que recibirá la Microempresa, y con esto se podrá obtener un patrimonio para que el negocio siga en marcha a futuro

Ingresos operacionales

Los ingresos operacionales corresponden a aquéllos que dependen exclusivamente del objeto social o giro principal del negocio. (Acosta, 2018)

Los ingresos operacionales son la entrada de capital principal que le pertenece exclusivamente y que son netamente de la Microempresa que ingresa por su actividad económica, como por ejemplo la venta de algún producto, ese ingreso le pertenece directamente al negocio, a continuación se va a mostrar una tabla de una base de productos los cuales se los va a comercializar, se va a mostrar una lista de 16 ítems de categorías de productos con precios de venta al público al cual se los va vender obteniendo como un margen de ganancia del 100%

Tabla 45. *Productos*

Ítem	Descripción	Cantidad
1	Placa Aluminio Mascota L	1500
2	Placa Aluminio Mascota M	1000
3	Placa Aluminio Mascota S	1000
4	Collar Led Mascota	100
5	Mini Sellador Empaques	205

6	Esfera de luz música y bluetooth	140
7	Dental blanqueamiento nano tecnología	260
8	Audífono deporte luz led inteligente	100
9	Paquetes de Arena Mágica	90
10	Mini Cámara Instantánea	76
11	Cargador Universal Inalámbrico auto	606
12	Reloj Inteligente	50
13	Internet Portátil	50
14	Pestañas 3d	120
15	Mini Humificador Ultrasónico	70
16	Llaveros con GPS	1185
Total		6552

Elaborado por: Dayana Torres

VER APÉNDICE ‘‘B’’

Ingresos no operacionales

Los ingresos no operaciones (en algunos contextos ‘‘ingresos extraordinarios’’) son el antónimo de los ingresos operaciones, es decir, son entradas de fondos que derivan de una transacción que no obedece al giro principal del negocio o sus actividades conexas.

(Acosta, 2018)

Los ingresos no operacionales por otro lado no se relacionan directamente con el giro del negocio de la Micro Empresa, se puede deducir como un ingreso ocasional, que no es propiamente algo que se van a vender en el negocio; por ejemplo para mayor comodidad de nuestros clientes a futuro podemos implementar una máquina de café y

bebidas la cual no es directamente productos que ofrecemos, es decir la Microempresa

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

se va a dedicar a vender y distribuir productos novedosos, pero damos ese servicio adicional para mayor confort de las personas, pero en sí no está relacionado directamente con lo que les vamos a ofrecer a los consumidores, dicho ingreso es considerado ingreso no operacional, pero en este momento no aplicaría porque el negocio va a comenzar con los productos que tiene pronosticado vender.

Costos

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). (Porto, 2008)

Aquí puede determinar cuáles serán los costos de fabricación de los artículos y productos que pretende introducir al mercado y en base a dicho costo se establecerá el precio de venta al público incluyendo el beneficio del mismo.

Dentro de los costos hay dos tipos: costos directos y costos indirectos

Costos Directos

Son muchos los elementos que intervienen en cada uno de los procesos de la cadena de producción de un bien o servicio. Desde tareas administrativas y comerciales, hasta tareas de fabricación, aprovisionamiento y distribución. (Nuño, 2017)

Son costos que intervienen de manera directa dentro de la elaboración y producción de bienes y servicios de la Empresa, en este caso no aplicaría porque se va a realizar importación y no entrarían costos directos.

Costos Indirectos

Los costos suponen todos aquellos gastos en los que incurre una empresa como consecuencia del ejercicio de su actividad económica, gastos que son inherentes al desarrollo y producción de los bienes y servicios que ofrece al cliente final. (Nuño, 2017)

No aplicaría costos indirectos para la Microempresa, ya que va a realizarse por medio de importación.

Costos Variables

En el presente proyecto hay costos variables que se debe pagar para poder ejercer de manera óptima, y como esta es una Microempresa se va a constituir por medio de importaciones se tienen que analizar costos que requiere la Importación, tales como: costos de importación, flete y aduanización de los productos que se pretende ingresar al mercado, son considerados costos variables porque no siempre va a ser el mismo valor en los impuestos, todo dependerá del peso, cantidad entre otras variables que se establecen para el pago del Impuesto

Valor en Aduana = \$2920.92

Tabla 46. *Valor en Aduana*

Gastos de importación	Valor
ISD 5%	144,60
Liquidación	732,20
Flete Internacional	860,00
A. Aduanero	280,00
Total gasto aduana	2.016,80
Transporte local	60,00
16 Ítems / Total Gastos	129,80

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

A continuación, se mostrará imágenes de los comprobantes de liquidación y consulta del detalle de la declaración que comprueban los costos, que ha requerido la Importación con 16 Ítems de Productos de diferente categoría, en mercadería por importación proveniente de China Hong Kong.

VER APÉNDICE ‘‘C’’

Gastos

Gasto Generales

Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas. Estos gastos están relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual. (Riquelme, 2019)

Tabla 47. *Gastos Generales*

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Detalle general de gastos administrativos

Concepto	Mensual	Anual
Gasto servicios básicos	85,00	1.020,00
Gastos publicidad	40,00	480,00
Gasto arriendo	400,00	4.800,00
Gasto de empleado (Administración)	473,14	6.469,69
Gasto útiles de oficina	18,33	219,96
Gastos útiles de aseo	29,00	94,50
Gastos financieros	222,00	2.664,00
Gasto de constitución	80,00	80,00
Total	1.347,47	15.828,15

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 48 *Gastos servicios básicos*

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Agua potable	10,00	96,00
Energía eléctrica	40,00	300,00
Internet	35,00	360,00
Total		756,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 49 *Gastos publicidad*

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad virtual	40,00	480,00

Total	40,00	480,00
-------	-------	--------

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 50 *Gasto arriendo*

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Arriendo local	400,00	4.800,00
Total	400,00	4.800,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 51 *Gasto de empleado (Administración)*

Concepto	Mensual	Anual
Sueldo	396,00	4.752,00
Aporte Patronal IESS (11,15%)	44,15	529,85
Décimo Tercera remuneración		396,00
Décimo cuarta remuneración		396,00
Fondos de Reserva 8,33%	32,99	395,84
Total Mensual		473,14
Total Anual		6.469,69

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 52 *Gasto Útiles Aseo*

Concepto	Unidad de medida	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Ambiental	Unidad	1	6	3,00	3,00	18,00
desinfectantes	Unidad	1	6	2,00	2,00	12,00
Escobas	Unidad	1	2	2,50	2,50	5,00
Recogedor	Unidad	1	0	4,50	4,50	0,00
Papel Higiénico	Paquete	1	4	12,00	12,00	48,00
Trapeador	Unidad	1	2	3,50	3,50	7,00
Fundas de basura	Paquete	1	3	1,50	1,50	4,50
Total				29,00	29,00	94,50

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 53. *Gasto de Constitución*

Concepto	Mensual	Anual
Obtención del RUC	5,00	5,00
Cuerpo de Bomberos	20,00	20,00
Licencia LUAE	35,00	35,00
Otros	20,00	20,00
Total	80,00	80,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Gasto de ventas

Los gastos de venta son los que se incurren para promocionar y comercializar los productos o servicios a los clientes. Estos gastos pueden incluir desde campañas

publicitarias y exhibiciones en tiendas, hasta el envío de productos a los clientes.

