



**CARRERA ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MICROMERCADO  
PARA LA VENTA DE PRODUCTOS EN LÍNEA A BASE DE PAQUETES  
CATEGORIZADOS, UBICADO EN QUITO, SECTOR MONJAS, JARDÍN DEL  
VALLE, 2019.**

**Proyecto de Integración Curricular previo a la obtención del título de  
Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera.**

**Autor: Ayala Dávila Briggithe Estefanía**

**Tutor: Andrés Julián Gómez Velasco**

**Quito, Enero 2020**

## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Quito, 31 de octubre del 2019

El equipo asesor del Trabajo de Integración Curricular del Sr. (Srta.) **AYALA DAVILA BRIGGITHE ESTEFANIA** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MICROMERCADO EN LINEA PARA LA VENTA DE PAQUETES CATEGORIZADOS, UBICADO EN EL CANTON QUITO, SECTOR MONJAS, URBANIZACIÓN JARDIN DEL VALLE, AÑO 2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el Trabajo de Integración Curricular, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



GOMEZ VELASCO ANDRES JULIAN  
Tutor del Trabajo de Integración  
Curricular de la Carrera



LEGÑA PROAÑO DIANA GABRIELA  
Lector del Trabajo de Integración  
Curricular de la Carrera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CONSEJO DE CARRERA  
MAYRA ALEXANDRA CHANDI CASTRO  
Delegada de la Unidad de Integración  
Curricular



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
DIRECCIÓN DE CARRERA  
MARÍA FERNANDA BURGA JADAN  
Directora (a) de Carrera  
Carreras de Ingeniería y Producción

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

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



---

Briggithe Estefanía Ayala Dávila

C.C 172647922-1

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Briggithe Estefanía Ayala Dávila portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172647922-1 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MICROMERCADO CON LA VENTA DE PRODUCTOS EN LINEA A BASE DE PAQUETES CATEGORIZADOS UBICADO EN QUITO SECTOR MONJAS JARDIN DEL VALLE 2019.” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



**Briggithe Estefanía Ayala Dávila**  
C.C 172647922-1

**Quito, 31 de octubre de 2019.**

## AGRADECIMIENTO

Durante el desarrollo de mi última etapa dentro del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, deseo extender mis agradecimientos a todas aquellas personas que hicieron posible este proceso de crecimiento personal y profesional; en primer lugar gracias a mi familia por ser ese apoyo constante en cada una de las decisiones; a aquellos docentes quienes si sembraron la pasión y dedicación, quienes me permitieron expresar mis opiniones; a mis amigos, aquellas persona que me ayudaron a ser mejor cada día, que me impulsaron a seguir cuando estaba en momentos grises.

No ha sido sencillo este camino, ha tenido muchos tropiezos y obstáculos; pero agradezco a la vida por darme esas oportunidades, esos destellos de luz que ayudaron a iluminar la oscuridad.

## DEDICATORIA

Mi trabajo de titulación se la dedico con todo mi amor, cariño y respeto a mis padres Jaime y Mary, quienes me han dado su total apoyo en momentos difíciles, que entre sus brazos obtuve la mayor fortaleza para hoy encontrarme aquí; a mis hermanos Angie y Jimmy quienes con su inocencia y pureza han hecho de mi un ser más sano; a mis abuelos José y Blanca que su educación y valores han sido un pilar fundamental de desarrollo en mi carácter y personalidad; a mis tíos, tías, primos y primas que en su momento ayudaron con una palabra de fuerza y empeño para lograr salir adelante; a mis compañeros y amigos de clase que entre risas y disgustos logramos cumplir nuestros objetivos y día a día contábamos con llegar a este momento, a estas instancias donde por cada esfuerzo cobraríamos nuestra recompensa. Gracias a todas estas personas que durante estos tres años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño sea ya una realidad.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xx
CAPÍTULO I.....	1
1. Introducción.....	1
1.01 Justificación.....	2
1.02 Antecedentes.....	3
CAPÍTULO II.....	6
2. Análisis Situacional.....	6
2.01 Ambiente Externo.....	6
2.01.01 Factor Económico.....	7
2.01.01.01 Producto Interno Bruto.....	7
2.01.01.02 Inflación .....	9
2.01.01.03 Tasa Activa.....	10
2.01.01.04 Tasa Pasiva.....	11

