



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS  
FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnóloga en Administración  
Bancaria y Financiera

Autora: Minango Chico Morayma Elizabeth.

Tutor: Ing. Francisco Cañar

Quito, Octubre 2014



## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, 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.

---

Morayma Elizabeth Minango Chico

C.C 172183818-1



### **CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Minango Chico Morayma Elizabeth alumna de la Escuela de Administración Bancaria Finanzas, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

---

C.C. 172183818-1

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS  
FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD

### INTELECTUAL

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Administradora Bancaria y Financiera la estudiante participa en el proyecto de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA , UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**”, el cual incluye el estudio de mercado y la factibilidad económica para la implementación de la Comercializadora y la aceptación en el mercado de los productos .

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**

comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; **d)** Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; **e)** La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; **f)** Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; **g)** Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTÍA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: **a)** El árbitro será seleccionado

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS  
FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; **b)** Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; **c)** Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; **d)** El procedimiento será confidencial y en derecho; **e)** El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; **f)** El idioma del arbitraje será el español; y, **g)** La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses. En aceptación firman a los \* días del mes de Abril del dos mil catorce.

f) \_\_\_\_\_

C.C. N° 172183818-1

**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

**CESIONARIO**



## AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi MADRE Fabiola Chico Chagna, a mis hermanos y a mis sobrinos; por siempre haberme dado fuerza y su apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.



## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a Dios y a mi Madre. A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mi madre, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.



## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	ii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
<b>1 INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>01</b>
1.01 JUSTIFICACIÓN.....	02
1.02 ANTECEDENTES.....	04
<b>2 ANÁLISIS SITUACIONAL</b>	
2.01 AMBIENTE EXTERNO.....	07
2.01.01 FACTOR ECONÓMICO.....	07
2.01.01.01 INFLACIÓN.....	07
2.01.01.02 PIB.....	09
2.01.01.04 BALANZA COMERCIAL.....	09
2.01.01.05 TASA DE INTERÉS.....	10



2.01.01.05.0 1 TASA ACTIVA.....	11
2.01.01.05.02 TASA PASIVA.....	12
2.01.02 FACTOR SOCIAL.....	13
2.01.01.01 TASA DE DESEMPLEO.....	13
2.01.01.02 P.E.A.....	14
2.01.01.02 CANASTA BÁSICA.....	15
2.01.03 FACTOR LEGAL.....	16
2.01.04 FACTOR TECNOLÓGICO.....	18
2.02 ENTORNO LOCAL.....	19
2.02.01 CLIENTES POTENCIALES.....	19
2.02.02 PROVEEDORES.....	20
2.02.03 COMPETIDORES.....	22
2.03 ANÁLISIS INTERNO.....	23
2.03.01 PROPUESTA ESTRATEGICA.....	23
2.03.01.01 MISIÓN.....	24
2.03.01.02 VISIÓN.....	24
2.03.01.03 OBJETIVOS.....	24
2.03.01.03.01 OBJETIVO GENERAL.....	24
2.03.01.03.02 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	24
2.03.01.04 PRINCIPIOS Y VALORES.....	25



2.03.01.04.01 PRINCIPIOS.....	25
2.03.01.04.02 VALORES.....	26
2.03.02 MARKETING MIX.....	27
2.03.02 GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	28
2.03.02.01 PERFIL DE CARGO GERENTE GENERAL.....	28
2.03.02.01.01 PERFIL DE CARGO DEL CONTADOR (A).....	28
2.03.02.01.01.01 ORGANIGRAMA.....	29
2.03.02.01.01.01.01 ORGANIGRAMA DE FUNCIONES.....	30
2.03.03 GESTION OPERATIVA.....	30
2.03.03.01 PERFIL DE CARGO DEL AUXILIR DE BODEGA.....	30
2.03.03.01.01 ORGANIGRAMA.....	31
2.03.03.01.01.01 ORGANIGRAMA DE FUNCIONES.....	31
2.03.04 GESTION COMERCIAL.....	31
2.03.04.01 PERFIL DE CARGO DE VENDEDOR Y CAJERO (A).....	31
2.03.04.01 ORGANIGRAMA.....	32
2.03.04.01.01 ORGANIGRAMA DE FUNCIONES.....	32
2.4 ANÁLISIS FODA.....	32
<b>3 ESTUDIO DE MERCADO</b>	
3.01 GENERALIDADES.....	34



3.01.01 PARA QUE UN ESTUDIO DE MERCADO.....	34
3.01.02 DETERMINACIÓN DE LA FUENTE DE INFORMACIÓN.....	35
3.01.03 UNIDAD MUESTRAL.....	35
3.01.04 ANALISIS DEL COSUMIDOR.....	35
3.01.05 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.....	36
3.01.06 TÉCNICA A UTILIZAR.....	36
MODELO DE LA ENCUESTA ENCUESTA.....	38
3.01.07 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	41
3.02 OFERTA.....	52
3.02.01 OFERTA HISTÓRICA.....	52
3.02.02 OFERTA ACTUAL.....	53
3.02.03 OFERTA PROYECTADA.....	53
3.03 PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	54
3.04 DEMANDA.....	54
3.04.01 DEMANDA HISTÓRICA.....	55
3.04.02 DEMANDA ACTUAL.....	56
3.04.03 DEMANDA PROYECTADA.....	56
3.05 BALANCE OFERTA – DEMANDA .....	57
3.05.01 BALANCE ACTUAL.....	57
3.05.02 DEMANDA PROYECTADA.....	57
<b>4 ESTUDIO TÉCNICO</b>	
4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	58

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS  
FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



4.01.01 CAPACIDAD INSTALADA.....	58
4.01.02 CAPACIDAD ÓPTIMA.....	59
4.02 LOCALIZACIÓN.....	60
4.02.01 MACRO – LOCALIZACIÓN.....	60
4.02.02 MICRO – LOCALIZACIÓN.....	60
4.02.03 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA.....	62
4.03 INGENIERIA DEL PRODUCTO.....	62
4.03.01 DEFINICIÓN DEL B Y S.....	63
4.03.02 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	63
4.03.03 PROCESO PRODUCTIVO.....	65
4.03.03.01 DIAGRAMA DE FLUJO.....	65
4.03.03.01.01 DIAGRAMA DE FLUJO DE VENTA.....	66
4.03.04 MAQUINARIA .....	67
4.03.05 EQUIPOS.....	67
<b>5 ESTUDIO FINANCIERO</b>	
5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	69
5.02 COSTOS.....	69
5.02.01 COSTOS DIRECTOS.....	69
5.02.02 COSTOS INDIRECTOS.....	70
5.02.03 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	71
5.02.04 COSTO DE VENTAS.....	72
5.02.05 COSTOS FINANCIEROS.....	72



5.02.06 COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	72
5.02 INVERSIONES.....	73
5.02.01 INVERSION FIJA.....	73
5.02.01.01 ACTIVOS FIJOS.....	73
5.02.01.02 ACTIVOS NOMINALES.....	74
5.02.02 CAPITAL DE TRABAJO.....	74
5.02.03 FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDO.....	75
5.02.04 AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO.....	76
5.02.05 DEPRECIACIONES.....	76
5.02.06 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	77
5.02.07 ESTADO DE RESULTADOS.....	79
5.02.08 FLUJO DE CAJA.....	80
5.03 EVALUACIÓN.....	82
5.03.01 TASA DE DESCUENTO.....	82
5.03.02 VAN.....	82
5.03.03 TIR.....	84
5.03.04 PRI.....	84
5.03.05 RBC (RELACIÓN COSTO BENEFICIO).....	84
5.03.06 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	86
5.03.07 ANÁLISIS DE LOS ÍNDICES FINANCIEROS.....	90
<b>6 ANÁLISIS DE IMPACTOS</b>	
6.01 IMPACTO AMBIENTAL.....	91



6.02 IMPACTO ECONÓMICO.....	92
6.03 IMPACTO PRODUCTIVO.....	94
6.04 IMPACTO SOCIAL.....	94
<b>7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
7.01 CONCLUSIONES.....	96
7.02 RECOMENDACIONES.....	97
ANEXOS.....	99
BIBLIOGRAFÍA.....	103

## INDICE DE TABLAS

<b>TABLA N° 01.....</b>	<b>08</b>
INFLACIÓN	
<b>TABLA N° 02.....</b>	<b>09</b>
PIB	
<b>TABLA N° 03.....</b>	<b>11</b>
TASA ACTIVA	
<b>TABLA N° 04.....</b>	<b>12</b>
TASA PASIVA	
<b>TABLA N° 05.....</b>	<b>13</b>
TASA DE DESEMPLEO	
<b>TABLA N° 06.....</b>	<b>19</b>

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS  
FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



## CLIENTES POTENCIALES

<b>TABLA N° 07.....</b>	<b>21</b>
-------------------------	-----------

## PROVEEDORES

<b>TABLA N° 08.....</b>	<b>22</b>
-------------------------	-----------

## COMPETIDORES

<b>TABLA N° 09.....</b>	<b>41</b>
-------------------------	-----------

<b>TABLA N° 10.....</b>	<b>42</b>
-------------------------	-----------

<b>TABLA N° 11.....</b>	<b>43</b>
-------------------------	-----------

<b>TABLA N° 12.....</b>	<b>44</b>
-------------------------	-----------

<b>TABLA N° 13.....</b>	<b>45</b>
-------------------------	-----------

<b>TABLA N° 14.....</b>	<b>46</b>
-------------------------	-----------

<b>TABLA N° 15.....</b>	<b>47</b>
-------------------------	-----------

<b>TABLA N° 16.....</b>	<b>48</b>
-------------------------	-----------

<b>TABLA N° 17.....</b>	<b>49</b>
-------------------------	-----------

<b>TABLA N° 18.....</b>	<b>50</b>
-------------------------	-----------

<b>TABLA N° 19.....</b>	<b>51</b>
-------------------------	-----------

## ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

<b>TABLA N° 20.....</b>	<b>52</b>
-------------------------	-----------

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS  
FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



## OFERTA

<b>TABLA N° 21.....</b>	<b>52</b>
-------------------------	-----------

## OFERTA HISTÓRICA

<b>TABLA N° 22.....</b>	<b>53</b>
-------------------------	-----------

## OFERTA ACTUAL

<b>TABLA N° 23.....</b>	<b>53</b>
-------------------------	-----------

## OFERTA PROYECTADA

<b>TABLA N° 24.....</b>	<b>54</b>
-------------------------	-----------

## PRODUCTOS SUSTITUTOS

<b>TABLA N° 25.....</b>	<b>55</b>
-------------------------	-----------

## DEMANDA

<b>TABLA N° 26.....</b>	<b>55</b>
-------------------------	-----------

## DEMANDA HISTÓRICA

<b>TABLA N° 27.....</b>	<b>56</b>
-------------------------	-----------

## DEMANDA ACTUAL

<b>TABLA N° 28.....</b>	<b>56</b>
-------------------------	-----------

## DEMANDA PROYECTADA

<b>TABLA N° 29.....</b>	<b>57</b>
-------------------------	-----------

## BALANCE ACTUAL

<b>TABLA N° 30.....</b>	<b>57</b>
-------------------------	-----------



DEMANDA PROYECTADA

**TABLA N° 31.....59**

CAPACIDAD INSTALADA

**TABLA N° 32.....59**

CAPACIDAD ÓPTIMA

**TABLA N° 33.....62**

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

**TABLA N° 34.....67**

MUEBLES Y ENSERES

**TABLA N° 35.....67**

EQUIPO DE COMPUTACION

**TABLA N° 36.....68**

EQUIPOS DE OFICINA

**TABLA N° 37.....68**

UTILES DE OFICINA

**TABLA N° 38.....69**

INGRESOS OPERACIONALES

**TABLA N° 39.....70**

COSTOS DIRECTOS

**TABLA N° 40.....70**

COSTOS INDIRECTOS

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS  
FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



<b>TABLA N° 41.....</b>	<b>71</b>
SUELDO DEL PERSONAL	
<b>TABLA N°42.....</b>	<b>71</b>
SERVICIOS BÁSICOS	
<b>TABLA N° 43.....</b>	<b>72</b>
COSTO DE VENTAS	
<b>TABLA N°44.....</b>	<b>73</b>
COSTOS FIJOS Y VARIABLES	
<b>TABLA N° 45.....</b>	<b>74</b>
ACTIVOS FIJOS	
<b>TABLA N° 46.....</b>	<b>74</b>
ACTIVO NOMINALES	
<b>TABLA N° 47.....</b>	<b>75</b>
CAPITAL DE TRABAJO	
<b>TABLA N° 48.....</b>	<b>75</b>
FUENTE DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS	
<b>TABLA N° 49.....</b>	<b>76</b>
AMORTIZACION	
<b>TABLA N° 50.....</b>	<b>77</b>
DEPRECIACIONES	
<b>TABLA N° 51.....</b>	<b>79</b>
ESTADO DE RESULTADOS	



<b>TABLA N° 52.....</b>	<b>81</b>
FLUJO DE CAJA	
<b>TABLA N° 53.....</b>	<b>84</b>
PRI	

## INDICES DE FIGURAS

<b>FIGURA N° 01.....</b>	<b>08</b>
INFLACIÓN	
<b>FIGURA N° 02.....</b>	<b>09</b>
PIB	
<b>FIGURA N° 03.....</b>	<b>10</b>
BALANZA COMERCIAL	
<b>FIGURA N° 04.....</b>	<b>11</b>
TASA ACTIVA	

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS  
FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



<b>FIGURA N° 05.....</b>	<b>12</b>
TASA PASIVA	
<b>FIGURA N° 06.....</b>	<b>13</b>
TASA DE DESEMPLEO	
<b>FIGURA N° 07.....</b>	<b>14</b>
DESEMPLEO	
<b>FIGURA N° 08.....</b>	<b>15</b>
DESEMPLEO	
<b>FIGURA N° 09.....</b>	<b>41</b>
<b>FIGURA N° 10.....</b>	<b>42</b>
<b>FIGURA N° 11.....</b>	<b>43</b>
<b>FIGURA N° 12.....</b>	<b>44</b>
<b>FIGURA N° 13.....</b>	<b>45</b>
<b>FIGURA N° 14.....</b>	<b>46</b>
<b>FIGURA N° 15.....</b>	<b>47</b>
<b>FIGURA N° 16.....</b>	<b>48</b>
<b>FIGURA N° 17.....</b>	<b>49</b>
<b>FIGURA N° 18.....</b>	<b>50</b>
<b>FIGURA N° 19.....</b>	<b>51</b>
ANALISIS DE LA INFORMACION	



---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS  
FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE  
GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



## Capítulo I

### OBJETIVO

Conocer una reseña histórica breve del Ecuador con relación al área Florícola de cada una de la Empresas y así determinar un mercado objetivo para el proyecto en marcha.

### 1. INTRODUCCIÓN

La normativa vigente en seguridad industrial y ocupacional en nuestro país, ha desarrollado Planes Integrales de Seguridad con el fin de cumplir los requisitos que la ley establece y así estar a la vanguardia en temas de seguridad, que las entidades de control nacional e internacional solicitan para poder desarrollar las actividades productivas de mejor forma.

Los conceptos y prácticas de seguridad industrial, evolucionan de acuerdo a los perfiles, competencias y necesidades de los trabajadores y las empresas. Es decir existen cambios a nivel tecnológico, social, político, económico, e inclusive del medio ambiente; que con el tiempo han hecho que las condiciones y circunstancias en las cuales se desarrolla el trabajo en las industrias, se vean afectadas directa o indirectamente.

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA  
LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA  
PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



Otro aspecto son las repercusiones económicas, por lo que se considera las pérdidas materiales e inevitables que acarrearán también los accidentes y la falta de higiene en el trabajo, atentando directamente contra la eficiencia de las operaciones, así retrasando las labores de la empresa y provocan efectos secundarios que significan paralizaciones, interrupciones y demoras en las entregas de los pedidos. A fin de minimizar cualquier riesgo, estos problemas deben ser controlados y monitoreados permanentemente por parte de la administración de RR.HH de las empresas.

Ante un inminente riesgo laboral las empresas debería tener a disposición los equipos de protección necesarios, de hecho lo importante sería contar con distribuidoras locales.