(Corvo, lifeder.com, s.f.)

Los gastos de ventas son necesarias para poder hacer conocer mediante publicidad los productos que Whatstore tiene al alcance de los clientes, entre estos gastos se incluirá campañas de publicidad pagada en Facebook que será dirigido exclusivamente al público clave dentro del giro de negocio, pudiendo segmentar mediante la plataforma del Internet al público objetivo que tendrá la Empresa, dentro de los gastos de ventas también se invertirá en publicidad de la página de Facebook, esto ayudara a que la Microempresa se posicione dentro del mercado, llegando a ser más conocida por más personas, y llegando a alcanzar las ventas deseadas, y poder mediante la publicidad pagada por redes sociales

Tabla 54. *Gasto de Ventas*

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad pagada Redes Sociales	40	480
TOTAL	40	480

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Gasto financiero

Los gastos financieros son todos aquellos en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas. Toda empresa que acuda a la financiación ajena, tanto si es prestada por entidades bancarias

como por personas físicas u otras empresas, tendrá estas partidas en sus resultados.

(Fernández E. , 2014)

Los gastos financieros son deudas que se obtiene por préstamos de dinero terceras personas o con entidades financieras, en este caso se va a obtener un porcentaje de dinero para la Pyme por medio de un préstamo

Tabla 55 *Préstamo Bancario*

Condiciones de Crédito CFN		
1	Monto	18.000,00
2	Plazo Anual	4
3	Interés	14,80%
4	Plazo Mensual	48
5	Período de pago	Mensual
6	Forma de amortización	Dividendo Constante
PAGO		18.000,00
Amortización Dividendo Constante		13,07441418

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Inversiones

Las inversiones son ubicar un monto de dinero para obtener ganancia y rentabilidad futura y se deduce como un beneficio para aumentar su valor capital, y poder hacer que ese capital a futuro genere rentabilidad y ganancias.

Inversión Fija

las inversiones tienen que ver tanto con el ahorro, como con la ubicación del capital y aspectos vinculados al consumo. Una inversión es típicamente un monto de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones con el fin de que el mismo se incremente producto de las ganancias que genere ese fondo o proyecto empresarial. (Bembibre, 2009)

Tabla 56. *Inversión Fija*

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Maquinaria y Equipo	400
Muebles y Enseres	1550
Equipo Computo	1000
TOTAL	2.950

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Activos Fijos

Hace referencia a aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. Se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales. (EAE Business School, 2017)

Los activos fijos en una Empresa son herramientas importantes para el buen manejo y funcionamiento de las actividades a realizarse, como por ejemplo en el negocio de ventas que se desea implementar se va a utilizar, equipos de computación, muebles y enseres, entre otros activos que ayudaran a labor de la Microempresa

Tabla 57. *Activos Fijos*

DESCRIPCION	VALOR ANUAL
Maquinaria y Equipo	400
Muebles y Enseres	1550
Equipo Computo	1000
TOTAL	2.950

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 58. *Maquinaria y Equipo*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Maquina Grabado Laser	1	\$400	\$400

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 59. *Muebles y Enseres de Oficina*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	2	\$275	\$550
Silla Oficina	2	\$130	\$260
Muebles de Exhibición de Producto	3	\$150	\$450
Sillón Clientes	1	\$150	\$150
Plancha madera exhibición productos	1	\$140	\$140
TOTAL	9	\$845	\$1,550

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tabla 60 *Equipos de Computo*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Laptop	2	400	800
Impresora	1	200	200
TOTAL	3	600	1000

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Activos Nominales

Los activos nominales son activos intangibles dentro una Empresa cuando esta ya se va a poner en marcha como: documentos legales, documentos de permisos de funcionamiento, gastos de publicidad

Tabla 61 *Activos Nominales*

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad pagada		
	40	480
Redes Sociales		
TOTAL	40	480

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Capital de trabajo

El capital de trabajo tiene relación con la capacidad de generar flujo de caja en la Empresa, y se requieren estos recursos para poder operar de manera correcta la Empresa

Tabla 62 *Capital de Trabajo*

Descripción	Valor mensual	Valor trimestral
Gasto útiles de oficina	18,33	54,99
Gastos útiles de aseo	29,00	29,00
Gasto servicios básicos	85,00	255,00
Gastos publicidad	40,00	120,00
Gasto arriendo	400,00	1.200,00
Gasto de empleado (Administración)	473,14	1.419,42
Total	1.045,47	3.078,41

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Son caminos en la que la Pyme podrá obtener recursos financieros necesarios para poder realizar actividades a las que están enfocada, estas pueden ser fuentes propias o ajenas, a continuación, se detallara los cuadros de dichas fuentes de financiamiento.

Tabla 63 *Fuentes de Financiamiento y uso de fondos*

Descripción	Total (USD)	%
Recursos propios		
Efectivo	5.915,71	25%
Recursos de terceros		
Préstamo bancario	18.000,00	75%
Total	23.915,71	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Amortización del financiamiento

“La amortización es el proceso mediante el cual se distribuyen gradualmente los costos de una deuda por medio de pagos periódicos” (Konfio, 2018)

Tabla 64 *Amortización y Financiamiento*

Años	Capital Insoluto	Interés Vencido	Cuota	Capital
			Capital	Pagado
0	18.000,00			
1	13.500,00	2.664,00	4.500,00	7.164,00
2	9.000,00	1.998,00	4.500,00	6.498,00
3	4.500,00	1.332,00	4.500,00	5.832,00
4	0,00	666,00	4.500,00	5.166,00
TOTAL		6.660,00	18.000,00	24.660,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

VER APÉNDICE ‘D’

Depreciaciones

“La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce contable y financieramente el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de él con el paso del tiempo” (Gerencie, 2017).

Tabla 65. *Depreciaciones*

Descripción	Depreciación Anual	Valor Anual
Depreciación Muebles y Enseres	10 años	\$155
Depreciación Maquinaria y Equipo	10 años	\$40

Depreciación Equipos de Oficina	3 años	\$333,33
TOTAL		\$528.33

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Depreciaciones Muebles y Enseres

- Escritorio
- Silla Oficina
- Muebles de Exhibición de Producto
- Sillón Clientes
- Plancha madera exhibición productos

Tabla 66 *Depreciaciones Muebles y Enseres*

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor
0		0	1550
1	155	155	1395
2	155	310	1240
3	155	465	1085
4	155	620	930
5	155	775	775
6	155	930	620
7	155	1085	465
8	155	1240	310
9	155	1395	155
10	155	1550	0

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Depreciación Maquinaria y Equipo

-Maquina grabado a láser

Tabla 67 *Depreciación Maquinaria y Equipo*

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor
0		0	400
1	40	40	360
2	40	80	320
3	40	120	280
4	40	160	240
5	40	200	200
6	40	240	160
7	40	280	120
8	40	320	80
9	40	360	40
10	40	400	0

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayana Torres

Depreciación Equipos de Oficina

-Laptop

-Impresora

Tabla 68 *Depreciación Equipos de Oficina*

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor
0		0	1000
1	333,33	333,33	666,67
2	333,33	666,66	333,34
3	333,33	999,99	0,01

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayana Torres

Estado de situación inicial

“La composición de tal patrimonio es lo que se refleja en el balance de situación inicial de la empresa, que será el punto de partida del ciclo contable” (Padraña, 2010).