---

2.01.01.05 Balanza Comercial.....	12
2.01.01.06 Riesgo País.....	13
2.01.02 Factor Social.....	13
2.01.02.01 Empleo.....	14
2.01.02.02 Subempleo.....	15
2.01.02.03 Desempleo.....	15
2.01.03 Factor Legal.....	16
2.01.04 Factor Tecnológico.....	18
2.01.04.01 Tipti.....	18
2.02 Entorno Local.....	18
2.02.01 Clientes.....	19
2.02.01.01 Cliente externo.....	19
2.02.01.02 Cliente interno.....	19
2.02.02 Proveedores.....	19
2.02.03 Competidores.....	20
2.03 Análisis FODA.....	20
2.04 Propuesta Estratégica.....	22
2.04.01 Misión.....	22
2.04.02 Visión.....	23
2.04.03 Objetivos.....	23
2.04.03.01 Objetivo General.....	23
2.04.03.02 Objetivos Específicos.....	23

---

2.04.04 Principios y/o valores.....	24
2.04.05 Gestión administrativa.....	25
2.04.05.01 Organigrama.....	25
2.04.05.01 Manual de Funciones.....	26
2.04.06 Gestión operativa.....	26
2.04.06.01 Organigrama.....	27
2.04.06.02 Manual de Funciones.....	27
2.04.07 Gestión comercial.....	28
2.04.07.01 Nombre de la empresa.....	28
2.04.07.02 Logotipo.....	28
2.04.07.03 Slogan.....	29
2.04.07.04 Producto.....	29
2.04.07.05 Precio.....	31
2.04.07.06 Plaza.....	31
2.04.07.07 Publicidad.....	32
CAPÍTULO III.....	35
3. Estudio de Mercado.....	35
3.01 Análisis del consumidor.....	35
3.01.01 Determinación de la población y muestra .....	35
3.01.01.01 Población.....	36
3.01.01.02 Muestra.....	36
3.01.02 Técnicas de obtención de información.....	37

---

3.01.02.01 Investigación exploratoria.....	37
3.01.02.02 Investigación descriptiva.....	37
3.01.02.03 Investigación causal.....	38
3.01.02.04 Encuesta.....	38
3.01.02.05 Formato de la encuesta.....	39
3.01.03 Análisis de la Información.....	40
3.02 Oferta.....	49
3.02.01 Oferta histórica.....	50
3.02.02 Oferta Actual.....	50
3.02.03 Oferta proyectada.....	50
3.03 Demanda.....	51
3.03.01 Demanda histórica.....	51
3.03.02 Demanda actual.....	52
3.03.03 Demanda proyectada.....	52
3.04 Balance Oferta – Demanda.....	53
3.04.01 Balance Actual.....	53
3.04.02 Balance Proyectado.....	54
CAPÍTULO IV.....	55
4. Estudio técnico.....	55
4.01 Tamaño del proyecto.....	55
4.01.01 Capacidad Instalada.....	55
4.01.02 Capacidad Óptima.....	56

---

---

4.02 Localización.....	56
4.02.01 Macro.....	56
4.02.02 Micro –localización.....	58
4.02.03 Localización óptima.....	59
4.03 Ingeniería del Producto.....	60
4.03.01 Definición del Bien.....	60
4.03.01.01 Bien.....	61
4.03.01.02 Servicio.....	61
4.03.01.03 Matriz Triangular.....	61
4.03.02 Distribución de planta.....	62
4.03.03 Proceso productivo.....	63
4.03.03.01 Descripción Proceso Productivo.....	64
4.03.04 Maquinaria.....	65
4.03.05 Equipos de computación.....	65
4.03.06 Muebles y Enseres.....	66
4.03.07 Suministros Oficina.....	66
4.03.08 Suministros Limpieza.....	67
CAPÍTULO V.....	69
5. Estudio Financiero.....	69
5.01 Ingresos.....	69
5.01.01 Ingresos Operacionales.....	69
5.01.01.01 Ingresos proyectados.....	70