### **1.01 JUSTIFICACIÓN**

Dentro de la Ley de trabajo e higiene establecida para las distintas empresas se menciona que los implementos de seguridad y protección de cada trabajador deben ser cambiados por lo menos tres veces al mes para un mejor cuidado de la salud.

El conocimiento práctico y concreto de nuevos mercados en productos de protección de seguridad industrial para las florícolas concentradas en la Parroquia de Guayllabamba, posibilita alternativas de medios adecuados de comercialización, la mayor ventaja para las empresas es adquirir sus productos dentro de su suscripción territorial, es decir dentro de la parroquia, brindar servicio a domicilio si así lo requieren y a costos promedio en el sector, este nuevo modelo de negocio dará un valor agregado que beneficie al país y a los habitantes de las comunidades de la Parroquia, como un mercado objetivo se tiene 80 florícolas con un personal

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



aproximado de 110 personas y en las zonas circundantes existe un mercado potencial de 8.800 personas, y en las parroquias aledañas como Yaruqui y Cayambe que superan los 17.000 trabajadores.

Los aspectos que se han detallado, facilitan la creación de una empresa comercializadora de equipos de protección industrial, ubicada en la Parroquia de Guayllabamba al Norte de Quito.

La preocupación siempre ha sido y será dar a los clientes lo mejor en productos y servicios, por esta causa es importante llevar a cabo este proyecto; ya que gracias a esto se quiere poner en práctica todos los conocimientos adquiridos, dando así una nueva opción a los clientes de satisfacer sus necesidades. Las empresas comercializadoras de instrumentos de seguridad industrial continúan representando una clara oportunidad de rentabilidad, más aún cuando se caracteriza por un estilo innovador.

En los lugares de trabajo se presentan un sin número de problemas de protección en seguridad industrial, que aquejan a los trabajadores durante el desempeño normal de sus actividades cotidianas, generando el incumplimiento de las normas establecidas.

Es necesario e imprescindible que toda empresa elabore un programa de seguridad industrial para evitar los daños o pérdidas que se puedan dar en la seguridad de los empleados, medio ambiente y la producción de una empresa.



El campo ocupacional del ingeniero industrial es amplio y está capacitado para racionalizar y optimizar el uso de los recursos de la empresa y la tendencia de la globalización de los nuevos mercados.

Por todo lo expuesto anteriormente se toma la iniciativa de la implementación de la comercializadora de protección de seguridad industrial, tomando un mercado potencial inicial, luego de lograr posicionarse en el mercado, la empresa se expandirá a sus alrededores.

## **1.02 ANTECEDENTES**

Luego de haber estallado la Revolución Industrial, se constató que muchas de las enfermedades, patologías y lesiones tenían un origen laboral, lo cual hizo que en los países industrializados, se iniciará la creación de nuevas disposiciones, reglamentos y leyes que traten la prevención de accidentes y enfermedades profesionales, que continúan hasta la actualidad. Es decir la Seguridad e Higiene Industrial, nacen a finales del siglo XIX y principios del siglo XX.

Así la Organización Internacional del Trabajo (OIT) fue fundada en 1919 en Versalles al finalizar la Primera Guerra Mundial. La OIT es un organismo especializado de las Naciones Unidas, y como hace referencia en Internet Wikipedia la Enciclopedia Libre, “se ocupa de las cuestiones relativas al trabajo y las relaciones laborales”. En la actualidad es vigilante de las Leyes Internacionales sobre el trabajo, es decir la protección contra las enfermedades, afecciones y lesiones consecuencia del mismo.



Desde 1960, como hacen referencia Grimaldi y Simonds en el Manual de Seguridad Industrial y Métodos de Trabajo, “Estados Unidos ha visto la promulgación de un número de estatutos que cubren una amplia gama de exposiciones peligrosas”. Que posteriormente ayudó a la elaboración de “La ley de Seguridad y Salud Ocupacional”, o por sus siglas en inglés OSHA, en 1970.

Esta ley es el documento más importante publicado en cuanto a normas, que se ha emitido a favor de la seguridad y la higiene, ya que cubre con reglamentos y requerimientos casi todas las ramas industriales, los cuales han sido tomados por muchos otros países como referencia, incluso el Ecuador.

De esta manera se fue formando una conciencia internacional referente a la conveniencia de cuidar la salud de los trabajadores por dos motivos fundamentales: El primero consiste en el derecho de todo ser humano a trabajar y vivir en el mejor nivel posible; y en segundo lugar por factores económicos ya que es aceptable que la productividad está estrechamente ligada a la salud de los trabajadores. En el Ecuador, desde años anteriores, no se ha podido establecer políticas de Estado que corroboren la creación o implementación de nuevos criterios sobre seguridad y medicina laboral. Sin embargo con el objetivo de tratar este tema, se estableció una serie 7 de leyes y reglamentos, que iniciaron con la creación del Código del Trabajo en 1938, el cual ha sido reformado y actualizado. También la promulgación del Seguro Social en 1942, en cuanto a leyes de Seguridad y Salud Laboral; y posteriormente se creó el Seguro de Riesgos de Trabajo en 1964. Esto ha resultado en el desarrollo y creación de nuevas leyes y reglamentos, con la cooperación de organismos del estado a nivel local y nacional.

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA  
LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA  
PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



En resumen se pensaba durante un largo periodo de tiempo, que el único fin de proteger a los trabajadores de una enfermedad profesional, era la de realizar las acciones pertinentes cuando el daño ya había sido provocado, y es por esto que se busca prevenir esta situación, dando así al nacimiento de la Medicina del Trabajo, la cual permite también dar origen a la Seguridad, cuyo fin es la prevención de accidentes laborales.

Finalmente ésta reseña histórica permite determinar los cambios que la seguridad e higiene del trabajo han tenido, así como cuáles fueron los principales autores que sentaron las bases de estudio sobre el ambiente y riesgos que existen en el trabajo. Esto ha permitido que la seguridad e higiene lentamente a través de los años logre acentuarse como una parte muy importante de cualquier empresa y es que principalmente se ha reconocido y entendido su importancia y utilidad para el buen desempeño de las operaciones, por las tres partes directamente involucradas: Trabajadores, Empresarios y Gobierno.



## **CAPITULO II**

### **ANÁLISIS SITUACIONAL**

#### **OBJETIVO**

Realizar aportaciones con información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, y previsiones para la nueva unidad productiva.

#### **2.01 AMBIENTE EXTERNO**

Son todos aquellos factores que influyen en la organización de una empresa que se toma en cuenta para el crecimiento de toda la misma.

##### **2.01.01 FACTOR ECONÓMICO**

Es el comportamiento de la economía del flujo de dinero de bienes y servicios, a nivel nacional.

###### **2.01.01.01 INFLACIÓN**

Es el incremento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda durante un período de tiempo determinado.

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA  
LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA  
PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**

## TABLA N° 01

### INFLACION

FECHA	VALOR
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

### FIGURA N° 01



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

### ANÁLISIS

La inflación en los últimos años tiene una tendencia a bajar esto genera una oportunidad para toda empresa, si se tendría una tendencia a subir esto nos generaría una especulación de los productos y sus precios se elevarían para la comercialización de las protecciones de seguridad industrial.

### 2.01.01.02 PIB

Es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de un país durante un período determinado.

**TABLA N° 02**

**FIGURA N° 02**

#### PIB

AÑO	PORCENTAJE
2011	7,80%
2012	5,10%
2013	3,98%



**Fuente: Banco Central del Ecuador**

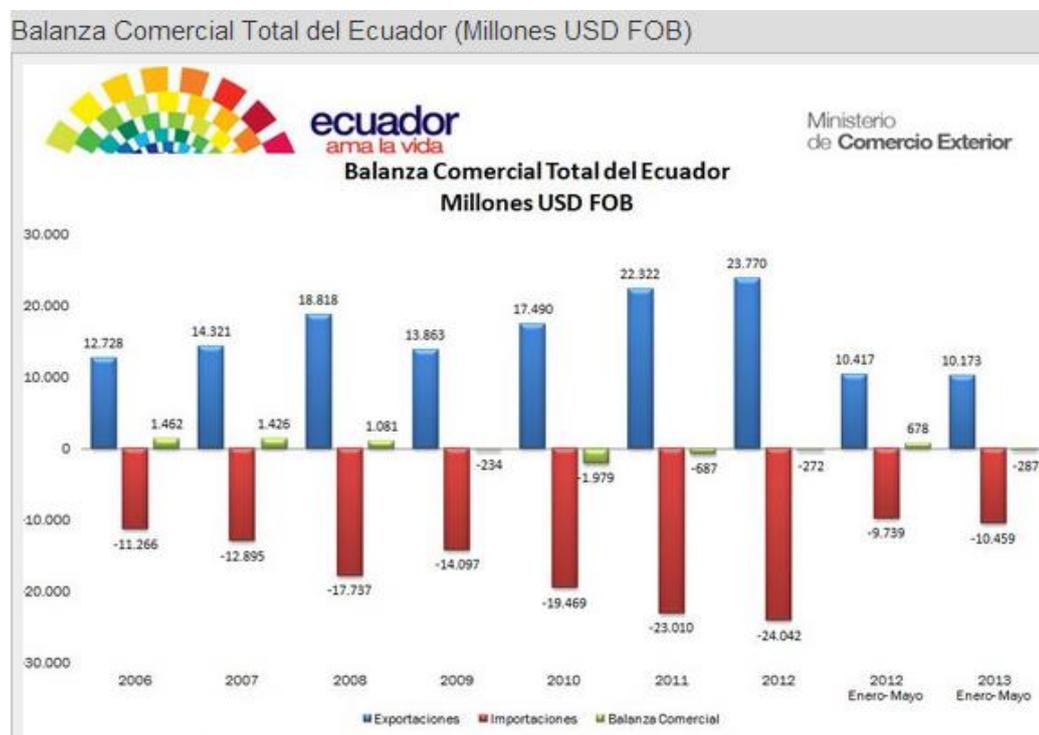
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

#### ANALISIS

El producto interno bruto es uno de los factores que influyen en el comportamiento de toda empresa ya que el crecimiento o decrecimiento de los diferentes sectores marcan las oportunidades de negocio.

### 2.01.01.03 BALANZA COMERCIAL

Es el saldo de la diferencia entre exportaciones e importaciones de los bienes que un país que se vende al exterior y los que compra a otros países.

**FIGURA N° 03****BALANZA COMERCIAL**

**Fuente: Ministerio de Comercio Exterior**

**Elaborado por: Ministerio de Comercio Exterior**

**ANÁLISIS**

La balanza comercial en el caso del proyecto se medirá por los riesgos de aumento de aranceles a las importaciones, que sería desfavorable para los costos finales.

**2.01.01.04 TASA DE INTERÉS**

Es el porcentaje al que se está invertido un capital en un tiempo determinando lo que se refiere como el precio del dinero en el mercado financiero.



#### 2.1.1.4. 1 TASA ACTIVA

Es lo que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados.

**TABLA N° 03**

FECHA	VALOR
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %

**Fuente: Banco Central del Ecuador**  
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**

**FIGURA N° 04**



**Fuente: Banco Central del Ecuador**  
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**

#### ANÁLISIS

La tasa de interés activa afecta a toda empresa cuando empieza sus actividades porque el valor de los intereses deben cargarse a los costos finales, pero en el caso de inicio de una empresa que no cuenta con capital propio el hecho de acceder a un crédito es favorable.



### 2.01.01.04.02 TASA PASIVA

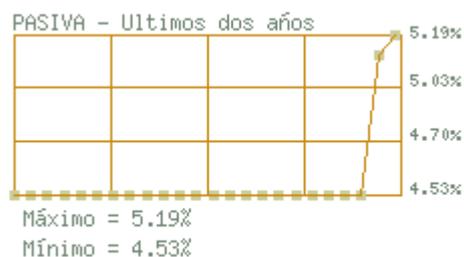
Es el pago que los intermediarios financieros ofrecen por el dinero rotado en una cuenta bancaria o por la fijación a plazo fijo.

**TABLA N° 04**

FECHA	VALOR
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %

**Fuente: Banco Central del Ecuador**  
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**

**FIGURA N° 05**



**Fuente: Banco Central del Ecuador**  
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**

### ANÁLISIS

La tasa de interés pasiva nos paga un porcentaje el banco por el movimiento del dinero en una cuenta bancaria pero en caso del inicio de una empresa que no cuenta con capital esto no generaría ninguna alteración para el proyecto.



## 2.01.02 FACTOR SOCIAL

### 2.01.01.01 TASA DE DESEMPLEO

Es la desocupación en el mercado de trabajo, que se hace referencia a la situación del trabajador que carece de empleo y, por tanto, de salario. El proyecto en consecuencia dará un crecimiento futuro de empleo.

**TABLA N° 05**

FECHA	VALOR
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**

**FIGURA N° 06**



**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**

## ANÁLISIS

La tasa de desempleo en aumento implica una desventaja para la empresa, ya que existen menos ingresos para inversión esto nos generaría que el proyecto tenga menos trabajadores e implicaría una baja venta de productos y que nos conllevaría al cierre de la comercializadora.

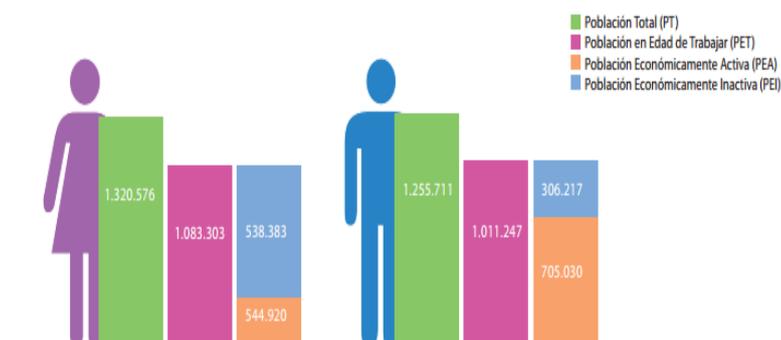
### 2.01.01.02 P.E.A

Es la cantidad de personas que se han integrado al mercado de trabajo que está en relación a los habitantes en edad laboral o que trabaja en un empleo remunerado o se encuentra en plena búsqueda de empleo.

### FIGURA N° 07

### DESEMPLEO

¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA?



Fuente: INEC

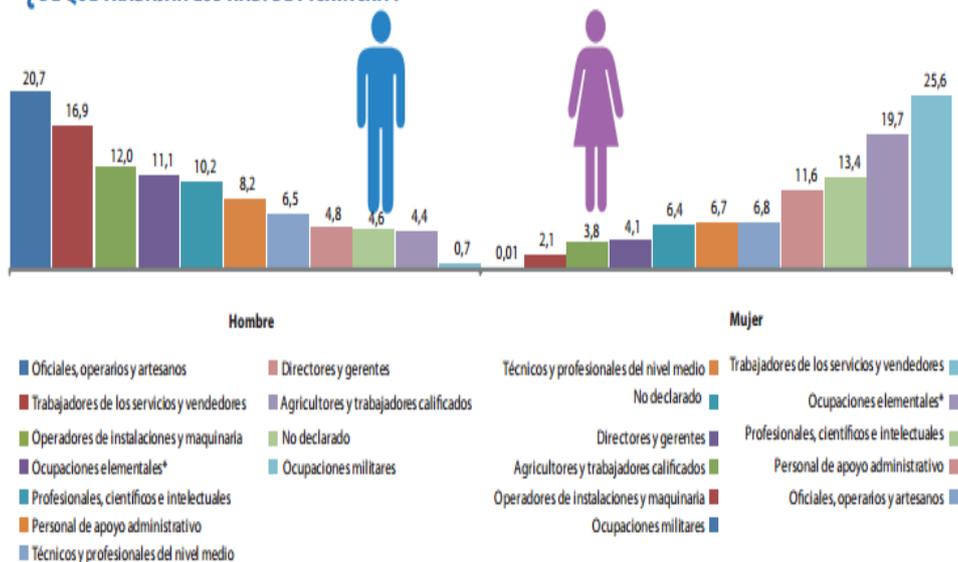
Elaborado por: INEC

### FIGURA N° 08

### DESEMPLEO

### ¿DE QUÉ TRABAJAN LOS HAB. DE PICHINCHA?

\*Personas ocupadas de 10 años y más.



Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

### ANÁLISIS

Este factor nos representa el porcentaje o el número de personas que se encuentran trabajando en una actividad establecida, como lo podemos apreciar que el sector de agricultura el del 12% que esto nos determina una ventaja para la comercialización de las protecciones de seguridad industrial.

#### 2.01.01.02 CANASTA BASICA

Es el conjunto de bienes y servicios que consumen los hogares o tienen la probabilidad de consumir mensualmente. La canasta básica se encuentra en un valor de \$ 634,67 USD.

### ANÁLISIS

Este factor no afecta en ninguna forma ya que en la canasta básica no incluye los artículos de protección de seguridad industrial, ya que esto es obligación de cada empresa facilitar a cada trabajador.



### **2.01.03 FACTOR LEGAL**

#### **1. CONSTITUCION DE LA EMPRESA**

- ✓ CIA. LTDA.
- ✓ CAPITAL: \$800
- ✓ 2 SOCIOS MÍNIMO
- ✓ 15 SOCIOS MÁXIMO

#### **2. R.U.C**

- ✓ Formulario 01A y 01B.
- ✓ Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención.
- ✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- ✓ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- ✓ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

#### **3. PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS**

- ✓ Solicitud de inspección del local;
- ✓ Informe favorable de la inspección;
- ✓ Copia del RUC; y,
- ✓ Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)



#### **4. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

- ✓ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- ✓ Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- ✓ Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- ✓ Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- ✓ Plano del establecimiento a escala 1:50.
- ✓ Croquis de ubicación del establecimiento.
- ✓ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

#### **5. LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS – LUAE**

- ✓ Formulario único de solicitud de LUAE.
- ✓ Copia de RUC.
- ✓ Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal.
- ✓ Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones.



- ✓ Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MIPRO (sólo para jurídicos).
- ✓ En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo (sólo para artesanos).
- ✓ Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal. En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

#### **2.01.04 FACTOR TECNOLÓGICO**

Son los cambios en la tecnología que afectan al sector tanto en su parte industrial, como en su parte comercial y administrativa. La finalidad de las variables externas da un mejoramiento productivo de las empresas para poder así ser más competitivos.

El aprovechamiento de nuevos recursos tecnológicos o el crecimiento de la empresa para generar así un valor agregado para la empresa y los productos, la problemática de algunas empresas con las nuevas tecnologías hacen que cuenten con poco presupuesto para adquirirlas. La competitividad de las nuevas tecnologías genera una rentable y eficiente actividad. Las empresas deben estar innovando continuamente su tecnología. Una buena adopción tecnológica brinda grandes beneficios para las pequeñas y medianas empresas (Pymes) ya que esto da la oportunidad de enfocarse en sus procesos más importantes y aumentando por ende la competitividad de la empresa.



## 2.02 ENTORNO LOCAL

### 2.02.01 CLIENTES POTENCIALES

Cliente potencial son las personas, empresas u organizaciones que aún no realizan compras a una cierta empresa pero que son considerados como posibles clientes en el futuro ya que disponen de los recursos económicos y del perfil adecuado para que realicen una compra.

En el sector de Guayllabamba y Checa se obtiene un mercado potencial de 8.800 trabajadores de 80 florícolas, dando que cada una tiene un mínimo de 110 trabajadores.

**TABLA N° 06**

#### CLIENTES POTENCIALES

NOMBRE	DESCRIPCION
FLORICOLA FLOR ETERNA	<b>DIRECCION:</b> LOS ARCOS Y VICTRIA DEL QUINCHE. <b>TIEMPO EN EL MERCADO:</b> 25 AÑOS <b>N° TRABAJADORES:</b> 110 PERSONAS <b>EDAD:</b> 20 – 35 AÑOS <b>AREAS CON PROTECCION:</b> ALGUNAS
FLORICOLA LATITUD “0”	<b>DIRECCION:</b> VILLACIS <b>TIEMPO EN EL MERCADO:</b> 10 AÑOS <b>N° TRABAJADORES:</b> 220 PERSONAS <b>EDAD:</b> 20 – 40 AÑOS <b>AREAS CON PROTECCION:</b> ALGUNAS
	<b>DIRECCION:</b> CAHQIBAMBA <b>TIEMPO EN EL MERCADO:</b> 9 AÑOS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



FLORICOLA SANTA MARTHA	<b>N° TRABAJADORES:</b> 170 PERSONAS <b>EDAD:</b> 19 – 35 AÑOS <b>AREAS CON PROTECCION:</b> FUNIGACION
FLORICOLA LA MORA	<b>DIRECCION:</b> GUAYLLABAMBA <b>TIEMPO EN EL MERCADO:</b> 7 AÑOS <b>N° TRABAJADORES:</b> 190 PERSONAS <b>EDAD:</b> 19 – 30 AÑOS <b>AREAS CON PROTECCION:</b> ALGUNAS
FLORICOLA LA TOLITA	<b>DIRECCION:</b> FILANBANCO <b>TIEMPO EN EL MERCADO:</b> 15 AÑOS <b>N° TRABAJADORES:</b> 170 PERSONAS <b>EDAD:</b> 19 – 40 AÑOS <b>AREAS CON PROTECCION:</b> ALGUNAS

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Elizabeth Minango

## ANÁLISIS

La empresa comercializadora de protecciones para seguridad industrial actualmente ha seleccionado los clientes potenciales para un futuro, siendo así un factor positivo ya que se va a cubrir las falencias que tengan las Florícolas.

### 2.02.02 PROVEEDORES

Se determina a la persona que provee a otra persona de lo necesario o conveniente para un fin determinado para la satisfacción de una necesidad.



TABLA N° 07

## PROVEEDORES

NOMBRE	DESCRIPCION	PROMOCION/ DESCUENTO
<b>EMPRESA SOLEQUIP</b> (EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL)	<b>DIRECCION:</b> Av. De la Prensa <b>TELEFONO:</b> 02 2292527	POR LA COMPRA DE 200 DOLARES DESCUENTO DEL 5%.
<b>FERRITALIA CÍA. LTDA.</b> (EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL)	<b>DIRECCION:</b> G. Goyena 400 y Eloy Alfaro <b>TELEFONO:</b> 2442701	CREDITO DE 30 DIAS SI LA COPRA ES MAYOR A 500 DOLARES
<b>S.I.F.</b> (EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL)	<b>DIRECCION:</b> Chimborazo # 2105 y Francisco de Marcos <b>TELEFONO:</b> 240 0491	NO OFERTAS
<b>CNT</b> (INTERNET Y TELEFONÍA)	<b>DIRECCION:</b> GUAYLLABAMBA <b>TELEFONO:</b> 100	NINGUNA
<b>F&amp;B MUEBLES</b> (MOBILIARIO)	<b>DIRECCION:</b> Calle Pedro Guerrero E15-E y Calle D (Sector 6 de Julio) <b>TELEFONO:</b> 026034406	NINGUNA
<b>DILIPA</b> (PAPELERIA)	<b>DIRECCION:</b> Av. 10 De Agosto N52-15 y Capitán Ramón Borja <b>TELEFONO:</b> 2418640	NINGUNA

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Elizabeth Minango



## ANÁLISIS

La comercializadora ha seleccionado a sus proveedores principales que donde vamos adquirir todo lo necesario y a costos razonables para el inicio de sus actividades a futuro.

### 2.02.03 COMPETIDORES

Es la competencia con otras empresas o que se opone a ellos para conseguir un mismo fin en el ofrecimiento de un bien o servicio el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios.

**TABLA N° 08**

### COMPETIDORES

NOMBRE	DESCRIPCION	PROMOCION/ DESCUENTO
EMPRESA SOLEQUIP	QUITO	NO OFRECE DESCUENTOS
EMPRESA PROSEIN CÍA. LTDA.	QUITO	PRECIOS ALTOS
EMPRESA PROINJO SEGURIDAD INDUSTRIAL	QUITO CARCELEN	PRECIOS ELEVADOS

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

## ANÁLISIS

En el mercado existe una gran cantidad de competidores pero se ha tomado en cuenta a los que distribuyen directamente las protecciones de seguridad industrial a



las Florícolas en la Parroquia de Guayllabamba, la diferencia entre la competencia y la empresa a crearse es dar su valor agregado que será la atención las 24 horas.

## **2.03 ANÁLISIS INTERNO**

### **2.03.01 PROPUESTA ESTRATÉGICA**

Es el desarrollo o implementación de un propósito u objetivos y ponerlos en marcha. Por lo tanto la siguiente propuesta será la creación de una empresa comercializadora de equipos de protección industrial, ubicada en la parroquia de Guayllabamba al norte de Quito.

Para iniciar el desarrollo de la filosofía empresarial se ha elaborado un diseño con el nombre de la empresa, slogan y logotipo.

#### **NOMBRE:**

Comercializadora S.A.M Cía. Ltda.

#### **SLOGAN:**

Calidad y Seguridad, una garantía para el trabajador....

#### **LOGO TIPO:**



**Calidad y Seguridad, una garantía para el trabajador....**

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



### **2.03.01.01 MISIÓN**

Ser una organización líder en comercialización de productos de protección de seguridad industrial de excelente calidad, dentro de un mercado global, fortaleciendo nuevas marca y promoviendo el desarrollo integral de nuestro personal, clientes, proveedores, colaboradores y accionistas, logrando crecimiento, rentabilidad y solidez, con responsabilidad social.

### **2.03.01.02 VISIÓN**

Ser una organización líder e innovadora a nivel nacional en la comercialización de protecciones de seguridad industrial. Nuestra meta es ser la primera opción de adquisición de artículos de protección en seguridad industrial en un periodo del 2014 al 2017 con el compromiso de mejorar continuamente nuestros procesos de comercialización.

### **2.03.01.03 OBJETIVOS**

#### **2.03.01.03.01 OBJETIVO GENERAL**

Cumplir con la normativa establecida por el Gobierno en la creación de una empresa comercializadora de equipos de protección para la prevención de los accidentes y enfermedades de trabajo.

#### **2.03.01.03.02 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Determinar el porcentaje de inseguridad laboral en las Florícolas.
- Presentar interés a la población para la solución de los problemas de inseguridad laboral.



- Determinar promociones con los productos que no tengan acogida con un producto estrella en el mercado.
- Realizar un análisis financiero y económico para la determinación del Capital de Inversión en el Proyecto.

#### **2.03.01.04 PRINCIPIOS Y VALORES**

##### **2.03.01.04.01 PRINCIPIOS**

###### **1. Atención al cliente excelente**

Mediante la capacitación del personal para que el cliente no se mal atendido.

###### **2. Ser divertido**

Que mis empleados tengan su propia personalidad mediante capacitaciones.

###### **3. Ser abierto y honesto**

Todo el mundo agradece la honestidad en las relaciones, y ayuda a vender la imagen de la marca.

###### **4. Hacer más con menos**

Indicándole el cómo saber hacer negocios en la empresa y cual elegir la mejor opción.

###### **5. Humildad**

Hay que observar a los demás y aprender de ellos.



## **2.03.01.04.02 VALORES**

### **1. Honestidad**

Con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar los propósitos de la Empresa.

### **2. Lealtad**

La confiabilidad de la información y el buen nombre de la empresa.

### **3. Convivencia**

Con la disposición al diálogo en la interacción cotidiana como punto de partida de la solución de conflictos.

### **4. Respeto**

La aceptación de la condición inherente a las personas, como seres humanos con deberes y derechos, en un constante proceso de mejora espiritual y material.

### **6. Solidaridad**

Con la ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo; regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la empresa.

### **7. Tolerancia**

Valorando a los demás por lo que son y aceptamos con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.



### **2.03.02 MARKETING MIX**

#### **PRODUCTO:**

El producto es un paquete de características y beneficios que el cliente recibe al adquirir el producto como

- Kit ( Protección Visual, Auditiva, Respiratoria)
- Guantes Industriales
- Calzado de Seguridad.

#### **PRECIO:**

Los precios se los han determinado de acuerdo a la investigación realizada de acuerdo a las encuestas y tomando en cuenta como una referencia más precisa que son los precios de mi competencia.

- |  |       |
|--|-------|
| - Kit ( Protección Visual, Auditiva, Respiratoria) | \$ 15 |
| - Guantes Industriales                             | \$ 6  |
| - Calzado de Seguridad.                            | \$ 45 |

#### **PLAZA:**

La distribución se los realizara al mercado objetivo ya mencionado que son las Florícolas de la Parroquia de Guayllabamba, en las que se comercializara en el canal de Mayorista en el momento y las condiciones adecuadas hasta que llegue a las manos de los Jefes de Ventas de cada Florícola.

#### **PROMOCION:**

Comunicar, informar al cliente sobre la empresa, producto y sus ofertas son los pilares básicos de la promoción, que se llegara mediante la publicidad en volantes, la promoción de ventas, fuerza de ventas y comunicación interactiva (medios como internet).

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



## TIPOS

- **CUPONES:** Es el derechos de descuento u otras facilidades obtenidos por el comprador al obtener un producto.
- **REGALOS PUBLICITARIOS:** Artículos con el logo de la empresa o producto que se entregan al cliente.
- **PREMIOS A LA FIDELIDAD:** Descuentos, facilidades, etc. que se entregan a un cliente por el uso o adquisición continuada o reiterativa de un producto.

### 2.03.03 GESTION ADMINISTRATIVA

La gestión administrativa es muy fundamental ya que se enfrentan a obstáculos cuando se presentan errores administrativos. La empresa contara con un departamento administrativo y está formada por los siguientes cargos:

#### 2.03.03.01 PERFIL DE CARGO DEL GERENTE GENERAL

##### INFORMACION BÁSICA:

**Edad:** entre 25 y 45 años.

**Género:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

**Título:** Administrador de Empresas

##### CONOCIMIENTOS EN:

- Procesos básicos de control gerencial y de liderazgo.
- Herramientas de controles gerenciales, financieros y contables.

#### 2.3.3.1.1 PERFIL DE CARGO DEL CONTADOR (A)

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



### **INFORMACION BÁSICA:**

**Edad:** entre 25 y 45 años.

**Género:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

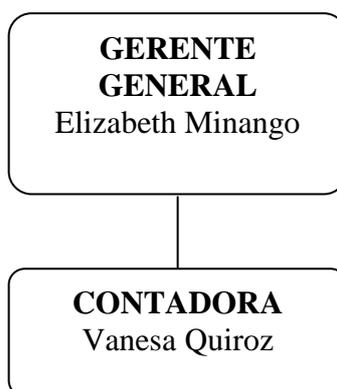
**Título:** Auxiliar o Asistente contable o CPA.

### **CONOCIMIENTOS EN:**

- Manejo de programas básicos de office.
- Leyes y normas que rigen que se aplican al sector de Seguridad Industrial.
- Herramientas de control contable y financiero.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Conocimiento de software contables

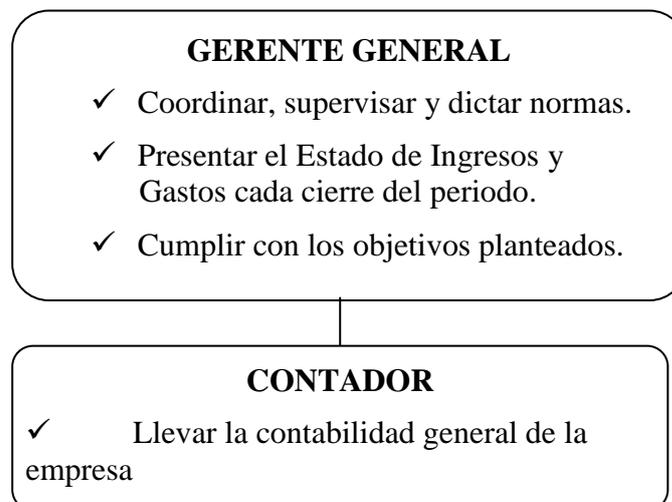
### **2.03.03.01.01.01 ORGANIGRAMA**

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa y se encuentra estructurada por departamentos.