Whats-Store

Estado de situación inicial

01 de enero del 2019

Activos		Pasivo	
Activos Corrientes	20.965,71	Corrientes	0,00
Caja	315,84	Cuentas por pagar	0,00
Banco	2.842,57	No Corrientes	18.000,00
Inventario	17.807,30	Préstamo largo plazo	18.000,00
Activo no Corriente	2.950,00	Total Pasivos	18.000,00
Maquinaria y equipo	400,00		
Muebles y enseres	1.550,00	Patrimonio	5.915,7
Equipos de computación	1.000,00	Capital Contable	5.915,7
Total activo	23.915,7	Total pasivo + patrimonio	23.915,71

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Flujo de caja

“El estado de resultados permite hacer proyecciones sobre los ingresos y gastos futuros que generaría una empresa, conociendo así su rentabilidad o viabilidad futura” (Estado de resultados, 2017).

Flujo de caja

Ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas							
Productos para mascota		5.628,00	5.796,84	5.970,75	6.149,87	6.334,36	29.879,82
Productos varios		37.014,00	38.124,42	39.268,15	40.446,20	41.659,58	196.512,35
Total Ingresos	-	42.642,00	43.921,26	45.238,90	46.596,06	47.993,95	226.392,17
Egresos							
Muebles y enseres	1.550,00						
Maquinaria y equipo	400,00						
Equipos de computación	1.000,00						
Inventario	17.807,30	17.807,30	19.588,03	21.546,83	23.701,52	26.071,67	
Capital de trabajo	3.078,41						
Estudio del proyecto	80,00						
Costo fijo		4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	
Costo variables		8.364,15	8.366,99	8.450,66	8.535,17	8.620,52	
Pago interés		2.664,00	1.998,00	1.332,00	666,00	-	
Pago préstamo		4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	-	
Total Egresos	23.915,71	38.135,45	39.253,02	40.629,49	42.202,68	39.492,19	
Saldo de caja inicial		-	4.506,55	9.174,79	13.784,19	18.177,57	
Saldo Final de Caja	23.915,71	4.506,55	9.174,79	13.784,19	18.177,57	26.679,33	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Evaluación financiera

“Es aquel que facilita la preparación y el análisis de alternativas que indiquen si el negocio puede continuar adelante o se debe liquidar” (Ortiz, 2018).

Estado de Resultados proyectados

Tabla Estado de Resultados Proyectados 5 años

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Whats-Store

Estado de situación económica

Proyección para cinco años

(En dólares de los EE.UU.)

Nombre de cuentas	Periodos				
Nombre de cuentas	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos:					
Venta netas	42.642,00	43.921,26	45.238,90	46.596,06	47.993,95
(=) utilidad bruta	42.642,00	43.921,26	45.238,90	46.596,06	47.993,95
(-) gastos de administración	13.164,15	13.166,99	13.250,66	13.335,17	13.420,52
(=) utilidad operacional	29.477,85	30.754,27	31.988,24	33.260,90	34.573,43
(-) gastos financieros	2.664,00	1.998,00	1.332,00	666,00	-
(=) utilidad antes de participación	26.813,85	28.756,27	30.656,24	32.594,90	34.573,43
(-) 15% participación trabajadores	4.022,08	4.313,44	4.598,44	4.889,23	5.186,01
(=) utilidad antes de impuestos	22.791,77	24.442,83	26.057,80	27.705,66	29.387,41
(-) 25% impuesto a la renta	5.697,94	6.110,71	6.514,45	6.926,42	7.346,85
(=) utilidad neta	17.093,83	18.332,12	19.543,35	20.779,25	22.040,56

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Dayana Torres

Flujo de Caja proyectada 5 años

Flujo de caja

Ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas							

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Productos para mascota		5.628,00	5.796,84	5.970,75	6.149,87	6.334,36	29.879,82
Productos varios		37.014,00	38.124,42	39.268,15	40.446,20	41.659,58	196.512,35
Total Ingresos	-	42.642,00	43.921,26	45.238,90	46.596,06	47.993,95	226.392,17
Egresos							
Muebles y enseres	1.550,00						
Maquinaria y equipo	400,00						
Equipos de computación	1.000,00						
Inventario	17.807,30	17.807,30	19.588,03	21.546,83	23.701,52	26.071,67	
Capital de trabajo	3.078,41						
Estudio del proyecto	80,00						
Costo fijo		4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	
Costo variables		8.364,15	8.366,99	8.450,66	8.535,17	8.620,52	
Pago interés		2.664,00	1.998,00	1.332,00	666,00	-	
Pago préstamo		4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	-	
Total Egresos	23.915,71	38.135,45	39.253,02	40.629,49	42.202,68	39.492,19	
Saldo de caja inicial	-		4.506,55	9.174,79	13.784,19	18.177,57	
Saldo Final de Caja	23.915,71	4.506,55	9.174,79	13.784,19	18.177,57	26.679,33	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Estado de Situación Final

Whats-Store

Estado de situación final

31 de diciembre del 2019

Activos		Pasivo	
Activos Corrientes	17.468,03	Corrientes	0,00
Caja	1.709,38	Cuentas por pagar	0,00

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Banco	15.384,45	No Corrientes	13.500,00
Inventario	374,20	Préstamo largo plazo	13.500,00
Activo no Corriente	2.950,00	Total Pasivos	13.500,00
Maquinaria y Equipo	400,00		
Dep. Maq. y Equi.	-40,00	Patrimonio	6.918,0
Muebles y enseres	1.550,00	Capital Contable	6.918,0
Dep. muebles y enseres	-310,00		
Equipos de computación	1.000,00		
Dep equipo de comp.	-333,33		
Total activo	20.418,03	Total pasivo + patrimonio	20.418,03

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Tasa de descuento

“Es un método para el análisis de los proyectos y una herramienta gerencial que ayuda a capturar algunas de las ventajas que se deslizan a través de las grietas bajo métodos existentes del análisis” (Villegas, 2013).

Existen varios métodos para calcular la tasa de descuento, en este caso se va a optar por sumar la tasa activa más la tasa pasiva para determinar la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) para poder determinar si el proyecto generara pérdidas o ganancias al momento de invertir

$$i = \text{Premio al riesgo} = 12\%$$

$$f = \text{Inflación} = -0.1\%$$

$$\text{TMAR Formula} = i + f + if$$

$$\text{TMAR inversionista} = 12\% \text{ riesgo} + -0,1\% \text{ inflación} + 0,12 * -0,1 = 11.89\%$$

Activos Fijos

“Este es un indicador financiero que se utiliza para determinar el valor del dinero en el tiempo, más específicamente se utiliza, para calcular el valor actual de algún capital a futuro y evaluar proyectos de inversión”. (Riquelme, Web y Empresas, 2018)

VAN

Es un método que ayuda a conocer la rentabilidad del proyecto que se está trabajando y, si se tienen diversos proyectos en marcha, se puede emplear para saber qué opción es la más rentable de todos los trabajos que se están llevando a cabo. (Retos en Supply Chain, 2018)

Para este estudio se tiene estimado un VAN de 20,909.55 calculado de la siguiente manera:

$$\text{VAN} = (\text{TMAR del proyecto} - \text{Flujos finales proyectados a través del tiempo}) * \text{Saldo final de caja año 0}$$

TIR

“La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo”. (Torres, 2016)

Para este caso de estudio, tengo una TIR de 37,56% obtenido mediante el cálculo de todos los saldos del flujo de caja incluido el año 0

PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

“Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”.