---

---

5.01.02 Ingresos no Operacionales.....	70
5.02 Costos.....	70
5.02.01 Costo Directo.....	70
5.02.02 Costos Indirectos.....	71
5.02.03 Costo de ventas.....	71
5.02.03 Gastos Administrativos.....	72
5.02.04 Gastos de Ventas.....	75
5.02.05 Proyección de costos y gastos.....	76
5.02.06 Gastos Financieros.....	76
5.02.07 Costos Fijos y Variables.....	77
5.03 Inversiones.....	77
5.03.01 Inversión Fija.....	78
5.03.02 Activos Fijos.....	78
5.03.03 Activos Nominales (diferidos) .....	78
5.03.04 Capital de Trabajo.....	79
5.03.05 Cuadro de inversiones.....	79
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....	79
5.03.05.01 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización) .....	80
5.03.07 Depreciaciones (tabla de depreciación) .....	83
5.03.08 Estado de Situación Inicial.....	84
5.03.09 Estado de Resultados Proyectado.....	85
5.03.10 Flujo Caja.....	87

---

---

5.04 Evaluación financiera.....	88
5.04.01 Tasa de descuento.....	89
5.04.02 VAN.....	89
5.04.04 TIR.....	91
5.04.05 PRI (Período de recuperación de la inversión) .....	92
5.04.06 RBC (Relación costo beneficio) .....	93
5.04.06 Punto de equilibrio.....	93
5.04.07 Análisis de índices financieros.....	95
CAPÍTULO VI.....	98
6. Análisis de Impacto.....	98
6.01 Impacto Ambiental.....	98
6.02 Impacto Económico.....	98
6.03 Impacto Productivo.....	98
6.04 Impacto Social.....	99
CAPÍTULO VII.....	100
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	100
7.01 Conclusiones.....	100
7.02 Recomendaciones.....	100
Bibliografía.....	102

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Variaciones PIB 2018</i> .....	8
Tabla 2 <i>Variaciones Inflación</i> .....	9
Tabla 3 <i>Variación riesgo país</i> .....	14
Tabla 4 <i>Proceso Creación de la Empresa</i> .....	18
Tabla 5 <i>Socios</i> .....	18
Tabla 6 <i>Clientes externos</i> .....	20
Tabla 7 <i>Lista de proveedores</i> .....	21
Tabla 8 <i>Competidores</i> .....	21
Tabla 9 <i>Manual de funciones Administrador</i> .....	27
Tabla 10 <i>Manual de funciones Contador</i> .....	27
Tabla 11 <i>Manual de funciones Asesor</i> .....	28
Tabla 12 <i>Manual de funciones Motorizado</i> .....	29
Tabla 13 <i>Detalle de productos</i> .....	31
Tabla 14 <i>Datos Población</i> .....	37
Tabla 15 <i>Datos de Género</i> .....	41
Tabla 16 <i>Datos edad</i> .....	42

---

Tabla 17 <i>Pregunta 1</i> .....	43
Tabla 18 <i>Pregunta 2</i> .....	44
Tabla 19 <i>Pregunta 3</i> .....	45
Tabla 20 <i>Pregunta 4</i> .....	46
Tabla 21 <i>Pregunta 5</i> .....	47
Tabla 22 <i>Pregunta 6</i> .....	48
Tabla 23 <i>Pregunta 7</i> .....	49
Tabla 24 <i>Oferta Actual</i> .....	51
Tabla 25 <i>Oferta Proyectada</i> .....	52
Tabla 26 <i>Demanda Actual</i> .....	53
Tabla 27 <i>Demanda Proyectada</i> .....	54
Tabla 28 <i>Balance Actual</i> .....	54
Tabla 29 <i>Balance Proyectado</i> .....	55
Tabla 30 <i>Capacidad Instalada</i> .....	57
Tabla 31 <i>Capacidad Óptima</i> .....	57
Tabla 32 <i>Factores de localización óptima</i> .....	61
Tabla 33 <i>Localización Óptima</i> .....	62
Tabla 34 <i>Matriz SPS</i> .....	63
Tabla 35 <i>Matriz SPS codificación</i> .....	63
Tabla 36 <i>Dimensiones Distribución de la Planta</i> .....	64
Tabla 37 <i>Detalle de Maquinaria</i> .....	66
Tabla 38 <i>Detalle Equipos de Computación</i> .....	67