### 2.03.03.01.01.01.01 ORGANIGRAMA DE FUNCIONES



### 2.03.04 GESTION OPERATIVA

Son las funciones que se realizan de forma eficaz las tareas realizadas en la organización y así seguir con sus actividades día a día. La parte operativa estará conformada de la siguiente manera:

#### 2.03.04.01 PERFIL DE CARGO DEL AUXILIR DE BODEGA

##### INFORMACION BÁSICA:

**Edad:** entre 20 – 30 años.

**Género:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

**Título:** Tecnóloga en estudios de sistema.

##### CONOCIMIENTOS EN:

- Capacidad para trabajar bajo presión y facilidad para realizar trabajo en equipo.
- Técnicas de perchaje de los distintos productos.

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



- Mantener las perchas llenos con los equipos de protección.

#### **2.03.04.01.01 ORGANIGRAMA**

**AUXILIAR DE  
BODEGA**

#### **2.03.04.01.01.01 ORGANIGRAMA DE FUNCIONES**

**AUXILIAR DE BODEGA**

- ✓ Control y manejo de Inventarios
- ✓ Recepción de mercancía proveniente de los diferente Proveedores.
- ✓ Despacho de mercancía a mostrador
- ✓ Mantener el orden y aseo de la bodega
- ✓ La bodega debe estar organizada por Marcas

#### **2.03.05 GESTION COMERCIAL**

Se preocupara del cliente y se dotará a través de las ventas, los ingresos de la empresa, además esto se generara como un nexo entre empresa y cliente. La parte comercial estará conformada de la siguiente manera:

#### **2.03.05.01 PERFIL DE CARGO DE VENDEDOR Y CAJERO (A)**

##### **INFORMACION BÁSICA:**

**Edad:** entre 25 y 45 años.

**Género:** indistinto

**Estado civil:** indistinto

**Título:** Tecnóloga en estudios de Ventas.

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



### CONOCIMIENTOS EN:

- Manejo de programas básicos de office.
- Manejo adecuado de Kardex e inventarios.
- Conocimientos de perchaje.

### 2.03.05.01 ORGANIGRAMA

**VENDEDOR /  
CAJERO**

### 2.03.05.01.01 ORGANIGRAMA DE FUNCIONES

**CAJERO / VENDEDOR**

- ✓ Comunicación adecuada.
- ✓ Asesorar a los clientes.
- ✓ Responsabilizarse de sus pertenencias

### 2.05 ANÁLISIS FODA

Es el análisis de variables controlables (las debilidades y fortalezas), y de variables no controlables (las oportunidades y amenazas). Que nos permiten tomar decisiones para un buen funcionamiento de la empresa, proporcionando así buenas estrategias adecuadas en la tomo de decisiones de los administrativos empresariales.

<p><b>F</b> - estar situada en un lugar estratégico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Precios competitivos.</li> <li>- Conocimiento del sector.</li> <li>- Capacitación del personal en seguridad industrial.</li> <li>- Atención las 24 horas.</li> </ul>	<p><b>O</b> - crecimiento del mercado Florícola.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento de fuerza laboral en las Florícolas.</li> <li>- Incremento de la producción nacional a precios bajos.</li> <li>- Apoyo por parte del Gobierno para la exportación de flores.</li> </ul>
<p><b>D</b> - Es una empresa nueva en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poco posicionamiento en el mercado.</li> <li>- No cuenta con capital propio inicial elevado.</li> </ul>	<p><b>A</b> - Competencia con aumento de línea de producto y a bajos precio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento en las ventas de los productos sustitutos.</li> <li>- Creciente poder de negociación de clientes y/o proveedores.</li> </ul>



## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **OBJETIVO**

Tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio está dispuesto a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.

#### **3.01 GENERALIDADES**

##### **3.01.01 PARA QUE UN ESTUDIO DE MERCADO**

Es verificar la posibilidad real de penetración de un producto o servicio en un mercado determinado; con el estudio bien realizado el investigador podrá sentir el riesgo que corre y la posibilidad de éxito. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad"?, después se debe determinar la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto en el área donde está el mercado.



### **3.01.02 DETERMINACIÓN DE LA FUENTE DE INFORMACIÓN**

**PRIMARIAS:** La encuesta se lo realiza a los 80 Jefes de compras de las Florícolas de Guayllabamba y Checa, mediante esto se hace una observación general de cada uno de sus trabajadores para así poder tener mayor veracidad de la información tomada.

**SECUNDARIA:** Como fuentes secundarias tendremos todos aquellos documentos que nos permitan información sobre la investigación, además de los trabajos de proyectos anteriores y los verificables por medio de observación.

### **3.01.03 UNIDAD MUESTRAL**

El método de muestreo para tomar una muestra objetiva es no probabilístico ya que nos determina la decisión de la población real para la aplicación de la encuesta y así determinando un muestreo de conveniencia, mediante esta aplicación nuestra muestra objetiva son los 80 Jefes de compras de las Florícolas de las parroquias de Guayllabamba y Checa.

### **3.01.04 ANALISIS DEL COSUMIDOR**

Es la determinación de estrategias que permitan satisfacer las necesidades de un consumidor con un bien o servicio.



### **3.01.05 DETERMINACION DE LA POBLACION Y MUESTRA**

La Población es el conjunto de elementos de referencia sobre una investigación a realizarse. Esta investigación se la realiza a los 80 Jefes de compras de las Florícolas de Guayllabamba y Checa. Ya que estos son los encargados de la compra directa de equipos de protección industrial para los 8.800 trabajadores de las distintas empresas florícolas de las Parroquias aledañas al sector.

La muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para realizar el estudio correspondiente.

Esta investigación se realiza en la ciudad de Quito en las parroquias de Guayllabamba y Checa dando así una muestra objetiva de 80 Jefes de compras con un total de trabajadores de 8.800 trabajadores.

### **3.01.06 TÉCNICA A UTILIZAR**

El presente proyecto cuenta con una muestra objetiva de 80 jefes de compra que se encargan de establecer cada una de las distintas ordenes de compras de los equipos de protección visual, auditiva, respiratoria, guantes industriales y calzado de seguridad, dando así un estudio mediante la encuesta y la observación en el cual el investigador no podrá modificar los datos ni controlar el proceso de observación.

Tomando en cuenta que por histórico y referencial lo sea obtendremos datos por la observación directa y mediante un focus group que se determinó el cambio de cada uno de los equipos de protección como lo determinamos en lo siguiente:



Protección visual: 2 veces al mes

Protección auditiva: 2 veces al mes

Protección respiratoria: 3 veces al mes

Guantes industriales: 2 veces al mes

Calzado de seguridad: 2 veces al año



**ENCUESTA PARA LA CREACION DE UNA EMPESA DE SUGURIDAD  
INDUSTRIAL.**

**Instituto Tecnológico Superior Cordillera conteste las siguientes preguntas con  
responsabilidad y honestidad.**

**Nombre de la Empresa:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

**Tiempo de Servicio:** \_\_\_\_\_

1.- Cuando usted requiere equipos o implementos de seguridad industrial donde los  
adquiere?

- Mayoristas  
 Minoristas

2. Dentro del segmento de equipo de protección industrial con qué frecuencia se  
realiza la reposición para su uso?

- Mensual  
 2 veces / mes  
 3 veces / mes

3. Cuanto destina la empresa para la compra de cada kit (protección visual, auditiva,  
respiratoria) de equipos de protección industrial por persona?

- \$5 - \$10  
 \$10 - \$ 20  
 \$20 - \$30

4. Cuál es el valor que la empresa destina para la compra de un par de calzado de  
seguridad?

- \$30 - \$40

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA  
LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA  
PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



\$40 - \$50

\$50 - \$60

5. Cuál es la frecuencia de recambio del calzado de seguridad?

1 vez cada 3 meses

1 veces cada 6 meses

1 vez al año

6. Cuál es el valor que la empresa destina para la compra de guantes industriales?

\$5 - \$10

\$10 - \$20

\$20 - \$30

7. Cuál es la frecuencia de recambio de los guantes industriales?

2 veces / mes

3 veces / mes

1 vez al año

8. Dentro de su cartera de proveedores usted elije por preferencia de compra por:

Precios

Calidad

Rapidez en la entrega

8. Los controles en el recambio de los equipos de protección industrial lo realiza



- Comité de seguridad industrial
- Jefes de cada área
- Gerente General
- Guardia

10. Considera usted conveniente la creación de una empresa de comercialización de equipos de protección industrial dentro de ésta Parroquia?

- Si  No

### 3.01.07 ANALISIS DE LA INFORMACION

**Cuando usted requiere equipos o implementos de seguridad industrial donde los adquiere?**

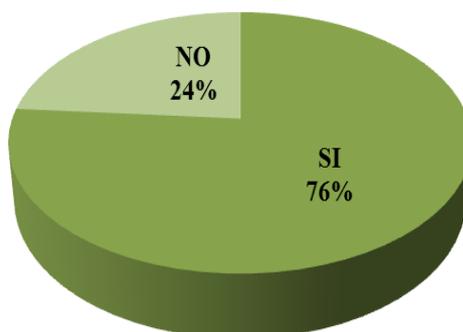
**TABLA N° 09**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONTEO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
• Mayoristas	61	76,25%
• Minoristas	19	23,75%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**FIGURA N° 9**



**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

### **ANÁLISIS**

Los encuestados demuestran en un 76% adquieren a los Mayoristas los equipos necesarios para su empresa lo que esto nos facilita para poder generar o ganar mercado, mientras que un 24% no adquieren a los Mayoristas sino a un Minorista por cercanía y satisfacción rápida de la necesidad.

**Dentro del segmento de equipos de protección industrial con que frecuencia realiza la reposición para su uso?**

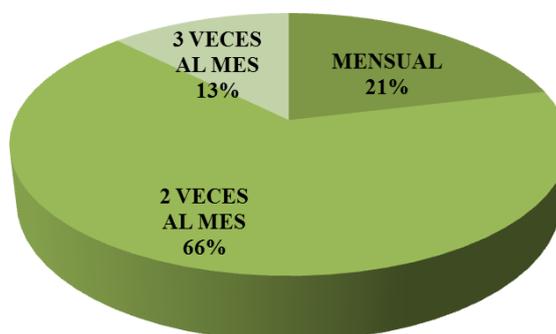
**TABLA N° 10**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONTEO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
• Mensual	17	21,25%
• 2 veces al mes	53	66,25%
• 3 veces al mes	10	12,50%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**FIGURA N° 10**



**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

## **ANÁLISIS**

El 66,25% si cumplen con las leyes establecidas en el cambio de cada uno de los equipos de seguridad industrial así generando una protección a sus trabajadores y obteniendo mejores desempeños, el 33,75% son factores secundarios ya que no se



rigen a una normativa y ponen el riesgo a una contaminación del personal por no tener el uso de las protecciones correspondientes.

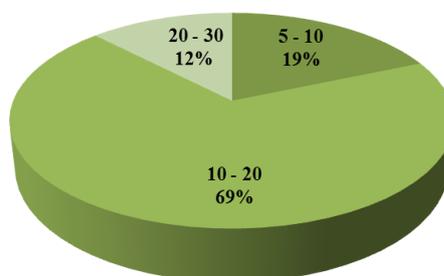
**Cuánto destina la empresa por la compra de cada kit (protección visual, auditiva, respiratoria) de equipos de protección industrial por persona?**

**TABLA N° 11**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONTEO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
• \$5 – \$10	15	18,75%
• \$10 – \$20	55	68,75%
• \$20 – \$30	10	12,50%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de mercado  
**Elaborado por:** Elizabeth Minango

**FIGURA N° 11**



**Fuente:** Investigación de mercado  
**Elaborado por:** Elizabeth Minango  
**ANÁLISIS**

Se puede observar que 69% de los jefes de compras encuestados tienen un rango de 10 a 20 dólares destinados para la compra de cada kit de equipos de seguridad industrial, rango económico de compra representa una gran ventaja.

**Cuál es el valor que la empresa destina para la compra de un par de calzado de seguridad industrial?**

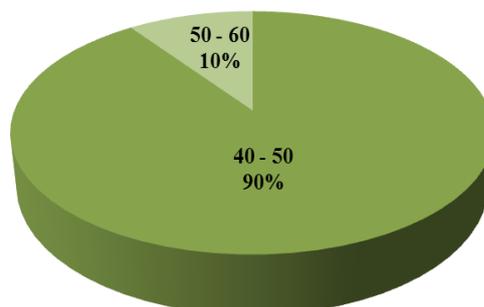
**TABLA N° 12**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONTEO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
• \$30 – \$40	0	0,00%
• \$40 – \$50	72	90,00%
• \$50 – \$60	8	10,00%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado por:** Elizabeth Minango

**FIGURA N° 12**



**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado por:** Elizabeth Minango

## **ANÁLISIS**

El 36% nos indica a que proveedor adquiere los Instrumentos de Seguridad Industrial lo cual no tiene un mercado potencial muy alto, es una ventaja para la Empresa Distribuidora de Instrumentos de Seguridad Industrial.

**Cuál es la frecuencia de recambio del calzado de seguridad?**

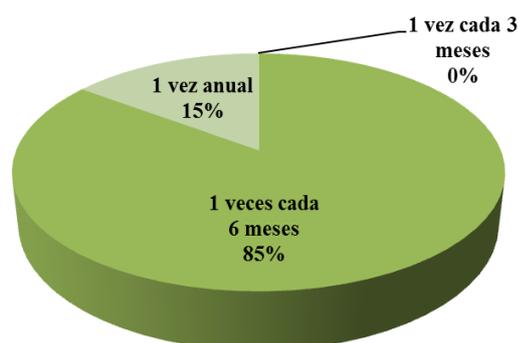
**TABLA N° 13**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONTEO</b>	<b>PORCENTAJES</b>
1 vez cada 3 meses	0	0,00%
1 veces cada 6 meses	68	85,00%
1 vez al año	12	15,00%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**FIGURA N° 13**



**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

### **ANÁLISIS**

Los correspondientes resultados demuestran que la frecuencia de compra del calzado de seguridad industrial se lo hace cada seis meses en lo que nos representa que la compra es de 2 veces anualmente, las empresas se están acogiendo a las leyes correspondientes que tenemos en vigencia.



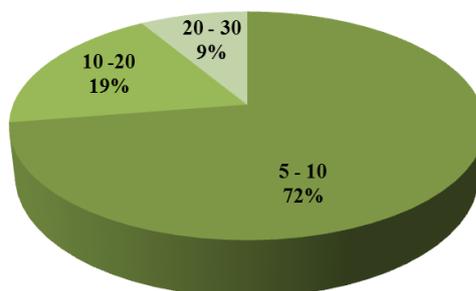
**Cuál es el valor que la empresa destina para la compra de guantes industriales?**

**TABLA N° 14**

OPCIONES	CONTEO	PORCENTAJES
\$5 – \$10	58	72,50%
\$10 – \$20	15	18,75%
\$20 – \$30	7	8,75%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Investigación de mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**FIGURA N° 14**



**Fuente: Investigación de mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

## **ANÁLISIS**

El 72,00% de los jefes de compra encuestados nos determinan su valor aproximado de la compra de guantes industriales, para un mejor desenvolvimiento de sus labores, ya que sienten con la necesidad de utilizar sus implementos necesarios.

**Cuál es la frecuencia de recambio de los guantes industriales?**

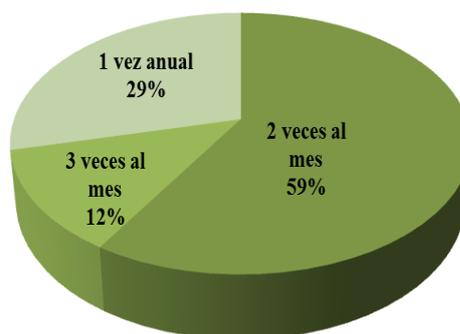
**TABLA N° 15**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONTEO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
2 veces al mes	47	58,75%
3 veces al mes	10	12,50%
1 vez anualmente	23	28,75
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**FIGURA N° 15**



**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

### **ANÁLISIS**

El 59,00% de los jefes de compras encuestados hacen su cambio de acuerdo a lo estipulado con la ley lo que nos representa una compra de dos veces al mes de los guantes industriales.