(VAQUIRO C., 2010)

Periodo de recuperación de la Inversión:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Año	Flujos anuales	Flujos acumulad.	Tiempo recuperación
0	- 23.915,71	- 23.915,71	
1	4.506,55	- 19.409,16	
2	9.174,79	- 10.234,37	
3	13.784,19	3.549,82	0,74
4	18.177,57	21.727,39	
5	26.679,33	48.406,73	

		2 Años
0.74 * 12	8,91	8 Meses
0.91 * 30	27,30	27 Días

Periodo de recuperación

2 Años
8 Meses
27 Días

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

RBC (Relación costo / beneficio)

“La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad” (Váquiros, 2010).

Para el caso presentado tenemos una relación costo beneficio de 33,07% obtenida mediante la fórmula que es la siguiente:

$$RCB = \text{Inversión} / \Sigma \text{Flujos}$$

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta que sirve para conocer el momento exacto en que, en el negocio, los ingresos que se obtienen por las ventas son iguales a los gastos

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

en los que se incurren, es decir, la cantidad en que tanto ingresos como egresos se encuentran en equilibrio y no generan ni pérdida ni ganancia para la empresa. (About, 2016)

Tabla Punto de Equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas	42.642,00	43.921,26	45.238,90	46.596,06	47.993,95	226.392,17
Ingresos						
Productos para mascota	5.628,00	5.796,84	5.970,75	6.149,87	6.334,36	29.879,82
Productos varios	37.014,00	38.124,42	39.268,15	40.446,20	41.659,58	196.512,35
Costo total	13.164,15	13.166,99	13.250,66	13.335,17	13.420,52	66.337,49
Costo fijo	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	24.000,00
Costo variable	8.364,15	8.366,99	8.450,66	8.535,17	8.620,52	42.337,49
Total ventas	42.642,00	43.921,26	45.238,90	46.596,06	47.993,95	226.392,17
Total costo fijo	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	24.000,00
Total costo variable	8.364,15	8.366,99	8.450,66	8.535,17	8.620,52	42.337,49
Punto de equilibrio \$	5.971,25	5.929,58	5.902,61	5.876,40	5.850,92	29.520,64
Punto de equilibrio q	74,92	79,45	84,46	89,80	95,49	425,90

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Análisis de indicadores financieros

“Es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos” (Hernández Cabrera, 2005).

Propuesta Estratégica

La planeación estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. (Gardey P. , 2008)

Misión

Somos una Micro Empresa dedicada a la Importación de productos novedosos para todos los miembros de la familia, que busca brindar a la sociedad productos de calidad que logren satisfacer sus necesidades de manera rápida y eficaz mediante una tienda física y una tienda online brindando seguridad comodidad y confianza a nuestros clientes

Visión

Ser a futuro una Empresa reconocida y líder en la distribución de productos novedosos e innovadores para lograr atraer a más clientes y llenar sus expectativas como consumidores.

Objetivo general

Importar productos novedosos e innovadores de calidad para todos los miembros del hogar con precios cómodos y accesibles, logrando así que los clientes encuentren y

adquieran en la tienda física o virtual todo lo que necesiten de manera rápida y eficaz optimizando tiempo

Objetivos específicos

Lograr posicionamiento a través de campañas publicitarias con el apoyo del marketing digital para poder conocer la demanda de los productos que se ofrece en el mercado

Brindar productos garantizados y de calidad a los clientes

Dar a los clientes una atención de calidad

Implementar una tienda virtual para poder lograr mayor satisfacción de los clientes, optimizando su tiempo de búsqueda del producto requerido brindando así mayor seguridad y sobre todo comodidad

Realizar un estudio de mercado mediante encuestas para poder saber la satisfacción de los clientes ante los productos nuevos e innovadores en el mercado

Principios y/o valores

Principios

Desarrollo y Bienestar del Recurso Humano: Proporcionar a los colaboradores estabilidad seguridad y crecimiento, brindando apoyo constante para su desarrollo profesional

Trabajo en Equipo: Trabajar de manera conjunta en equipo para así poder lograr el crecimiento y mejoramiento continuo de la Microempresa y el correcto cumplimiento de los objetivos de manera óptima y satisfactoria

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Innovación continua: Proveer a los consumidores de nuevos productos en tendencia, generándoles nuevas necesidades, aportando satisfacción por el producto adquirido y sintiéndose motivados y satisfechos por la compra realizada.

Cultura de Resultados: Desarrollar el crecimiento y competitividad en la Microempresa obteniendo una rentabilidad satisfactoria como garantía

Valores

Los valores principales que se destacan en Whatstore son:

Responsabilidad: Cumplir con las obligaciones establecidas contribuyendo en las actividades de manera voluntaria y activa.

Respeto: Brindar a las personas un trato de calidad digno e igualitario

Compromiso: Contribuir de manera eficiente a los logros y objetivos de la Microempresa

Honestidad: Mostrar una conducta ejemplar siendo correcto y legal obrando con transparencia

Solidaridad: Crear un ambiente de compañerismo y un buen clima laboral para encaminarse a la visión establecida de la Microempresa

Puntualidad: Valorar el tiempo de las demás personas, cumpliendo de manera correcta con los tiempos establecidos las obligaciones acordadas

Gestión Comercial

Logotipo



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

Significado de Colores y diseño

El color verde va a ser el color característico de Whats-Store porque se deriva de la marca de *WhatsApp*, se ha elegido este diseño porque se quiere llegar a dar un impacto positivo a los clientes, de rapidez y agilidad como lo es enviar un mensaje, el carrito que está en el diseño del slogan quiere dar a conocer a las personas que en un solo lugar podrá comprar todo lo que necesita de manera rápida.

Slogan

“Lo quieres, lo obtienes con tan solo un click”

El slogan se ha pensado para que los clientes sepan que sus compras van a ser tan fáciles como enviar un mensaje por *WhatsApp*, y que con la facilidad de un *click* en su celular o computadora se podrá concretar la venta y la adquisición del producto, ya que se va a realizar campañas publicitarias mediante las redes sociales y mediante el enlace

de *WhatsApp Bussines* el cliente se conectara con nuestra tienda de accesorios novedosos de manera rápida fácil y segura.

Página Publicitaria

Crear una página en internet es algo muy importante tanto para pequeñas medianas y grandes Empresas porque permite a través de la misma hacer conocer al público los productos o servicios que se tiene a la disposición del cliente, de manera rápida, las paginas han sido consideradas hoy en día una herramienta fundamental para que las pequeñas Empresas entren al mundo del mercado y se hagan conocer, hoy en día como va avanzando la tecnología en los usuarios se ha considerado una herramienta indispensable, porque permite al cliente conocer sobre los productos o servicios que se tiene en el mercado, y es considerada la forma más eficaz de generar una venta, porque los consumidores tienen la comodidad de solicitar de manera más rápida y adquirir lo que le parece interesante y le llame la atención a la hora de comprar de manera más fácil



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019

Publicidad y Segmentación de Publico Clave

Este es un punto muy importante para generar ventas, ya que mediante la segmentación del mercado se puede dirigir exclusivamente al público clave, a las



Público objetivo

Región Dirección

Quito >

Características

Agrega datos demográficos, intereses o comportamientos >

Edad

18 ————— 65+

Sexo

Todos Hombres Mujeres

Tu selección de público es excelente.
Tamaño del público potencial:
2 300 000 personas

personas que van a consumir los productos que se tiene a disposición mediante una campaña publicitaria entre otras técnicas utilizadas para segmentar se podrá pagar para que la publicidad les aparezca netamente a las personas que tengan acogida o interés por los productos que se ofrece en Whats-Store.