---

---

Tabla 39 <i>Detalle Muebles y Enseres</i> .....	67
Tabla 40 <i>Detalle Suministros Oficina</i> .....	68
Tabla 41 <i>Detalle Suministros Limpieza</i> .....	69
Tabla 42 <i>Ingresos Operacional</i> .....	70
Tabla 43 <i>Ingresos operacionales proyectados</i> .....	71
Tabla 44 <i>Costo de Ventas</i> .....	73
Tabla 45 <i>Sueldos y Salarios</i> .....	73
Tabla 46 <i>Sueldos y Salarios Proyectados</i> .....	74
Tabla 47 <i>Sueldos y Salarios Proyectados 2024</i> .....	74
Tabla 48 <i>Suministros Oficina</i> .....	75
Tabla 49 <i>Suministros Limpieza</i> .....	75
Tabla 50 <i>Gastos Fijos</i> .....	76
Tabla 51 <i>Gasto de Ventas</i> .....	76
Tabla 52 <i>Proyección de costos y gastos</i> .....	77
Tabla 53 <i>Costos Fijos</i> .....	78
Tabla 54 <i>Costos Variables</i> .....	78
Tabla 55 <i>Gastos Constitucionales</i> .....	79
Tabla 56 <i>Inversión inicial</i> .....	80
Tabla 57 <i>Amortización Gastos Constitucionales</i> .....	81
Tabla 58 <i>Amortización Crédito Banco Bolivariano</i> .....	81
Tabla 59 <i>Depreciación</i> .....	85
Tabla 60 <i>Estado de Situación Inicial</i> .....	86

---

---

Tabla 61 Estado de Resultados .....	87
Tabla 62 <i>Flujo de Caja</i> .....	89
Tabla 63 <i>TMAR</i> .....	90
Tabla 64 <i>Detalle VAN</i> .....	91
Tabla 65 <i>Cálculo VAN</i> .....	92
Tabla 66 <i>TIR</i> .....	92
Tabla 67 <i>PRI</i> .....	93
Tabla 68 <i>RC/B</i> .....	94
Tabla 69 <i>Detalle Punto Equilibrio</i> .....	95
Tabla 70 <i>Punto de Equilibrio</i> .....	95
Tabla 71 <i>Índices Financieros</i> .....	97

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Producto Interno Bruto. ....	8
<i>Figura 2.</i> Variación Inflación. ....	10
<i>Figura 3.</i> Tasa Activa. ....	11
<i>Figura 4.</i> Tasa Pasiva. ....	12
<i>Figura 5.</i> Balanza Comercial. ....	13
<i>Figura 6.</i> Tasa de Participación. ....	15
<i>Figura 7.</i> Tasa de Subempleo. ....	16
<i>Figura 8.</i> Tasa de Desempleo. ....	17
<i>Figura 9.</i> Aplicación. ....	19
<i>Figura 11.</i> Organigrama Administrativo. ....	26
<i>Figura 12.</i> Organigrama Operativo. ....	28
<i>Figura 13.</i> Logotipo. ....	29
<i>Figura 14.</i> Slogan. ....	30
<i>Figura 15.</i> Plaza. ....	32
<i>Figura 16.</i> Bolsas reutilizables. ....	33
<i>Figura 17.</i> Publicidad en redes sociales. ....	34