Dentro de su cartera de proveedores usted elige por preferencia de compra por:

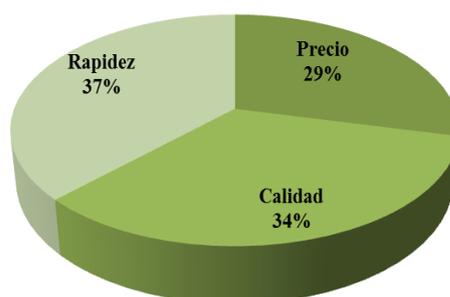
**TABLA N° 16**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONTEO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Precio	23	28,75%
Calidad	27	33,75%
Rapidez de entrega	30	37,50%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**FIGURA N° 16**



**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

### **ANÁLISIS**

El 37,00% de los jefes de compras encuestados prefieren la rapidez de la entrega de los pedidos de cada protección industrial lo nos representa que la empresa debe tomar en cuenta este factor como una fortaleza para poder ingresar en el mercado.

**Los controles en el recambio de los equipos de protección industrial controlan:**

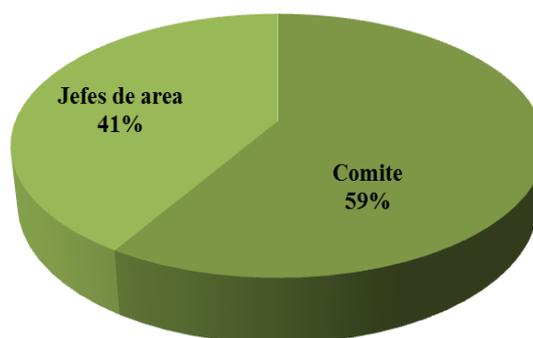
**TABLA N° 17**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONTEO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Comité	47	58,75%
Jefes	33	41,25%
Gerente	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**FIGURA N° 17**



**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

## **ANÁLISIS**

El 59,00% de las empresas tienen una asignación de un Comité de vigilancia para así poder estar en acorde a lo dispuesto por la ley y poder brindar una seguridad a los trabajadores.

Dentro de su cartera de proveedores usted elige por preferencia de compra por:

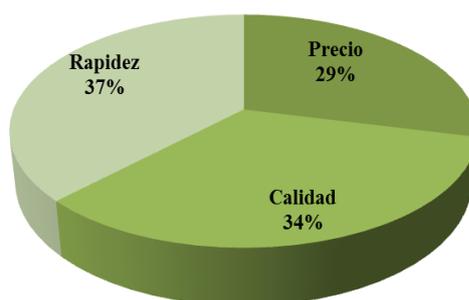
**TABLA N° 18**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONTEO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Precio	23	28,75%
Calidad	27	33,75%
Rapidez de entrega	30	37,50%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**FIGURA N° 18**



**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

### **ANÁLISIS**

El 37,00% de los jefes de compras encuestados prefieren la rapidez de la entrega de los pedidos de cada protección industrial lo nos representa que la empresa debe tomar en cuenta este factor como una fortaleza para poder ingresar en el mercado.

**Considera usted conveniente la creación de una empresa comercializadora de equipos de protección industrial dentro de esta Parroquia?**

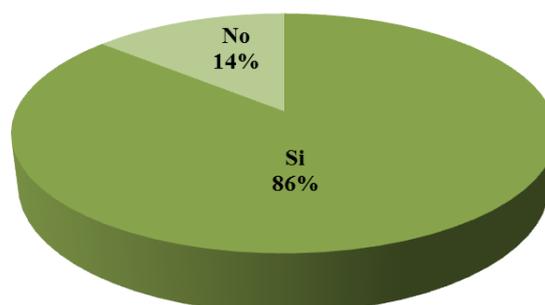
**TABLA N° 19**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONTEO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	69	86,25%
No	11	13,75%
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**FIGURA N° 19**



**Fuente: Investigación de mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

### **ANÁLISIS**

El 86,00% de las empresas aceptan la creación de una comercializadora de los equipos de seguridad industrial la que facilita la adquisición inmediata de los productos al momento de su necesidad.



### 3.02 OFERTA

Es la cantidad de bienes y servicios que los productores ponen en el mercado para que sea consumido.

**TABLA N° 20**

#### OFERTA

EMPRESA	VALOR MONETARIO MESUAL	VALOR MONETARIO ANUAL
EMPRESA SOLEQUIP	\$ 5.300,00	\$63.600,00
EMPRESA PROSEIN CÍA. LTDA.	\$ 3.500,00	\$ 42.000,00
EMPRESA PROINJO SEGURIDAD INDUSTRIAL	\$ 2.200,00	\$ 26.400,00
<b>TOTAL</b>	-	<b>\$ 132.000,00</b>

**Fuente:** Investigación de mercado  
**Elaborado por:** Elizabeth Minango

#### 3.02.01 OFERTA HISTORICA

**TABLA N° 21**

AÑOS	P.I.B SECTORIAL	VALOR MONETARIO
2014	5,00%	125.400,00
2013	7,20%	116.371,20
2012	7,20%	107.992,47
2011	7,60%	99.785,04
2010	7,80%	92.001,81

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Elizabeth Minango



## ANÁLISIS

Nos permitirá conocer la oferta pasada en el sector de Seguridad Industrial en número de artículos que se ha obtenido en años pasados de esta manera establecer planes de acción para la Empresa en el futuro.

### 3.02.02 OFERTA ACTUAL

**TABLA N° 22**

AÑOS	P.I.B SECTORIAL	VALOR MONETARIO
2014	5,00%	125.400,00

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

## ANÁLISIS

El 80% del mercado potencial nos va a permitir que conozcan el producto y será acogido en el área Agrícola para así obtener y plantear las estrategias de acción para la Empresa.

### 3.02.03 OFERTA PROYECTADA

**TABLA N° 23**

AÑOS	P.I.B SECTORIAL	VALOR MONETARIO
2015	5,00%	138.600,00
2016	5,00%	145.530,00
2017	5,00%	152.806,50
2018	5,00%	160.446,83
2019	5,00%	168.469,17

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**



## ANÁLISIS

Permitirá conocer la oferta en número de consumidores que se obtendrá en años futuros de esta manera establecer planes de acción para la Empresa.

### 3.03 PRODUCTOS SUSTITUTOS

Son los bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

**TABLA N° 24**

PRODUCTO	SUSTITUCION
✓ Protección Visual.	Ninguna
✓ Protección Auditiva.	Ninguna
✓ Protección contra caídas.	Ninguna
✓ Protección Respiratoria.	Ninguna
✓ Guantes Industriales.	Guantes Sencillos

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

### 3.04 DEMANDA

Es la cantidad de bienes y servicios que en el mercado requiere para buscar la satisfacción de una necesidad específico a un precio determinado.

#### CALCULO DE LA DEMANDA

El mercado potencial obtenido es de 8800 personas con la aceptación de la creación de la empresa del 86,25%.

$$8.800 * 86,25\% = 7.590 \text{ personas posibles en compras}$$



TABLA N° 25

## DEMANDA

EQUIPOS	USO MENSUAL	POSIBLES COMPRADORES	PORCENTAJE DE LA FRECUENCIA DE CAMBIO DE LAS PROTECCIONES	PRODUCTOS MENSUAL	TOTAL DE PRODUCTOS ANUALES
Kit (visual, auditiva, respiratoria)	2 veces/mes	7.590	66,25%	5.028	120.672
Guantes Industriales	2 veces/mes	7.590	58,75%	4.459	107.016
Calzado de Seguridad	1 vez/6 Meses	7.590	85,00%	6.452	12.904
<b>TOTAL OFERTA</b>		-	-	<b>15.939</b>	<b>240.592</b>

## 3.04.01 DEMANDA HISTORICA

Para la Comercializadora de Equipos de Seguridad Industrial es la identificación de los productos más vendidos, el volumen de ventas que se ha generado para poder así tomar los factores más afluentes.

TABLA N° 26

AÑOS	CRECIMIENTO POBLACIONAL	NÚMERO DE ARTÍCULOS
2014	2,18%	235.347,09
2013	1,52%	231.769,81
2012	1,42%	228.478,68
2011	1,42%	225.234,28
2010	1,95%	220.842,21

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

## ANÁLISIS

La demanda abarca la vida operacional del proyecto es decir periodo de funcionamiento.

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



### 3.04.02 DEMANDA ACTUAL

Es la cantidad y calidad de bienes que se pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor en un momento determinado.

**TABLA N° 27**

AÑOS	CRECIMIENTO POBLACIONAL	NÚMERO DE ARTÍCULOS
2014	2,18%	235.347,09

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

### ANÁLISIS

La demanda actual abarca la vida operacional del proyecto es decir periodo de funcionamiento a un futuro.

### 3.04.03 DEMANDA PROYECTADA

Es determinación de una cierta cantidad proyectada para poder satisfacer el mercado en lo que se refiere en Instrumentos de Seguridad Industrial.

**TABLA N° 28**

AÑOS	CRECIMIENTO POBLACIONAL	NÚMERO DE ARTÍCULOS
2015	2,18%	245.836,91
2016	2,18%	251.196,15
2017	2,18%	256.672,23
2018	2,18%	262.267,68
2019	2,18%	267.985,12

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**



## ANÁLISIS

Se ha realizado una proyección de la demanda a 5 años tomando en cuenta el 2015 como año base de la proyección, con una tasa de crecimiento poblacional del Ecuador que es del 2.8% por cada año los que nos indica de cuánto será la demanda al terminar los 5 años.

### 3.05 BALANCE OFERTA – DEMANDA

#### 3.05.01 BALANCE ACTUAL

Es la determinación del mercado insatisfecho, lo cual S.A.M aprovecha este factor para la venta de los Instrumentos de Seguridad Industrial.

**TABLA N° 29**

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	125.400,00	235.347,09	- 4.301,49

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

#### 3.05.02 DEMANDA PROYECTADA

Es determinación de una cierta cantidad insatisfecha en el mercado para poder satisfacer las necesidades en las Florícolas la que se refiere en Instrumentos de Seguridad Industrial.

**TABLA N° 30**

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	138.600,00	245.836,91	-107.236,91
2016	145.530,00	251.196,15	-105.666,15
2017	152.806,50	256.672,23	-103.865,73
2018	160.446,83	262.267,68	-101.820,85
2019	168.469,17	267.985,12	- 99.515,95

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



## **CAPITULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **OBJETIVO**

Es la información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva empresa en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, y previsiones para la nueva unidad productiva.

#### **4.06 TAMAÑO DEL PROYECTO**

Es la cantidad de producto o servicio en función de su capacidad de producción, durante un período de tiempo determinado. Medidas del establecimiento 15.42m. de largo por 7.33m de ancho.

#### **4.01.01 CAPACIDAD INSTALADA**

Es el volumen de almacenamiento de productos en stock que se puede obtenerse y comercializarse en un período determinado en una cierta rama de actividad.

**TABLA N° 31**

<b>NUMERO</b>	<b>ARTICULO</b>	<b>NUMERO DE ARTÍCULOS ANUALES</b>
<b>1</b>	Kit (Protección Visual, auditiva, respiratoria)	2.800
<b>2</b>	Calzado de seguridad	590
<b>3</b>	Guantes Industriales	4.200
<b>TOTAL</b>		<b>7.590</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**4.01.02 CAPACIDAD ÓPTIMA**

Es el nivel óptimo del 80% de la capacidad Instalada de cada uno de los Instrumentos de Seguridad Industrial que Distribuidora S.A.M tendrá en almacenamiento.

**TABLA N° 32**

<b>NUMERO</b>	<b>ARTICULO</b>	<b>NUMERO DE ARTÍCULOS ANUALES</b>
<b>1</b>	Kit (Protección Visual, auditiva, respiratoria)	2.240
<b>2</b>	Calzado de Seguridad	472
<b>3</b>	Guantes Industriales	3.360
<b>TOTAL</b>		<b>6.072</b>

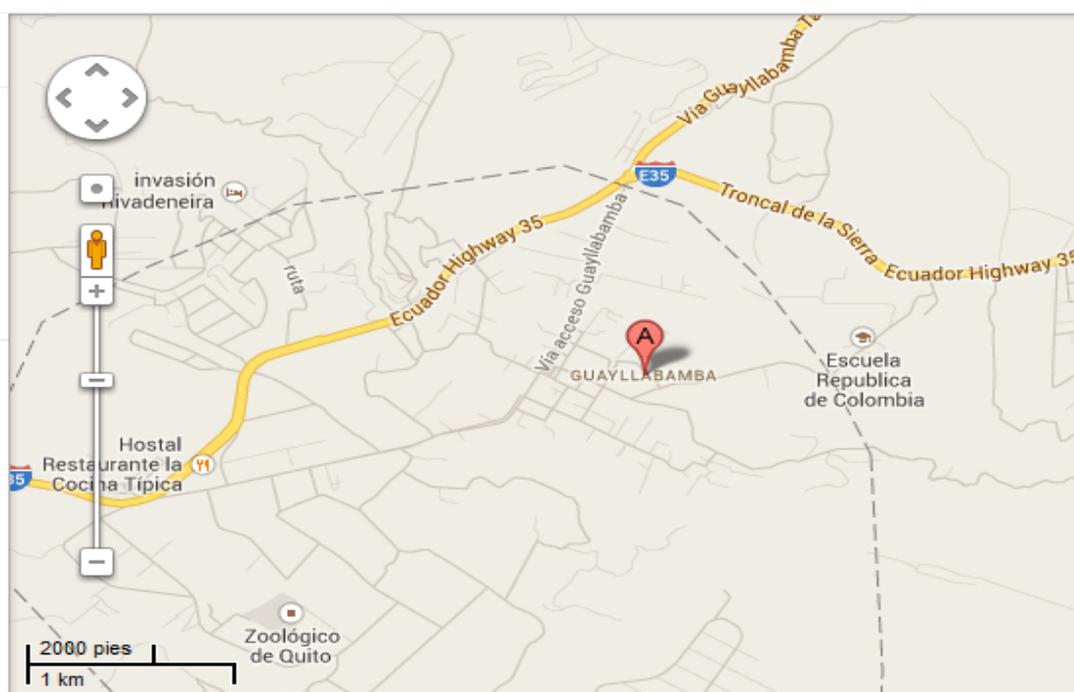
**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

## 4.02 LOCALIZACIÓN

Es las coordenadas geográficas, que permite la identificación de un punto específico para una ubicación exacta.

### 4.02.01 MACRO – LOCALIZACIÓN

Es la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia.



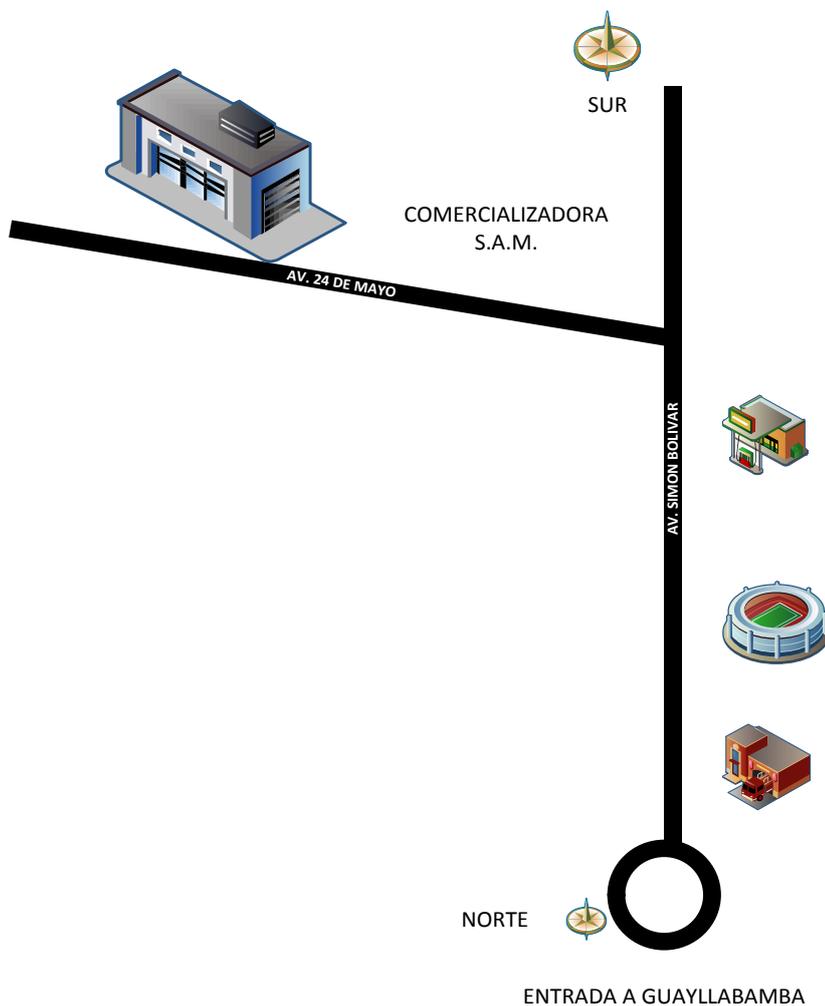
Su ubicación va estar en la Parroquia de Guayllabamba, aquí existe mucha afluencia de personas ya que la transportación es un factor clave, existe un nivel medio de seguridad policial, este sector es una zona en expansión, consta de facilidades bancarias, y todo esto ayuda a optimizar costos.