Presupuesto diario ?

Divisa

US Dollars (USD) >

\$ 1 Alcance est.: 1.4 mil - 3.9 mil personas por día

\$ 2 Alcance est.: 1.7 mil - 4.8 mil personas por día

\$ 3 Alcance est.: 1.7 mil - 5 mil personas por día

\$ 5 Alcance est.: 1.9 mil - 5.5 mil personas por día

\$ 15 Alcance est.: 2.7 mil - 7.8 mil personas por día

Elegir otro

Duración ?

5 días - +

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Dayana Torres

CAPÍTULO VI

Análisis de impactos

Impacto ambiental

El impacto ambiental se refiere a los efectos sobre el ecosistema causados por los seres humanos al modificar el medio ambiente. Cuando las condiciones del medio ambiente cambian o aparecen nuevas condiciones, estas afectarán los sistemas ecológicos, incluyendo la vida humana. (Zita, s.f.)

El impacto ambiental es altamente causado por la contaminación que producen los seres humanos y es importante radicarlo con el reciclaje y otros métodos que existen, por eso en Whatstore pensando en el medio ambiente se ha decidido inducir al mercado por medio de publicidad por redes, principalmente en Facebook también llamada publicidad orgánica, ya que no daña ni afecta al medio ambiente con papeles, que generan después basura, toda nuestra publicidad va a ser por medio de las redes sociales para evitar que se contamine más el planeta

Impacto económico

Es el efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación

económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo. (Gardey J. P., 2018)

El impacto económico que ha tenido la Micro empresa en base a las encuestas realizadas ha sido satisfactorio ya que cuenta con la aceptación de los productos novedosos dentro del mercado, y esto ayuda a que se consolide el negocio y en base al mismo como área de Talento Humano a futuro generar fuentes de empleo para personas que les gustaría ser parte del equipo de trabajo de Whats-Store, generando así un impacto económico superior para que la Micro Empresa poco a poco vaya creciendo y obtener ganancias y rentabilidad deseadas.

Impacto social

Se trata del resultado o la consecuencia de una determinada acción en una comunidad. (Gardey P. , 2008)

Whats-Store pretende tener un impacto social positivo, ya que, por una parte, los clientes obtendrán mediante la Pyme productos beneficiosos para cumplir sus necesidades ya que se ofrecerá productos de calidad para todos los miembros del hogar que, y supere las expectativas que tienen puesto en el negocio, por otra parte, mediante esta Microempresa a futuro generara empleo para las personas que estén interesadas en ir hacia la meta y los objetivos que tienen propuestos Whats-Store.

CAPÍTULO VII

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Como se mencionó en la introducción del proyecto, esta es una Micro Empresa que buscaba introducirse al mercado para ofrecer a la población productos novedosos de calidad que faciliten su diario vivir y satisficaran sus necesidades, es por esa razón que se deriva la idea de realizar un estudio de factibilidad, visualizando las diferentes necesidades que ha tenido la población.

Al terminar la investigación, se concluyó que es importante buscar lo que el cliente necesita, cumplir con sus expectativas y su demanda insatisfecha dentro del mercado, y se ha determinado que es viable introducir al mercado productos, que resulten un beneficio para el cliente, darles productos de calidad, para adquirir su confianza, y que a futuro sean clientes potenciales dentro de la Microempresa

Mediante el estudio de factibilidad se pudo determinar que es muy importante la localización de la Microempresa, ya que de la misma dependerá captar a los clientes idóneos que están interesados en adquirir productos que Whats-Store pretende introducir en el mercado, también es importante ir en constante crecimiento en base a la tecnología

ya que hoy en día es algo necesario dentro de la población, porque se ha convertido en una manera más rápida de comunicarse con el cliente.

Whats-Store quiere seguir creciendo a futuro para brindar a las personas desempleadas que están buscando fuentes de Empleo

Se puede concluir que también es muy importante tomar en cuenta el factor ambiental, es por tal razón que Whats- Store pretende introducirse al mercado por medio de publicidad orgánica por medio de Internet, para así evitar la contaminación del medio ambiente con papeles

Recomendaciones

Realizar un estudio más exhaustivo de los clientes potenciales que hay dentro del mercado, por medio de campañas de Internet que les permitan primeramente conocer quién es Whats-Store y a que se dedica dentro del mercado, y que conozcan los productos que ofrece para que puedan adquirirlos

Aumentar la acogida de los clientes, haciéndolos conocer más de cerca los productos que se tiene a su disposición, y los beneficios que ofrecen, y la importancia de obtenerlos.

Ofrecer a los clientes productos cada vez más innovadores y de calidad, pero sobre todo que estén al alcance de su bolsillo

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- About, A. (31 de 05 de 2016). *Credilike*. Recuperado el 20 de 09 de 2019, de <https://credilike.me/blog/punto-de-equilibrio-en-una-empresa/>
- Acosta, N. (14 de Diciembre de 2018). *cuida tu dinero*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13107038/como-distinguir-entre-los-ingresos-operacionales-y-no-operacionales-de-un-estado-de-resultados>
- Apple. (s.f.). Obtenido de <https://leanmanufacturing10.com/disenio-la-distribucion-planta-definicion-cuando-realizarla>
- Bembibre, V. (febrero de 2009). *abc*.
- Corvo, H. S. (s.f.). *lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/microlocalizacion-proyecto-empresa/>
- Corvo, H. S. (s.f.). *lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com:https://www.lifeder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>
- Corvo, H. S. (s.f.). *lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/gastos-de-venta/>
- EAE Business School* . (02 de diciembre de 2017). Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/el-activo-fijo-tipos-y-caracteristicas/>
- Economipedia. (s.f.). *Diccionario económico*. Obtenido de Economía: <https://economipedia.com/definiciones/balanza-comercial.html>
- Emprendedor. (07 de 07 de 2010). *Estudio del mercado*. Recuperado el 30 de 08 de 2019, de <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-articulos/marketing/184309/estudio-mercado---oferta/>
- ENEMDU. (marzo de 2019). *INEC*. Obtenido de ENEMDU: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/032019_Mercado%20Laboral_final.pdf
- Estado de resultados. (2017). Recuperado el 19 de 09 de 2019, de <https://estadoderesultados.win/estado-de-resultados-proyectado/>
- Federico. (s.f.). *Estudio Financiero*. Obtenido de zonaeconomica.com: <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