---

<i>Figura 18.</i> Página de Facebook. ....	34
<i>Figura 19.</i> Camisetas. ....	35
<i>Figura 20.</i> Porcentaje Género. ....	42
<i>Figura 21.</i> Porcentaje Edad. ....	43
<i>Figura 22.</i> Porcentajes pregunta 1. ....	44
<i>Figura 23.</i> Porcentajes pregunta 2. ....	45
<i>Figura 24.</i> Porcentajes pregunta 3. ....	46
<i>Figura 25.</i> Porcentajes pregunta 4. ....	47
<i>Figura 26.</i> Porcentajes pregunta 5. ....	48
<i>Figura 27.</i> Porcentajes pregunta 6. ....	49
<i>Figura 28.</i> Porcentajes pregunta 7. ....	50
<i>Figura 29.</i> Localización Ecuador. ....	58
<i>Figura 30.</i> Localización Pichincha. ....	59
<i>Figura 31.</i> Localización Quito. ....	59
<i>Figura 32.</i> Localización Jardín del Valle. ....	60
<i>Figura 33.</i> Distribución de la Planta. ....	64
<i>Figura 34.</i> Punto de Equilibrio. ....	96

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación presenta un estudio de factibilidad para la implementación de un micro mercado a base de productos categorizados; es decir compras de combos ya establecidos, además de que su entrega será a domicilio; este proyecto nació por la ausencia de productos en el sector Monjas, Jardín del Valle; el proyecto es totalmente innovador ya que no existe algún tipo semejante de compra y venta en el sector.

En el capítulo uno se puede encontrar un preámbulo del proyecto, así como la razón de ser del mismo, el porqué de su creación y sus beneficios, así como una breve reseña histórica.

En el segundo capítulo se muestran las condiciones macroeconómicas actuales del país, así como las conformidades que se deberá cumplir para la implementación del proyecto, también se encontrará la filosofía empresarial, y de cómo se encuentra conformada la empresa con una visualización mediante un flujograma dividido en departamentos.

En el tercer capítulo se puede observar la encuesta, herramienta que fue utilizada para obtener información de los posibles consumidores con sus respectivas tabulaciones y análisis de estos porcentajes obtenidos, también se puede encontrar un análisis de la oferta y la demanda con su respectivo balance.

En el capítulo cuarto se realiza un estudio acerca de la localización del proyecto se analiza técnicamente donde se ubicará la planta, también se encuentra la ingeniería del producto y la manera en la que va a estar distribuida arquitectónicamente la planta.

En el capítulo cinco se puede encontrar un exhaustivo análisis financiero en el que se analizan los diferentes gastos que el proyecto conlleva, tipo y forma de financiamiento que se va a utilizar, así como la respectiva evaluación con las herramientas Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación de la inversión, Relación Costo Beneficio y Punto de Equilibrio.

Finalmente, en el sexto capítulo se encuentra un análisis de los impactos que genere el proyecto a través del cual evidencia la manera en la cual la investigación afecta tanto económica, productiva, social y ambiental al país.

En el séptimo y último capítulo se puede encontrar los resultados obtenidos de la investigación, las conclusiones más importantes a las que se llegó con el proyecto, también significativas recomendaciones para garantizar el éxito del proyecto.

## ABSTRACT

This degree work presents a feasibility study for the implementation of a micro market based on categorized products; that is, purchases of established combos, in addition to their delivery will be at home; This project was born due to the absence of products in the Monjas, Jardín del Valle sector; The project is totally innovative since there is no similar type of purchase and sale in the sector.

In chapter one you can find a preamble of the project, as well as its rationale, the reason for its creation and its benefits, as well as a brief historical review.

The second chapter shows the current macroeconomic conditions of the country, as well as the conformities that must be met for the implementation of the project, the business philosophy will also be found, and how the company is formed with a visualization through a flowchart divided into departments.

In the third chapter you can see the survey, a tool that was used to obtain information from potential consumers with their respective tabulations and analysis of these percentages obtained, you can also find an analysis of supply and demand with their respective balance.

In the fourth chapter a study is carried out on the location of the project, it is analyzed technically where the plant will be located, there is also the engineering of the product and the way in which the plant will be distributed architecturally.