### 4.02.02 MICRO – LOCALIZACION

Es elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la Empresa.

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



El lugar en donde va a realizar las actividades de Distribución de equipos de protección de seguridad industrial es comercial y existe un gran porcentaje de la población que esta desatendida y se quiere facilitar productos para los clientes potenciales. Su posible ubicación lo demuestra el grafico en el punto rojo (Av. Simón Bolívar y 24 de Mayo).

#### 4.02.03 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

TABLA N° 33

<b><u>VARIABLES</u></b>	
<b><u>FACTOR</u></b>	<b><u>CALIFICACION</u></b>
✓ Costo de arriendo	5%
✓ Cercanía al cliente	20%
✓ Espacio físico	10%
✓ Infraestructura	15%
✓ Proveedores	10%
✓ Vías de Acceso	25%
✓ Permisos Legales	15%
<b><u>TOTAL</u></b>	100%

**Fuente:** Investigación de Mercado  
**Elaborado por:** Elizabeth Minango

#### 4.03 INGENIERIA DEL PRODUCTO

##### - KIT

**Protección Visual:** Son protectores para los ojos hechos de plástico o de materiales de goma flexible asegurados a la cabeza con una correa de goma flexibles con cuerdas de anteojos regulares.

**Protección Auditiva:** Formadas por un arnés de cabeza de metal o de plástico que sujeta dos casquetes hechos casi siempre de plástico. Este dispositivo encierra por completo el pabellón auditivo externo y se aplica herméticamente a la cabeza por medio de una almohadilla de espuma plástica o rellena de líquido.



**Protección Respiratoria:** Es el de proteger las vías respiratorias, de elementos contaminantes, que en forma de partículas pequeñas, polvos, gases, vapores, nieblas o humos, que puedan afectar de una u otra forma la salud del trabajador.

- **CALZADO DE SEGURIDAD:** Para evitar el riesgo de resbalamiento se usan suelas externas de caucho o sintéticas en diversos dibujos; esta medida es particularmente importante cuando se trabaja en pisos que pueden mojarse o volverse resbaladizos. El material de la suela es mucho más importante que el dibujo, y debe presentar un coeficiente de fricción elevado.

- **GUANTES INDUSTRIALES:** Es un cuero procesado el cual es muy útil por su docilidad permitiendo al operario realizar diversas funciones como manejo de cualquier tipo de herramienta.

#### **4.03.01 DEFINICIÓN DEL B Y S**

El bien es lo que se puede tocar, ver y transportar fácilmente de un lugar a otro.

El servicio es lo que no se puede tocar ni ver, pero también satisface alguna necesidad.

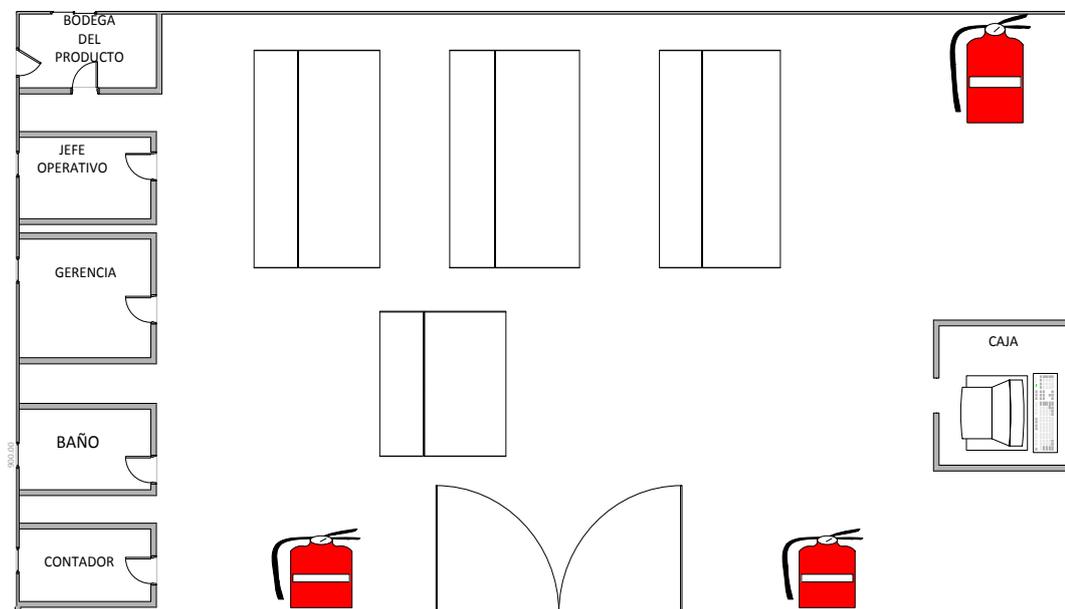
#### **4.03.02 DISTRIBUCION DE PLANTA**

##### **DISTRIBUCION PLANTA BAJA**

- 1) Gerencia General
- 2) Contador
- 3) Jefe Operativo
- 4) Área de Bodega
- 5) Caja (Recepción del Dinero)

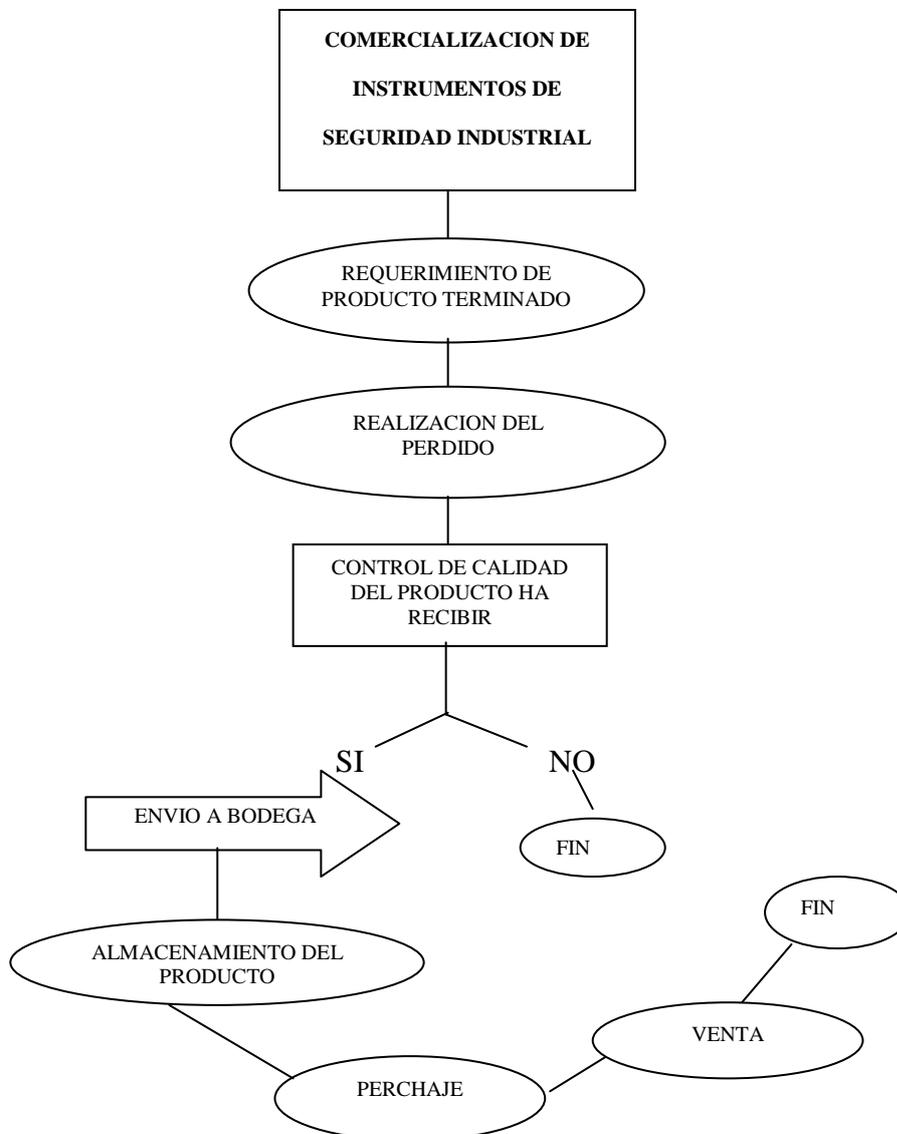
6) Exhibidores de los productos

7) Baño

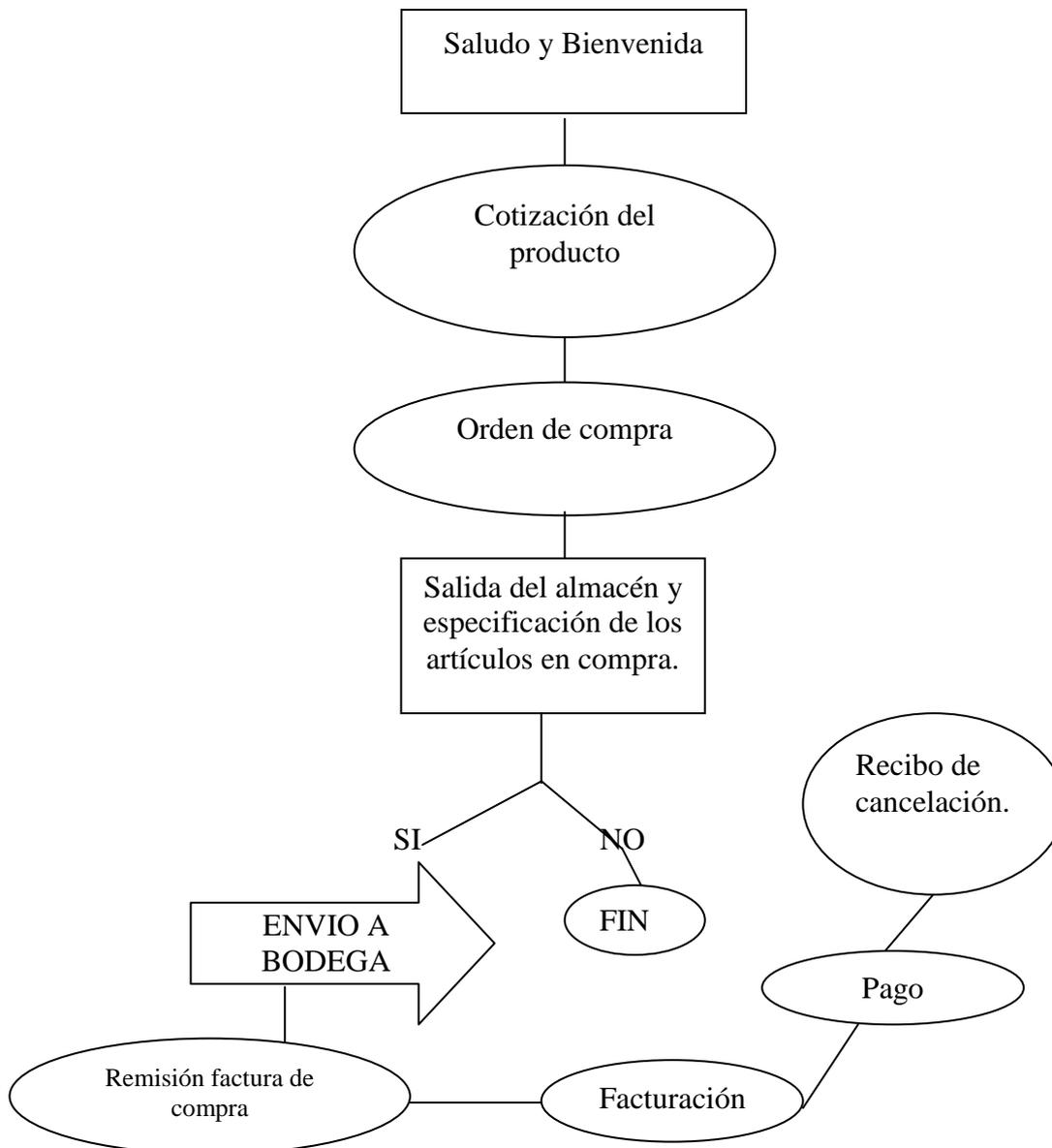


### 4.03.03 PROCESO PRODUCTIVO

#### 4.03.03.01 DIAGRAMA DE FLUJO



#### 4.03.03.01.01 DIAGRAMA DE FLUJO DE VENTA





#### 4.03.04 MAQUINARIA

La Comercializadora de Equipos de Seguridad Industrial S.A.M no tendrá maquinaria ya que se dedica a distribuir productos terminados.

#### 4.03.05 EQUIPOS

Los equipos a utilizarse son de gran importancia para el giro del negocio, a continuación enlistamos lo más importante para la Empresa Comercializadora de Equipos de Seguridad Industrial S.A.M:

**TABLA N° 34**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Cámaras de Seguridad	4	\$ 25.00	\$ 100.00
Caja Registradora	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Ventiladores	4	\$ 60.00	\$ 240.00
Extintores	3	\$ 40.00	\$ 120.00
Exhibidores	50	\$ 50.00	\$ 2,500.00
Vitrinas	35	\$ 100.00	\$ 3,500.00
Escritorios	4	\$ 120.00	\$ 480.00
Archivadores	5	\$ 100.00	\$ 500.00
Sillones Ejecutivos	3	\$ 125.00	\$ 375.00
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>\$ 870.00</b>	<b>\$ 8,065.00</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**TABLA N° 35**

<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computadores Portátiles	4	\$ 850.00	\$ 3,400.00

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**



TABLA N° 36

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Impresora multifuncional	3	\$65.00	\$195.00
Teléfonos de escritorio	3	\$35.00	\$105.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 300,00</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaborado por: Elizabeth Minango

TABLA N° 37

<b>ÚTILES DE OFICINA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Caja de esferos	4	\$ 3,70	\$ 14,80
Grapadoras y Perforadora	6	\$ 2,70	\$16,20
Carpetas	10	\$ 3,50	\$ 35,00
Papel Bond	5	\$ 6.50	\$ 32,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$98,50</b>

Fuente: Investigación de Mercado  
Elaborado por: Elizabeth Minango

## CAPÍTULO V

### 5.01 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

Los ingresos Operacionales son todos los aumentos brutos del patrimonio originado directamente en el desarrollo de una actividad que se genera nuestro ingreso adicional del Capital inicial.

**TABLA N° 38**

	<b>TOTAL INGRESOS OPERACIONALES ANUAL</b>
<b>KIT</b>	\$35,000.00
<b>CALZADO</b>	\$25,075.00
<b>GUANTES</b>	\$16,800.00
	<b>\$76,875.00</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

### 5.02 COSTOS

Es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio.

#### 5.02.01 COSTOS DIRECTOS

Son aquellos que se pueden identificar plenamente o asociar a los productos y servicios procesados o ejecutados en un periodo determinado en el inicio de sus actividades.