- Fernández. (2005). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>
- Fernández, E. (29 de octubre de 2014). Obtenido de <https://anfix.com/blog/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/>
- Galán, J. S. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Gamarra, S. (s.f.). Obtenido de <http://www.salinasgamarra.com/index.php/preguntas-sobre-el-area-tributaria/59-tributario/240-patentes-municipals>
- Gardey, J. P. (2009). Obtenido de <https://definicion.de/oferta/>
- Gardey, J. P. (2009). Obtenido de <https://definicion.de/oferta/>
- Gardey, J. P. (2018). Obtenido de <https://definicion.de/impacto-economico/>
- Gardey, P. &. (2008). Obtenido de <https://definicion.de/planeacion-estrategica/>
- Gardey, P. (2008). Obtenido de <https://definicion.de/planeacion-estrategica/>
- Gascó, T. (21 de enero de 2019). *Economía Simple*. Obtenido de Economía Simple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/bien>
- Gerencie. (2017). *Que es la depreciación*. Recuperado el 19 de 09 de 2019, de <https://www.gerencie.com/depreciacion.html>
- gerencie.com. (24 de Abril de 2018). Obtenido de <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Hernández Cabrera, J. L. (03 de 11 de 2005). *Gestiopolis*. Recuperado el 20 de 09 de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/>
- Hofacker, A. (2008). *Rapid lean construction - quality rating model*. Manchester: s.n.
- Jara, L. (noviembre de 2015). *Observatorio Económico social UNR* . Obtenido de Acceso Estadístico, Actividad Económica, Indicadores: <https://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- Konfio. (2018). *Amortización*. Recuperado el 19 de 09 de 2019, de <https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/que-es-la-amortizacion/>
- Koskela, L. (1992). *Application of the new production philosophy to construction*. Finland: VTT Building Technology.

-
- mktunlam. (19 de mayo de 2008). *blogdiario.com*.
- Nuño, P. (12 de JULIO de 2017). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/costes-directos.html>
- Ortiz, A. (2018). *Flujo de Caja y proyecciones financieras*. Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Padraña, P. (2010). *Contabilidad: Iniciación práctica*. España: LEX NOVA.
- Porto, J. P. (2008). Obtenido de <https://definicion.de/costo/>
- Raffino, M. E. (16 de noviembre de 2018). Obtenido de <https://concepto.de/ingreso-2/>
- Raffino, M. E. (9 de marzo de 2019). *concepto.de*. Recuperado el 06 de octubre de 2019, de <https://concepto.de/oferta/>
- Retos en Supply Chain. (28 de 01 de 2018). *Que es el Van*. Recuperado el 19 de 09 de 2019, de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/van-que-es-y-para-que-sirve/>
- Riquelme, M. (30 de 08 de 2018). *Web y Empresas*. Recuperado el 19 de 09 de 2019, de <https://www.webyempresas.com/tasa-de-descuento-para-que-sirve/>
- Riquelme, M. (22 de julio de 2019). Obtenido de <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>
- Sevilla, A. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>
- Thompson, I. (Septiembre de 2009). *marketing-free.com*. Obtenido de marketing-free.com: <https://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Torres, M. (26 de 11 de 2016). *Rankia*. Recuperado el 20 de 09 de 2019, de <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>
- Ucha, A. P. (s.f.). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- VAQUIRO C., J. D. (23 de 02 de 2010). *Pymesfuturo*. Recuperado el 20 de 09 de 2019, de <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Váquiro, J. (23 de 02 de 2010). *Pymesfuturo*. Recuperado el 20 de 09 de 2019, de <https://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Villegas, A. (10 de 07 de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 19 de 09 de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/evaluacion-financiera-estados-financierosbasicos/>
- ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO-2019**

Zambrana, G. C. (26 de 04 de 2012). *MailxMail.com*. Recuperado el 30 de 08 de 2019, de http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h

Zavala, A. A. (s.f.). *Elementos básicos de Economía*. San Marcos 1era edición .

Zita, A. (s.f.). Obtenido de <https://www.todamateria.com/impacto-ambiental/>

APÉNDICE A

Tabla General de Demanda y Oferta

año	D. Actual	% crecimiento	D. Proyecta	% Aceptación	Oferta Proyectada	D. Insatisfecha Proyectada
2018	202545	1,67%	2,059,275,015	78%	1,606,234,512	4,530,405,033
2019	2,059,275,015	1,67%	2,093,664,908	78%	1,633,058,628	4,606,062,797
2020	2,093,664,908	1,67%	2,128,629,112	78%	1,660,330,707	4,682,984,046
2021	2,128,629,112	1,67%	2,164,177,218	78%	1,688,805,823	4,761,189,879
2022	2,164,177,218	1,67%	2,200,318,977	78%	1,716,248,802	4,840,070,175
2023	2,200,318,977	1,67%	2,237,064,304	78%	1,744,910,157	4,921,154,147

Fuente: Resultado de la Encuesta

Elaborado por: Dayana Torres

APÉNDICE B

Productos



ÍTEM 6



ESFERA DE LUZ

Ideal para adornar cualquier entorno e iluminar el ambiente y poner música

ÍTEM 7



BLANQUEADOR DENTAL NANO TECNOLOGÍA

Perfecto para blanquear los dientes de manera rápida y eficaz se verán los resultados

ÍTEM 8



AUDÍFONO DEPORTE INTELIGENTE

Perfecto para escuchar música recibir llamadas entre otros beneficios

 Playback/ Pause Press once	 Next track Press twice	 Previous
 Volume adjustment Volume+ / Volume-	 Answer Press once	 Reject

ÍTEM 9



ARENA
MÁGICA

**Ideal para
que los
niños
jueguen y
creen
figuras de
manera
fácil**

ÍTEM 10



MINI CÁMARA
INSTANTÁNEA

**Ideal para
captar
momentos
en el
momento
preciso una
fotografía**





APÉNDICE C

Ejemplo de declaración en aduana

Número de DAU		055-2019-10-00772120	
Republika del Ekuador DECLARACION ADUANERA DE IMPORTACION			
Consulta de detalle de la declaración			
Información de general			
Aduana	QUITO	Código de régimen	IMPORTACION A CONSUMO
Tipo de despacho	DESPACHO NORMAL	Número de despacho	
Tipo de pago	PAGO NORMAL	Fecha de Aceptación	17/10/2019 12:53:04
Información de Importador			
Nombre		Número de	
Ciudad		Teléfono	
Dirección			
Ciu	OTROS		
Información del declarante			
Apellidos / nombres		Número de	
Código del deparante			
Dirección			
Información de carga			
Pais de procedencia	HONG KONG	Codigo de endoso	SIN ENDOSE - DOC DE IDENTIDAD EN DOC DE
Beneficiario del giro		Numero de carga	CEC2019KL21019300020001
Documento de transporte	00FA19100041		
[Comun]			
Valor en aduana			
Fob	2017	Flete	0
Seguro	28.92	Ajustes	0
Otros ajustes	0	Valor en aduana	2920.92
Items declarados	16	Peso neto (kilos)	80
Cantidad de unidades físicas	6532	Cantidad de unidades comerciales	6532
Total en tributos	732.2		
[Item]			
Firma del Contribuyente		1 de hoja /4 total de hojas	
		Firma del Declarante	

Fuente: Resultado de la Encuesta
Elaborado por: Dayana Torres



Fecha : 10/17/2019

Liquidación

CONTRIBUYENTE:

Numero de la liquidación	40620661	Tipo de identificación	RUC	Numero de identificación	
Nombre o Razon Social		Ciudad	QUITO	TELEFONO	
Dirección	S				