In chapter five you can find an exhaustive financial analysis that analyzes the different expenses that the project entails, type and form of financing to be used, as well as the respective evaluation with the tools Net Present Value, Internal Rate of Return, Investment Recovery Period, Cost Benefit Ratio and Balance Point.

Finally, in the sixth chapter there is an analysis of the impacts generated by the project through which it demonstrates the way in which research affects both the economic, productive, social and environmental aspects of the country.

In the seventh and final chapter you can find the results of the research, the most important conclusions reached with the project, and also significant recommendations to guarantee the success of the project.



## CAPÍTULO I

### 1. Introducción

La presente investigación sobre la factibilidad de implementar un micro mercado en línea en el sector Monjas, ubicado en la urbanización Jardín del Valle forma parte de los estudios de mercado implementados en mencionado lugar, cuyo enfoque se interesa por la distribución de los productos perecibles y no perecibles; siendo entre estos combos de paquetes detallados en aseo, alimentación y limpieza. El micro mercado está definido como “aquel establecimiento que tiene como principal finalidad acercar a los consumidores una importante variedad de productos de diversas marcas, precios y estilos” (WikiCulturalia, 2013, pág. 1). Una de las principales diferencias que mantiene con los negocios comunes es que muestra los productos a consumidores que gustan y acuden a la comodidad y calidad de la compra, en este caso las compras referidas a productos de aseo, limpieza y alimentación.

Dentro del presente trabajo encontramos secciones en capítulos, mencionados así; el capítulo dos, consiste en el estudio de factores internos y externos con influencia sobre el proyecto y de este modo conocer sobre todo las amenazas y oportunidades a las que se enfrentara el micro mercado una vez puesto en marcha.

El capítulo tres, conforma el estudio de la investigación que se usará para demostrar la factibilidad de implementación del micro mercado, las herramientas que serán aplicadas para obtener información y determinar la población a la cual estaremos dirigidos y finalmente una pequeña parte denominada muestra.

El capítulo cuatro, lleva la información obtenida tras el proceso del capítulo dos demostrando así el estudio investigativo realizado, mediante tablas y gráficos resultados de una encuesta, para finalmente obtener conclusiones y dar respuesta a las preguntas planteadas.

En el capítulo cinco, se da paso a una solución frente a la propuesta planteada respondiendo así a la justificación, detallando la metodología a utilizarse, como penúltima parte en el capítulo seis, se expresan las perspectivas administrativas, es decir, los recursos con los cuales se pretende describir el esquema financiero, el presupuesto y el cronograma en el cual se va a realizar el proyecto y finalmente se cierra en el capítulo siete, describiendo las conclusiones y recomendaciones.

### **1.01 Justificación.**

Dentro de las necesidades sociales humanas y aplicadas en este proyecto de factibilidad son las de Seguridad y Fisiológica, estas necesidades hacen que los negocios concluyan en la calidad y servicio al cliente para obtener el resultado de satisfacción, además que la comodidad y el autoservicio cada día toman posición en el día a día de la actualidad.

La disposición dirigida hacia este tipo de proyectos nace de la problemática satisfacción humana, la necesidad de optimizar el tiempo de las personas, cuidando la seguridad y el bienestar de las mismas, otorgando así la comodidad hacia el hogar, acompañada de la seguridad y calidad.

Además, en el sector Monjas, urbanización Jardín del Valle se encuentra la falta de servicio y ausencia de ciertos productos, es por ello que se ha pensado en la apertura de un micro mercado, que brindara el servicio de paquetes categorizados, es decir; cada semana las personas realizan su abastecimiento, por lo que se ha pensado en facilitar esta mencionada compra, enviando los paquetes semanales en las categorías de limpieza, aseo, perecibles y no perecibles.

La implementación de este micro mercado ayudara a las familias del sector enfocado y aledañas al mismo, por lo que su cobertura ayudara y dará paso al desarrollo y crecimiento económico; además de la calidad de sus productos en venta y la atención del servicio, que será especializada y personalizada, enfocándose también en las necesidades de cada cliente; es decir existirán paquetes establecidos, pero también adiciones especiales que sean requeridas por el comprador.