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
 COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA  
 LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA  
 PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



TABLA N° 39

## COSTOS DIRECTOS DE LOS ARTICULOS

	ARTICULOS	2014	
		EN DOLARES	
		ANUALES	Valor Unitario
<b>KIT</b>	2800	\$12.50	\$35,000.00
<b>CALZADO</b>	590	\$42.50	\$25,075.00
<b>GUANTES</b>	4200	\$4.00	\$16,800.00
			\$76,875.00

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

## 5.02.02 COSTOS INDIRECTOS

Son aquellos costos que afecta al proceso productivo en general de uno o más productos, por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación, sino en todos los productos que S.A.M tendrá para su venta.

TABLA N° 40

COSTOS INDIRECTOS/ANUAL	
Servicios Básicos	\$ 960,00
Vehículo	\$ 8.500,00
Publicidad	\$2.004,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11.464,00</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**



### 5.02.03 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas.

**TABLA N° 41**

#### SUELDOS DEL PERSONAL

Descripción	Cantidad	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte al IEES 12,32%	Valor total
Gerente	1	\$500.00	\$41.67	\$28.33	\$61.60	\$631.60
Contador	1	\$350.00	\$29.17	\$28.33	\$43.12	\$450.62
Vendedor - Cajero	1	\$340.00	\$28.33	\$28.33	\$41.89	\$438.55
Auxiliar de Bodega	1	\$340.00	\$28.33	\$28.33	\$41.89	\$438.55
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>\$1,530.00</b>	<b>\$127.50</b>	<b>\$170.00</b>	<b>\$188.50</b>	<b>\$2,016.00</b>

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Elizabeth Minango

**TABLA N° 42**

#### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Internet	1	\$ 15.00	\$ 15,00
Luz	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Agua	1	\$ 15.00	\$ 15.00
Teléfono	1	\$ 25.00	\$ 25.00
<b>Total</b>			<b>\$ 80.00</b>

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Elizabeth Minango



#### 5.02.04 COSTO DE VENTAS

Son los costos en que se incurre en un bien, o para prestar un servicio, además se puede decir que es un valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

**TABLA N° 43**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Publicidad esferos	100	0.25 ctv.	\$25.00	\$300.00
llaveros y vasos publicitarios	120	0.35 ctv.	\$42.00	\$504.00
Volantes	1000	0.10 ctv.	\$100.00	\$1,200.00
<b>TOTAL</b>				<b>2,004.00</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

#### 5.02.05 COSTOS FINANCIEROS

Son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la Empresa.

#### 5.02.06 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los Costo Fijo son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios.

Los Costos Variable son aquellos que se modifica de acuerdo a las variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad) en este caso será el volumen de la distribución o venta de los productos de Seguridad Industrial, que se trata tanto de bienes como de servicios.



TABLA N° 44

## COSTOS FIJOS Y VARIABLES

CUANTAS	COSTO FIJO ANUAL	COSTO VARIABLE ANUAL
Gastos Administrativos	\$ 22,293.18	
Gastos de Ventas	\$ 2,004.00	
Gastos Financieros	\$ 886.92	
Servicios Básicos		\$ 960,00

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Elizabeth Minango

## 5.02 INVERSIONES

Se las relaciona con el ahorro o la ubicación de capital, y la postergación del consumo.

## 5.02.01 INVERSION FIJA

Tiene una vida útil mayor a un año y se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios, muebles y enseres, vehículos, etc.

## 5.02.01.01 ACTIVOS FIJOS

Son los bienes que una empresa utiliza de manera continua en un periodo normal de sus operaciones, representando así el conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.



TABLA N° 45

## ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	VALOR MONETARIO
Local Comercial	\$ 1.800,00
Vehículo	\$ 8.500,00
Útiles de Oficina	\$ 98,50
Equipo Computación	\$ 3.400,00
Muebles y Enseres	\$ 8.065,00
Equipo de Oficina	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22.163,50</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Elizabeth Minango

## 5.02.01.02 ACTIVOS NOMINALES

TABLA N° 46

## ACTIVOS NOMINALES

ACTIVOS NOMINALES	VALOR MONETARIO
Gastos Constitución	200.00
Capacitación Personal	420.00
Imprevistos	50.00
<b>TOTAL</b>	<b>670.00</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Elizabeth Minango

## 5.02.02 CAPITAL DE TRABAJO

Es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

**TABLA N° 47****CAPITAL DE TRABAJO**

Descripción	TOTAL
Caja – Bancos	\$ 9.9942,20
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.9942,20</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

**5.02.03 FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDO**

Es el dinero o un aporte de una Entidad Financiera para que de esta forma poder denominar capital.

**TABLA N° 48****USO DE FONDOS**

	VALOR MONETARIO TOTAL	REC. PROPIO	BANCOS	PROVEEDOR
<b>INVERSION FIJA</b>				
Arriendo Local Comercial	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00		
Útiles de oficina	\$ 98,50	\$ 98,50		
Equipo de Computación	\$ 3.400,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	
Muebles y Enseres	\$ 8.065,00	\$ 1.188,15	\$ 6.876,85	
Equipos de Oficina	\$ 300,00	\$ 300,00		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
Vehículo	\$ 8.500,00	\$ 4.250,00	\$ 4.250,00	
Constitución Proceso	\$ 130,91		\$ 130,91	
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>\$ 22.294,41</b>			
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>				
Costos de Ventas	\$ 167,00	\$ 167,00		
Gastos Administrativos	\$ 1.955,53		\$ 1.955,53	
Gastos de Ventas	\$ 438,55	\$ 438,55		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 24.855,49</b>	<b>\$ 9.942,20</b>	<b>\$ 14.913,29</b>	

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



#### 5.02.04 AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO

Es la representación contable de la pérdida de valor o depreciación de carácter irreversible que experimenta el activo no corriente o activo fijo, constituido por el inmovilizado material, lo fundamental es conocer los valores de pago del préstamo emitido en la Institución Financiera.

**TABLA N° 49**

Inversión	:	100%	24,855.49	
Cap. Propio	:	40%	9,942.20	
Financiamiento:		60%	14,913.30	
Plazo	:		24	MESES
Interés	:		15%	0.63%
Pagos	:		MENSUAL	

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	14,913.30	0.00	0.00	0.00	14,913.30
1	14,913.30	94.45	671.77	577.32	14,335.98
2	14,335.98	90.79	671.77	580.98	13,755.00
3	13,755.00	87.11	671.77	584.66	13,170.34
4	13,170.34	83.41	671.77	588.36	12,581.99
5	12,581.99	79.69	671.77	592.08	11,989.90
6	11,989.90	75.94	671.77	595.83	11,394.07
7	11,394.07	72.16	671.77	599.61	10,794.46
8	10,794.46	68.36	671.77	603.41	10,191.05
9	10,191.05	64.54	671.77	607.23	9,583.83
10	9,583.83	60.70	671.77	611.07	8,972.75
11	8,972.75	56.83	671.77	614.94	8,357.81
12	8,357.81	52.93	671.77	618.84	7,738.97

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**

#### 5.02.05 DEPRECIACIONES

Es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él.



**TABLA N° 50**

<b>Descripción</b>	<b>Año 0</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>
Útiles de Oficina	98.50	10	9.85	9.85	9.85	9.85	9.85
Muebles y Enseres	8,065.00	10	806.50	806.50	806.50	806.50	806.50
Equipos de Oficina	300.00	10	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Equipos de Computación	3,400.00	3	1,133.33	1,133.33	1,133.33	1,133.33	1,133.33
<b>TOTAL</b>	<b>11,863.50</b>		<b>1,979.68</b>	<b>1,979.68</b>	<b>1,979.68</b>	<b>1,979.68</b>	<b>1,979.68</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

#### **5.02.06 ESTADO DE SITUACION INICIAL**

Es el documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable.



**ESTADO DE SITUACION INICIAL**  
**EMPRESA DISTRIBUIDORA DE INSTRUMENTOS DE**  
**SEGURIDAD INDUSTRIAL "S.A.M"**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTES</b>		<b>8.500,00</b>	<b>PASIVOS FIJOS</b>
Caja/ Bancos	9.942,20	Préstamo por Pagar	14.913,30
Mercadería	7.000,00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>14.913,30</b>
		<b>PATRIMONIO</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>8.167,16</b>	Activo – Pasivo	1.753,86
Arriendo Local	1.800,00	<b>CAPITAL</b>	<b>1.753,86</b>
Útiles de Oficina	65,90		
Equipos de computación	1.839,28		
Muebles y Enseres	4.337,00		
Equipo de Oficina	124,98		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b><u>16.667,16</u></b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b><u>16.667,16</u></b>

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



### 5.02.07 ESTADO DE RESULTADOS

Muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado, es decir el dinero que tendrá para poder reinvertir.

#### ESTADO DE RESULTADOS EMPRESA COMERCIALIZADORA "S.A.M"

**TABLA N° 51**

Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
<b>VENTAS</b>	119,100.00	125,640.38	132,539.92	139,818.36	147,496.48
Costo de Producción	76,875.00	81,229.46	85,830.57	90,692.30	95,829.42
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>42,225.00</b>	<b>44,410.92</b>	<b>46,709.35</b>	<b>49,126.05</b>	<b>51,667.06</b>
Gastos Operacionales	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos Administrativos	22,293.18	22,944.14	23,614.11	24,303.65	25,013.31
Gastos de Ventas	2,004.00	2,062.52	2,122.74	2,184.73	2,248.52
Gastos Financieras	886.92	322.27	0.00	0.00	0.00
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>17,040.89</b>	<b>19,081.98</b>	<b>20,972.50</b>	<b>22,637.68</b>	<b>24,405.23</b>
Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros Egresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Utilidad A.P.E.I.</b>	<b>17,040.89</b>	<b>19,081.98</b>	<b>20,972.50</b>	<b>22,637.68</b>	<b>24,405.23</b>
15 % Participación Laboral	2,556.13	2,862.30	3,145.87	3,395.65	3,660.78
<b>Utilidad Antes de I.R.</b>	<b>14,484.76</b>	<b>16,219.69</b>	<b>17,826.62</b>	<b>19,242.03</b>	<b>20,744.44</b>
25% Impuesto a la Renta	3,621.19	4,054.92	4,456.66	4,810.51	5,186.11
<b>Utilidad Neta</b>	<b>10,863.57</b>	<b>12,164.76</b>	<b>13,369.97</b>	<b>14,431.52</b>	<b>15,558.33</b>
Depreciaciones	1,979.68	1,979.68	1,979.68	1,979.68	1,979.68
Amortizaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>EXCEDENTE OPERACIONAL</b>	<b>12,843.25</b>	<b>14,144.45</b>	<b>15,349.65</b>	<b>16,411.20</b>	<b>17,538.02</b>

**Fuente:** Investigación de Mercado  
**Elaborado por:** Elizabeth Minango



#### **5.02.08 FLUJO DE CAJA**

Son las entradas y salidas de caja o efectivo, en un período determinado, es necesario detallar en movimiento del dinero que tendrá en un periodo contable.



## FLUJO DE CAJA

EMPRESA COMERCIALIZADORA "S.A.M"

**TABLA N° 52**

	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>	<b>AÑO 2019</b>
Ingreso por Ventas	119,100.00	125,640.38	132,539.92	139,818.36	147,496.48
(-) Costos Variables	(25,184.11)	(25,184.11)	(25,184.11)	(25,184.11)	(25,184.11)
= Margen de Contribución	93.915,89	100.456,27	107.355,81	114.634,25	122.312,37
(-) Costos Fijos	(25,184.11)	(25,184.11)	(25,184.11)	(25,184.11)	(25,184.11)
= Utilidad antes Impuestos	68.731,78	75.272,16	82.171,70	89.450,14	97.128,26
(-) Impuestos (25%)	17.182,95	18.818,04	20.542,93	22.362,54	24.282,07
= Utilidad después de Impuestos	51.548,83	56.454,12	61.628,78	67.087,61	72.846,20
Mas Depreciaciones	1,979.68	1,979.68	1,979.68	1,979.68	1,979.68
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>53.528,51</b>	<b>58.433,80</b>	<b>63.608,46</b>	<b>69.067,29</b>	<b>74.825,88</b>

**Fuente: Investigación de Mercado**  
**Elaborado por: Elizabeth Minango**



### 5.03 EVALUACIÓN

Es la contribución directa o indirectamente de los recursos disponibles en la economía que sean asignados en la forma más racional entre los distintos usos posibles.

#### 5.03.01 TASA DE DESCUENTO

Es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro, no es otra cosa que un porcentaje de oportunidad que se tendrá.

$$\text{TMAR} = i + f + (i \times f)$$

i = inflación

f = costo de oportunidad

Inflación = 3.41%

Costo de  
Oportunidad = 7.75%

$$\text{TMAR} = 0.0341 + 0.0775 + (0.0341 \times 0.08)$$

$$\text{TMAR} = 0.1116 + 0.002643$$

$$\text{TMAR} = 0.114243$$

$$\text{TMAR} = 11.42\%$$

#### 5.03.02 VAN

Es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



Descripción	Año 0	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Inversión Total	-24,855.49			-4,500.00		5,365.08
Excedente Operacional		12,843.25	14,144.45	15,349.65	16,411.20	17,538.02
<b>FLUJOS DE EFECTIVO</b>	<b>-24,855.49</b>	<b>12,843.25</b>	<b>14,144.45</b>	<b>10,849.65</b>	<b>16,411.20</b>	<b>22,903.10</b>

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -24,855.49 + \frac{12,843.25}{1.11424275} + \frac{14,144.45}{1.241536906} + \frac{10,849.65}{1.383373496} + \frac{16,411.20}{1.541413889} + \frac{22,903.10}{1.71750925}$$

$$VAN = -24,855.49 + 11,526.44 + 11,392.69 + 7,842.89 + 10,646.85 + 13,335.07$$

$$VAN = -24,855.49 + 54,743.94$$

$$VAN = 29,888.45$$

$$VAN = \$29,232.14$$

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



### 5.03.03 TIR

Es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, este factor implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir", el dinero obtenido en un periodo determinado.

$$\text{TIR} = 48.66\%$$

### 5.03.04 PRI

Es el periodo de recuperación de la inversión inicial total.

**TABLA N° 53**

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-24,855.49	-24,855.49	1.00	-24,855.49	-24,855.49
1	12,843.25	-12,012.24	0.90	11,526.44	-13,329.05
2	14,144.45	2,132.21	0.81	11,392.69	-1,936.36
3	10,849.65	12,981.86	0.72	7,842.89	5,906.53
4	16,411.20	29,393.06	0.65	10,646.85	16,553.38
5	22,903.10	52,296.16	0.58	13,335.07	29,888.45

**Fuente: Investigación de Mercado**

**Elaborado por: Elizabeth Minango**

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑO Y 10 MESES	<b>PRVC</b>
--------------------------	------------------	-------------

### ANÁLISIS

La inversión se va recuperar en 2 años y 10 meses lo que luego de recuperar la inversión se va a generar re inversiones para mantenernos activos en el mercado.

### 5.03.05 RBC (RELACION COSTO BENEFICIO)

Son los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto, es muy importante ya que se debe saber los beneficios futuros.



### INGRESOS ACTUALES (VENTAS)

INGRESOS	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
	119,100.00	125,640.38	132,539.92	139,818.36	147,496.48

**TMAR= 11,42%**

$$RCB = \frac{\text{INGRESO 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{INGRESO 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{INGRESO 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{INGRESO 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{INGRESO 5}}{(1+i)^5}$$

$$RCB = \frac{119,100.00}{1.11424275} + \frac{125,640.38}{1.241536906} + \frac{132,539.92}{1.383373496} + \frac{139,818.36}{1.541413889} + \frac{147,496.48}{1.71750925}$$

$$RCB = 106,888.74 + 101,197.46 + 95,809.21 + 90,707.86 + 85,878.13$$

$$RCB = 480,481.40$$

### INGRESOS ACTUALES (COMPRAS)

INGRESOS	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
	76,875.00	81,229.46	85,830.57	90,692.30	95,829.42

**TMAR= 11,42%**

$$RCB = \frac{\text{INGRESO 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{INGRESO 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{INGRESO 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{INGRESO 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{INGRESO 5}}{(1+i)^5}$$

$$RCB = \frac{76,875.00}{1.11424275} + \frac{81,229.46}{1.241536906} + \frac{85,830.57}{1.383373496} + \frac{90,692.30}{1.541413889} + \frac{95,829.42}{1.71750925}$$

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



$$\text{RCB} = 68,993.04 + 65,426.54 + 62,044.39 + 58,837.09 + 55,795.58$$

$$\text{RCB} = 311,096.64$$

$\text{RCB} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALES}}{\text{COSTOS ACTUALES}}$

$$\text{RCB} = \frac{480,481.40}{311,096.64}$$

$$= 1.54$$

**RCB= 1,54**

## ANÁLISIS

La Comercializadora S.A.M por cada dólar que tiene para pagar sus deudas tiene a su favor 0,54 ctvs. como ganancia o recuperación.