LIQUIDACION ADUANERA:

CONCEPTO	Liquidación de Aduana	Valor liberado	Valor a Pagar	Valor Garantizado	Diferencia a pagar no garantizada
A. Derechos arancelarios					
ARANCEL ADVALOREM	326.190	0	326.190		
ARANCEL ESPECIFICO	0	0	0		
ANTIDUMPING	0	0	0		
B. Impuestos					
FONDIRFA	14.610	0	14.610		
ICE ADVALOREM	0	0	0		
ICE ESPECIFICO	0	0	0		
IVA	391.400	0	391.400		
C. Tasas					
Tasa de Vigilancia Aduanera	0	0	0		
D. Recargos Arancelarios					
SALVAGUARDIA	0	0	0		
SALVAGUARDIA ESPECIFICA	0	0	0		
E. Intereses					
F. Multas					
G. Otros					
TOTAL:	732.200	0	732.200	0	732.200
Fecha/Hora de liquidación	17/10/2019	Fecha máxima de pago	21/10/2019	Banco	
Numero de Garantía		Valor liquidado	732.200		
Motivo Liquidación					
Observación:					
Observación de Anulación:					

APÉNDICE D

Tabla General de Amortización del Préstamo Bancario

Amortización Mensual

Capital	18.000,00
Tasa de interés	14,80%
Tiempo	4 Años
Numero de Cuotas	48

Numero de Cuotas	Capital Amortizado	Interés	Cuota	Capital Reducido
				18.000,00
1	375,00	222,00	597,00	17.625,00
2	375,00	217,38	592,38	17.250,00
3	375,00	212,75	587,75	16.875,00
4	375,00	208,13	583,13	16.500,00
5	375,00	203,50	578,50	16.125,00
6	375,00	198,88	573,88	15.750,00
7	375,00	194,25	569,25	15.375,00
8	375,00	189,63	564,63	15.000,00
9	375,00	185,00	560,00	14.625,00
10	375,00	180,38	555,38	14.250,00
11	375,00	175,75	550,75	13.875,00
12	375,00	171,13	546,13	13.500,00
13	375,00	166,50	541,50	13.125,00

14	375,00	161,88	536,88	12.750,00
15	375,00	157,25	532,25	12.375,00
16	375,00	152,63	527,63	12.000,00
17	375,00	148,00	523,00	11.625,00
18	375,00	143,38	518,38	11.250,00
19	375,00	138,75	513,75	10.875,00
20	375,00	134,13	509,13	10.500,00
21	375,00	129,50	504,50	10.125,00
22	375,00	124,88	499,88	9.750,00
23	375,00	120,25	495,25	9.375,00
24	375,00	115,63	490,63	9.000,00
25	375,00	111,00	486,00	8.625,00
26	375,00	106,38	481,38	8.250,00
27	375,00	101,75	476,75	7.875,00
28	375,00	97,13	472,13	7.500,00
29	375,00	92,50	467,50	7.125,00
30	375,00	87,88	462,88	6.750,00
31	375,00	83,25	458,25	6.375,00
32	375,00	78,63	453,63	6.000,00
33	375,00	74,00	449,00	5.625,00
34	375,00	69,38	444,38	5.250,00
35	375,00	64,75	439,75	4.875,00
36	375,00	60,13	435,13	4.500,00
37	375,00	55,50	430,50	4.125,00
38	375,00	50,88	425,88	3.750,00
39	375,00	46,25	421,25	3.375,00
40	375,00	41,63	416,63	3.000,00

41	375,00	37,00	412,00	2.625,00
42	375,00	32,38	407,38	2.250,00
43	375,00	27,75	402,75	1.875,00
44	375,00	23,13	398,13	1.500,00
45	375,00	18,50	393,50	1.125,00
46	375,00	13,88	388,88	750,00
47	375,00	9,25	384,25	375,00
48	375,00	4,63	379,63	0,00
Total	18.000,00	5.439,00	23.439,00	

APÉNDICE E

Presupuesto trabajo de Titulación

Presupuesto				
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total	
Internet	10	0,50	5,00	
Impresiones	220	0,10	22,00	
Medio de transporte	6	0,25	1,50	
Copias	20	0,05	1,00	
Anillado	2	2,20	4,40	
Empastado	1	30,00	30,00	
Trabajo final	2	8,00	16,00	
Breakfast	12	3,00	36,00	
Total Presupuesto			115,90	

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS DAYA FINAL.....pdf (D57489249)
Submitted: 10/23/2019 1:34:00 AM
Submitted By: testefania1996@hotmail.com
Significance: 8 %

Sources included in the report:

PAZMIÑO SAMPEDRO CAROLINA ESTEFANIA TESIS.docx (D51814121)
TESIS COMPLETA STEFY Y VIVIANA.pdf (D57406747)
CARRILLO SÁNCHEZ CAMILO ALEJANDRO.docx (D37058561)
Formato-Incubadora-empresarial-Rev.8.docx (D56455455)
Karina Vergara, Dayana Rivera.pdf (D51284715)
<https://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores->
<https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
<https://www.todamateria.com/impacto-ambiental/>

Instances where selected sources appear:

22



Ing. Geodany Barragán
TUTOR

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN										
NOMBRE TUTOR:		BARRAGAN GRANDEZ HECTOR GEOVANNY								
NOMBRE ESTUDIANTE:		TORRES JIMENEZ DAYANA ESTEFANIA								
CARRERA:		ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS - PERSONAL								
TEMA DE TITULACIÓN:		ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA PYMES QUE VENDA PRODUCTOS IMPORTADOS NOVEDOSOS DE ULTIMA TECNOLOGIA POR MEDIO DEL COMERCIO ELECTRONICO A CLIENTES DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2019								
IMPRESIÓN REPORTE:		Quito, 25 de octubre del 2019 08:00:39								
TIPO REPORTE:		ACUMULATIVO								
MODALIDAD:			INCUBADORA EMPRESARIAL				PERIODO:		ABR 2019 - SEP 2019	
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC		
1	195054	2019-06-18	INSITU	2019-06-18 18:00:00	INTRODUCCION JUSTIFICACION	2019-06-18 19:00:00	1.00	INTRODUCCION, CONTEXTO GENERAL	PROCESADO	
2	195060	2019-06-22	AUTONOMIA	2019-06-22 07:00:00	INTRODUCCION JUSTIFICACION	2019-06-22 17:00:00	10.00	DESARROLLO DE TESIS	PROCESADO	
3	195064	2019-06-30	AUTONOMIA	2019-06-30 07:00:00	INTRODUCCION ANTECEDENTES	2019-06-30 17:00:00	10.00	JUSTIFICACION QUIENES SON LOS	PROCESADO	
4	195084	2019-06-28	INSITU	2019-06-28 17:00:00	INTRODUCCION ANTECEDENTES	2019-06-28 18:00:00	1.00	BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	PROCESADO	
5	195068	2019-07-06	INSITU	2019-07-06 11:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-07-06 12:00:00	1.00	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	PROCESADO	
6	195072	2019-07-01	AUTONOMIA	2019-07-01 07:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-07-01 17:00:00	10.00	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	PROCESADO	
7	195075	2019-07-05	AUTONOMIA	2019-07-05 07:00:00	ANALISIS SITUACIONAL - ENTORNO LOCAL	2019-07-05 17:00:00	10.00	AMBIENTE EXTERNO, ENTORNO LOCAL	PROCESADO	
8	195086	2019-07-05	INSITU	2019-07-05 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL - ENTORNO LOCAL	2019-07-05 18:00:00	1.00	AMBIENTE EXTERNO	PROCESADO	
9	195080	2019-07-13	INSITU	2019-07-13 11:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-07-13 12:00:00	1.00	ENTORNO LOCAL	PROCESADO	
10	195088	2019-07-07	AUTONOMIA	2019-07-07 07:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-07-07 12:00:00	5.00	ENTORNO LOCAL	PROCESADO	
11	195090	2019-07-17	INSITU	2019-07-17 16:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-07-17 17:00:00	1.00	ANALISIS INTERNO	PROCESADO	
12	195091	2019-07-14	AUTONOMIA	2019-07-14 07:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-07-14 12:00:00	5.00	ANALISIS FODA	PROCESADO	
13	195093	2019-07-23	INSITU	2019-07-23 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-07-23 17:00:00	1.00	ANALISIS FODA	PROCESADO	
14	195094	2019-07-21	AUTONOMIA	2019-07-21 07:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-07-21 17:00:00	10.00	ANALISIS DEL CONSUMIDOR	PROCESADO	
15	195096	2019-07-26	INSITU	2019-07-26 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-07-26 17:00:00	1.00	ANALISIS DEL CONSUMIDOR	PROCESADO	
16	195098	2019-07-21	AUTONOMIA	2019-07-21 07:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-07-21 17:00:00	10.00	OFERTA INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
17	195099	2019-07-30	INSITU	2019-07-30 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-07-30 17:00:00	1.00	OFERTA INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
18	195101	2019-07-28	AUTONOMIA	2019-07-28 07:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-07-28 17:00:00	10.00	PRODUCTOS SUSTITUTOS / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
19	195102	2019-08-06	INSITU	2019-08-06 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-08-06 17:00:00	1.00	PRODUCTOS SUSTITUTOS / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
20	195103	2019-08-04	AUTONOMIA	2019-08-04 07:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-08-04 17:00:00	10.00	DEMANDA INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
21	195105	2019-08-16	INSITU	2019-08-16 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-08-16 18:00:00	1.00	DEMANDA INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
22	195107	2019-08-16	AUTONOMIA	2019-08-16 07:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-08-16 17:00:00	10.00	BALANCE OFERTA-DEMANDA / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
23	195108	2019-08-20	INSITU	2019-08-20 16:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMANIO DEL PROYECTO	2019-08-20 18:00:00	2.00	BALANCE OFERTA-DEMANDA / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
24	195109	2019-08-18	AUTONOMIA	2019-08-18 07:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMANIO DEL PROYECTO	2019-08-18 17:00:00	10.00	TAMANIO DEL PROYECTO / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
25	195111	2019-08-30	INSITU	2019-08-30 16:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-08-30 18:00:00	2.00	TAMANIO DEL PROYECTO / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
26	195112	2019-08-25	AUTONOMIA	2019-08-25 07:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-08-25 17:00:00	10.00	LOCALIZACION / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
27	195116	2019-09-06	INSITU	2019-09-06 17:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-09-06 19:00:00	2.00	LOCALIZACION / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
28	195118	2019-09-01	AUTONOMIA	2019-09-01 07:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-09-01 17:00:00	10.00	INGENIERIA DEL PRODUCTO / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
29	195125	2019-09-13	INSITU	2019-09-13 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-09-13 19:00:00	2.00	INGENIERIA DEL PRODUCTO / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
30	195126	2019-09-08	AUTONOMIA	2019-09-08 07:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-09-08 17:00:00	10.00	INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
31	195128	2019-09-10	INSITU	2019-09-10 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-09-10 19:00:00	2.00	INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
32	195129	2019-09-08	AUTONOMIA	2019-09-08 07:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-09-08 17:00:00	10.00	INVERSIONES / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
33	195132	2019-09-20	INSITU	2019-09-20 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-09-20 19:00:00	2.00	INVERSIONES / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	
34	195133	2019-09-15	AUTONOMIA	2019-09-15 07:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-09-15 17:00:00	10.00	EVALUACION / INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO	

35	195134	2019-09-26	INSITU	2019-09-26 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-09-26 19:00:00	2.00	IMPACTO AMBIENTAL - INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO
36	195135	2019-09-22	AUTONOMA	2019-09-22 07:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-09-22 17:00:00	10.00	IMPACTO AMBIENTAL - INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO
37	195136	2019-10-04	INSITU	2019-10-04 16:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-10-04 17:00:00	1.00	IMPACTO ECONOMICO - INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO
38	195137	2019-09-29	AUTONOMA	2019-09-29 07:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-09-29 17:00:00	10.00	IMPACTO ECONOMICO - INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO
39	195138	2019-10-04	INSITU	2019-10-04 16:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-10-04 17:00:00	1.00	IMPACTO PRODUCTIVO - INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO
40	195140	2019-09-29	AUTONOMA	2019-09-29 07:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-09-29 12:00:00	5.00	IMPACTO PRODUCTIVO - INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO
41	195141	2019-10-14	INSITU	2019-10-14 16:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-10-14 17:00:00	1.00	IMPACTO SOCIAL - INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO
42	195142	2019-10-06	AUTONOMA	2019-10-06 07:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-10-06 12:00:00	5.00	IMPACTO SOCIAL - INCUBADORA EMPRESARIAL	PROCESADO
43	195147	2019-10-18	INSITU	2019-10-18 16:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-10-18 17:00:00	1.00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO
44	195148	2019-10-12	AUTONOMA	2019-10-12 07:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-10-12 17:00:00	10.00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO
45	195144	2019-10-18	INSITU	2019-10-18 16:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-10-18 17:00:00	1.00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO
46	195146	2019-10-20	AUTONOMA	2019-10-20 07:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	2019-10-20 17:00:00	10.00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO

TOTAL HORAS: 240


 HECTOR GELVANNY
 TUTOR
 CI: 1710958039


 TORRES JIMENEZ DAYANA ESTEFANIA
 ALUMINO
 CI: 1727940452


 INSTITUTO VECES
 MIRDOZA PARAMILLO FRIZTIA CATHERINE
 DELEGADO
 CI: 1709099137
 FECHA:

Administración de Recursos Humanos

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS-PERSONAL

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso del Trabajo de Integración Curricular, se **AUTORIZA** realizar el empastado del Trabajo de Integración Curricular, del alumna Dayana Estefanía Torres Jiménez, portador de la cédula de identidad N°1727940452, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 18 de Noviembre del 2019
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR



VISTO FINANCIERO

Sra. Mariela Balseca
CAJA



Psic. Lara Fabian
Recursos Humanos

**DELEGADO DE LA UNIDAD
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

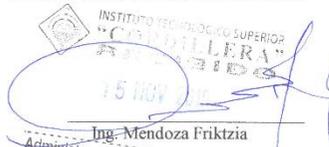


Ing. William Parra López

BIBLIOTECA



Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Ing. Mendoza Frikzia
Administración de Recursos Humanos



Sra. Magui Ordoñez

SECRETARIA ACADÉMICA