También tomamos un papel importante como es la seguridad personal, es decir; evitar o de algún modo, mantener al margen la delincuencia, y así llevar de manera segura a cada uno de los hogares las necesidades requeridas. Es necesario también saber que no solo será en el momento de la compra el servicio de calidad, si no también algunas etapas y factores como lo que ocurre antes, durante y después de la compra y la utilización de nuestro servicio.

La manera en que actuaremos con los clientes es una de las partes muy importante para lograr una mejor experiencia del mismo, que básicamente no es más que otorgarle un buen servicio y producto, para que el resultado final sea cumplir con sus expectativas.

### **1.02 Antecedentes.**

El comercio electrónico o ventas on-line, es actualmente un mecanismo de negocio habitual, y tan usado y común que no nos hemos detenido a pensar en lo curioso y avanzado que es; de

alguna manera el comercio también tiene su historia y evolución; “la leyenda urbana dice que la primera compra online fue un acuerdo entre estudiantes de la Universidad de Standford y estudiantes del MIT; estamos hablando de 1971, antes de Internet, en la era de ARPANet, su predecesora” (Raya, 2015, pág. 1).

“Este sistema creado por los militares conectaba universidades por todo el territorio estadounidense. ¿Y qué hicieron los estudiantes con esta tecnología? Comprar marihuana de la otra punta del país, por supuesto” (Raya, 2015).

Sin embargo, de ahí a definirlo como “compra online” va un mundo, ya que para empezar era algo ilegal, y además no hubo transferencia de dinero ni bienes. El caso de una mujer del Reino Unido en 1984 es algo más parecido a lo que conocemos como “comprar online”; se hizo en el Video Tex, un sistema de televisión que se conectaba a la tienda local por la línea telefónica y permitía hacer pedidos. Sin embargo, el pago era contra reembolso.

Esta vez sí, en 1994, cuando Internet estaba en sus primeros años de vida, fue cuando se produjo la primera venta online. Fue en el servicio Net Market, cuando su fundador Dan Kohn fue testigo de primera mano de cómo su amigo compraba un CD de Sting con su tarjeta de crédito. Desde entonces la tecnología ha mejorado, sobre todo en lo que respecta a la seguridad y en fenómenos como el Black Friday, pero el concepto básico de las compras online es el mismo (Raya, 2015).

Actualmente existe un proyecto similar, llamado SUPER EASY, el cual dentro de Ecuador “es el primer Supermercado en línea con entrega a domicilio inmediata de la vía a Samborondón,

---

gracias a su plataforma tecnológica integrada por Aplicaciones Móviles nativas de Android y iOS, Pagina Web amigable y de fácil uso y el sistema ERP Contífico, el sistema más vendido en todo el Ecuador” (SuperEasy, 2016, pág. 1).

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis Situacional

El Análisis Situacional es un método que permite analizar dificultades, fallas, oportunidades y riesgos, para definirlos, clasificarlos, desglosarlos, Jerarquizarlos y ponderarlos, permitiendo así actuar eficientemente con base en criterios y/o planes establecidos (Hanel del Valle & Hanel González, 2004, pág. 10).

Dentro del análisis situacional se demostrará el estudio del entorno en donde se desenvolverá la empresa, teniendo presente los factores internos y externos que afectarán e influirán de manera directa e indirecta hacia la proyección de la empresa. El mencionado análisis es de una amplia importancia ya que ayuda a cierta toma de decisiones, entre ellas:

Planificación estratégica, que será el punto de partida para la definición de los procesos que se llevaran a cabo por la empresa.

Ayudará en la toma de decisiones para el control de las debilidades y así reforzar para poder afrontar las amenazas y dar paso a las oportunidades tomando de la mano las fortalezas.

Ayuda a posicionar las relaciones entre la empresa con los clientes, proveedores y con la competencia.

## **2.01 Ambiente Externo.**

Todas las organizaciones mantienen un sistema amplio y sincero, el cual utiliza diferentes tipos de recursos derivados de su entorno. Este entorno representa los elementos y factores que pueden influir de manera directa o indirecta a lo que se define como entorno inmediato y entorno general.