### 5.03.06 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquel en donde los ingresos totales recibidos se igualan a costos asociados con la venta de un producto ( $\text{IT} = \text{CT}$ ), para la Comercializadora S.A.M será usado para determinar la posible rentabilidad de vender los productos que venderá S.A.M.



## PUNTO DE EQUILIBRIO KIT

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF}}{p - \text{Cvu}}$$

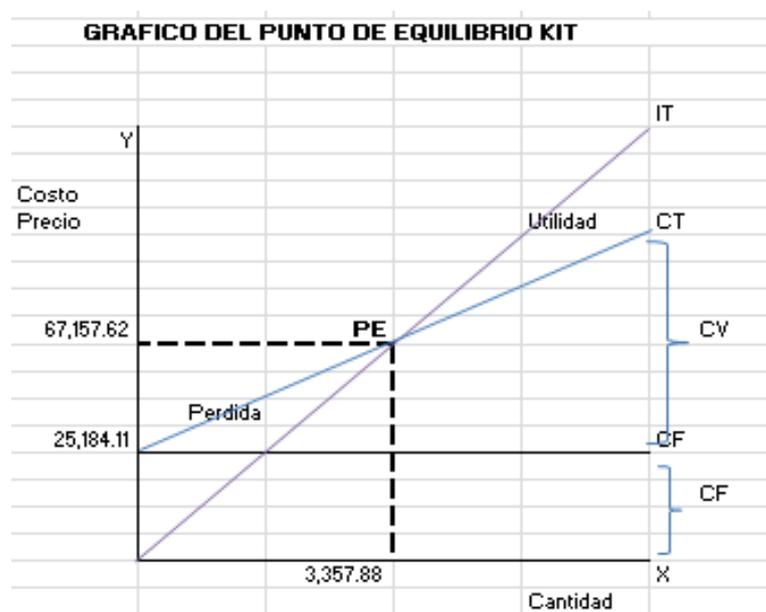
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	22,293.18
Gastos de Ventas	2,004.00
Gastos Financieros	886.92
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>25,184.11</b>

Costo Variable unitario	12.50
-------------------------	-------

Precio	20.00
--------	-------

$$\text{PE} = \frac{25,184.11}{20.00 - 12.50}$$

$$\text{PE} = \frac{25,184.11}{7.50} = 3,357.88 \text{ u}$$



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



### PUNTO DE EQUILIBRIO CALZADO

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

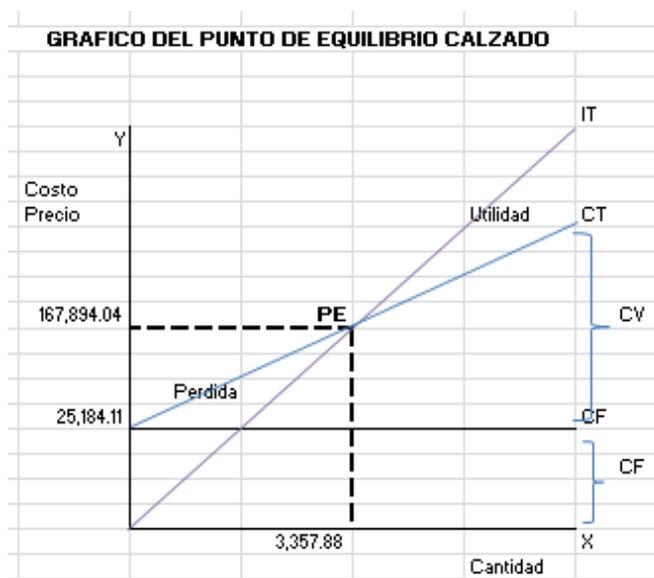
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	22,293.18
Gastos de Ventas	2,004.00
Gastos Financieros	886.92
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>25,184.11</b>

Costo Variable unitario	42.50
-------------------------	-------

Precio	50.00
--------	-------

$$PE = \frac{25,184.11}{50.00 - 42.50}$$

$$PE = \frac{25,184.11}{7.50} = 3,357.88 \text{ u}$$



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



## PUNTO DE EQUILIBRIO GUANTES INDUSTRIALES

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	22,293.18
Gastos de Ventas	2,004.00
Gastos Financieros	886.92
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>25,184.11</b>

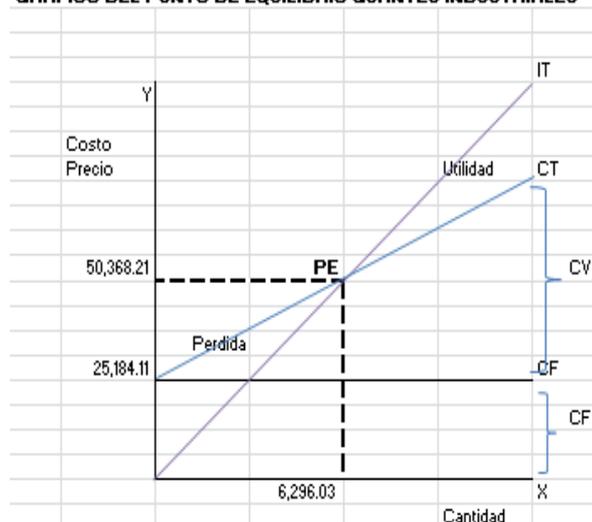
Costo Variable unitario	4.00
-------------------------	------

Precio	8.00
--------	------

$$PE = \frac{25,184.11}{8.00 - 4.00}$$

$$PE = \frac{25,184.11}{4.00} = 6,296.03 \text{ u}$$

GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO GUANTES INDUSTRIALES



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



### 5.03.07 ANALISIS DE LOS INDICES FINANCIEROS

Corresponde a un registro estadístico compuesto, usualmente un número, que trata de reflejar las variaciones de valor o rentabilidades promedio de las acciones que lo componen.

		<b>ANALISIS</b>
<b>ROE= <math>\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}</math></b>  <b>ROE= <math>\frac{10.863,57}{1.753,86}</math></b>	\$ 6,19	Por cada \$ 1,00 que tiene la Empresa en Patrimonio me genera \$ 6,19 ctvs. en Utilidad Neta.
<b>ROA= <math>\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}</math></b>  <b>ROE= <math>\frac{10.863,57}{16.667,16}</math></b>	\$ 0,65	Por cada \$ 1,00 que tiene la Empresa en Activo Total me genera \$ 0,65 ctvs. en Utilidad Neta.
<b>ROI= <math>\frac{\text{Utilidad Neta} * 100}{\text{Inversión}}</math></b>  <b>ROI= <math>\frac{10.863,57 * 100}{24.855,49}</math></b>	43.71%	Por cada \$ 1,00 que tiene la Empresa en Inversión me genera el 43,71% en Utilidad Neta.



## **CAPITULO VI**

### **ANALISIS DE IMPACTOS**

Es la determinación en forma más general si el proyecto produjo los efectos deseados en las personas y si los efectos son atribuibles a la intervención del proyecto.

#### **6.01 IMPACTO AMBIENTAL**

Para la Comercializadora S.A.M los posibles impactos ambientales y sus acciones correctivas siempre se los haga pensando en la conservación del medio ambiente, como se sabe todo proyecto tiene impactos positivos y negativos para el medio ambiente con este estudio se pretende eliminar dichos impactos negativos, y en el caso de existir positivos aprovecharlos al máximo. Por lo tanto, el estudio ambiental permite establecer las implicaciones que no pueden llegar a afectar a los habitantes de la Parroquia de Guayllabamba por el funcionamiento de la Comercializadora S.A.M. Las acciones humanas, motivadas por la consecución de diversos fines, provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social.



A través de la implementación de una comercializadora de productos de Seguridad Industrial se incentivará al bienestar de la Salud ya que la Florícolas utilizan productos tóxicos de las diferentes categorías que actualmente la mayoría utilizan para contrarrestar los problemas en sus productos, que se les presentan en el desarrollo del cultivo, con la implementación de la comercializadora se estará reduciendo un gran porcentaje de enfermedades que generan al utilizar los productos químicos.

Para la Comercializadora de productos de seguridad industrial toma en cuenta los siguientes factores ambientales:

<b><u>COMPONENTES AFECTANTES</u></b>	<b><u>COMPONENTES AFECTADOS</u></b>	<b><u>EFECTOS</u></b>	<b><u>MEDIDAS DE MITIGACION</u></b>
❖ <b><u>DESECHOS SOLIDOS</u></b>	ENTORNO	Acumulación de basura	Colocar en los sitios de mayor afluencia recolectores y respetar el horario de los recolectores Municipales.
❖ <b><u>HIGIENIZACIÓN</u></b>	SUELO AIRE	Contaminación	Reciclar los desechos.

## 6.02 IMPACTO ECONÓMICO

Para la comercializadora de Instrumentos de Seguridad Industrial lo primordial es crear fuentes de trabajo para que así crezca económicamente el personal contratado y a la vez así promoviendo la mejor funcionalidad del motor económico de la ciudad, provincia y el país.



La comercializadora beneficiará económicamente a varios entes, por un lado a los propietarios, las personas que trabajaran en la Comercializadora y la parte más fundamental las que visiten el lugar par al adquisición de los buenos productos a los clientes, la comercializadora podrá cubrir todas sus obligaciones, es por eso que se tendrá una liquidez positiva.

Este tipo de proyecto involucra la contratación de personal calificado y no calificado, la misma que tendrá la capacitación respectiva en cada una de las áreas asignadas.

Las utilidades generadas por la Comercializadora estarán destinadas directamente en gran parte a la reinversión, en la ampliación de la Comercializadora; sea esta en infraestructura u otra inversión que vaya en beneficio del crecimiento de la Comercializadora.

<b>Indicador</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Liquidez Empresarial			X		2
Generación de empleo			X		2
Reinversión de utilidades			X		2
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>		<b>6</b>

## **ANALISIS**

Total de impacto económico = 6/3

Total de impacto económico = 2

Nivel de impacto económico = Medio Positivo

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**



### **6.03 IMPACTO PRODUCTIVO**

El proyecto no tendrá impactos negativos o positivos en el ámbito Productivo ya que no se realizara la elaboración de los productos para que así se puedan forzar cambios técnicos, sino más bien será un ente intermediario de comercialización de equipos de seguridad industrial para las Florícolas de la Parroquia.

### **6.04 IMPACTO SOCIAL**

El ambiente social y cultural influye en la manera en que vive y se comporta la gente, así como en las razones que le impulsan a ello. Además podríamos acotar que son los cambios que puedan favorecer en como una fuente de trabajo dando así el empleo, ingresos, diferente estilo de vida, prácticas culturales, salud, derechos individuales o colectivos, derechos de propiedad.

En el ámbito social la Comercializadora de Instrumentos de Seguridad Industrial S.A.M se enfoca para la prevención de las distintas enfermedades en el sector Florícola, para así poder tener una nueva opción del cuidado de la salud de los moradores de la Parroquia de Guayllabamba.

En este impacto el proyecto prevé que incidirá a corto, mediano y largo plazo, el cambio de hábitos en la compra de los productos de Seguridad Industrial como son las protección visual, auditiva, contra caídas, calzado, los beneficiando a los consumidores de los Instrumentos de Seguridad Industrial de la Parroquia de Guayllabamba el propósito es de reducir de problemas de enfermedades causadas con productos o químicos que no son debidamente utilizados o que contienen



residuos tóxicos que son utilizados por parte de los trabajadores de las Florícolas que solo se preocupan por aumentar los rendimientos de su producción sin pensar en la salud de los demás.

<b>Indicador</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
Hábitos de consumo				X	3
Generación de empresas productivas			X		2
Bienestar comunitario				X	3
<b>TOTAL</b>			<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

## ANÁLISIS

Total de impacto social = 8/3

Total de impacto social = 2,67

Nivel de impacto social = Medio Positivo

## CAPITULO VII

### 7.01 CONCLUSIONES

- Establecidas y cumplidas la Ley de Trabajo con las medidas necesarias de prevención de los accidentes y enfermedades de trabajo laborales.
- El desconocimiento de los productos nos ayudó a determinar el porcentaje mayoritario de inseguridad laboral en las Florícolas, por lo tanto se puede decir que si existe mercado para la venta de los Instrumentos de Seguridad Industrial.
- La población ha presentado interés en solucionar los problemas de inseguridad laboral, así lo demuestra la investigación de mercado realizada, en la que se observa la disponibilidad de comprar de los productos.
- Siempre determinar promociones con los productos que no tengan acogida con un producto estrella en el mercado.



- Pese al criterio conservador al cual se sometió el proyecto, durante el análisis financiero y económico, el mismo resultó económicamente factible, al ser la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR) y el (VAN) nos arrojó positivo.
- La comercializadora promoverá a la Población a no contaminar el Medio Ambiente mediante la ubicación de basureros alrededor de la Comercializadora.

## 7.02 RECOMENDACIONES

- Al ser una Comercializadora nueva en el mercado local, se recomienda implementar un plan de Marketing para dar a conocer la empresa, así las Florícolas cumplan con la Ley de Trabajo y sus medidas necesarias de prevención de los accidentes y enfermedades del trabajo laboral.
- En base a los factores analizados se concluye que la Comercializadora está en capacidad de atender las necesidades y así poder reducir la inseguridad laboral en las Florícolas.
- Crear ideas innovadoras como paquetes promocionales y poner en marcha el desarrollo de la misma y así la población presente interés en solucionar los problemas de inseguridad laboral.
- Tener motivación de compra de a cada uno de los Instrumentos de Seguridad Industrial mediante promociones con los productos que no tengan acogida con un producto estrella en el mercado.
- Se recomienda implementar el proyecto en la Parroquia de Guayllabamba, por su alta rentabilidad ante diferentes escenarios.



- La comercializadora analizara otros Impacto que tengan relación con la misma para u mejor manejo, la cual ubicara basureros alrededor de la Comercializadora.

# ANEXOS

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA  
LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA  
PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**

**ANEXO 01****PROTECCIÓN VISUAL****ANEXO 02****CALZADO DE SEGURIDAD****ANEXO 3****PROTECCION RESPIRATORIA****ANEXO 4****GUANTES INDUSTRIALES****ANEXO 5****PROTECCION AUDITIVA****ANEXO 6****CÁMARAS DE SEGURIDAD**

**ANEXO 7****CAJA REGISTRADORA****ANEXO 8****VENTILADORES****ANEXO 9****EXTINTORES****ANEXO 10****ESCRITORIOS****ANEXO 11****ARCHIVADORES****ANEXO 12****SILLONES EJECUTIVOS**

**ANEXO 13****IMPRESORA****ANEXO 14****FAX****ANEXO 15****TELÉFONO DE ESCRITORIO**



## BIBLIOGRAFIA

- KOTLER, Philip y BLOOM, Paul. Mercadeo de servicios profesionales. Ed. Legis. Santafé de Bogotá. 1988.
- Baca Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos 4ta Ed. McGRAW - HILL 2001 México.
- Baker JL. Evaluación del impacto de los proyectos de desarrollo en la pobreza: manual para profesionales. 2000. Washington: Banco Mundial; 2000.  
Disponible en:  
<http://www.cddhcu.gob.mx/bibliot/publica/inveyana/polisoc/pdf/0403.pdf>
- DAVID, Fred. La gerencia estratégica. Ed. Legis. Santafé de Bogotá. 1990.

## NETGRAFÍA

- INEC: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)
- Banco Central: [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- SRI: [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDUSTRIAL PARA LAS FLORÍCOLAS DE GUAYLLABAMBA Y CHECA, UBICADA EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA AL NORTE DE QUITO.**