El ambiente externo define a los elementos extraños a la organización que influyen de manera directa o indirecta en el cumplimiento de sus objetivos siendo así la base de la investigación para la apertura del proyecto en desarrollo.

### ***2.01.01 Factor Económico.***

Los factores económicos son acciones que ayudan al crecimiento de la capacidad productiva de una economía y así dar paso a la satisfacción de las necesidades y deseos humanos. Todas las empresas tienen métodos diferentes para determinar su fuerza contra la situación económica, es por ello que el factor económico dispone de una suma importancia.

#### ***2.01.01.01 Producto Interno Bruto.***

El PIB es la suma del valor agregado producido por todas las unidades institucionales residentes en la economía nacional más el valor de los impuestos menos las subvenciones a los productos. En la definición, el valor agregado es igual al valor de la producción menos los valores de los bienes y servicios (consumo intermedio) utilizados para crear dicha producción (International Monetary Fund, 2007, pág. 22).

Tabla 1  
Variaciones PIB 2018

TRIM. 2018 PIB	
I	-0.8
II	0.7
III	0.8
IV	0.1

Fuente: Banco Central del Ecuador.  
Elaborado por: Autoría Propia.

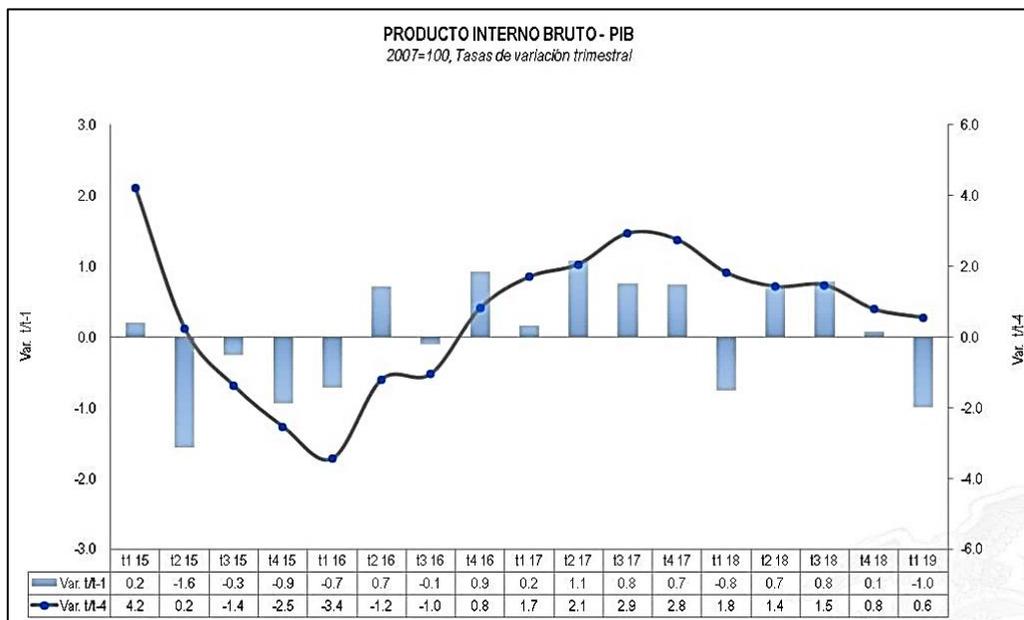


Figura 1. Producto Interno Bruto.

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

La evolución del PIB se encuentra de manera positiva, pero en baja, es decir, su aporte es positivo y ayudaría a la implementación del proyecto representando así una oportunidad de apertura, es importante tomar en cuenta las proyecciones que aparentemente se encuentran en manera positiva; es importante mencionar que su variación se encuentra positiva sin embargo no establece a comparación de otros países un buen porcentaje, de todos modos, sigue siendo bueno.

Es importante mencionar que el PIB sectorial en el cual estamos ubicados se encuentra en el 3.01%.

Adicional se expresa una tabla ilustrativa sobre las variaciones del PIB con respecto año anterior con el fin de conocer el trayecto e historia del mismo.

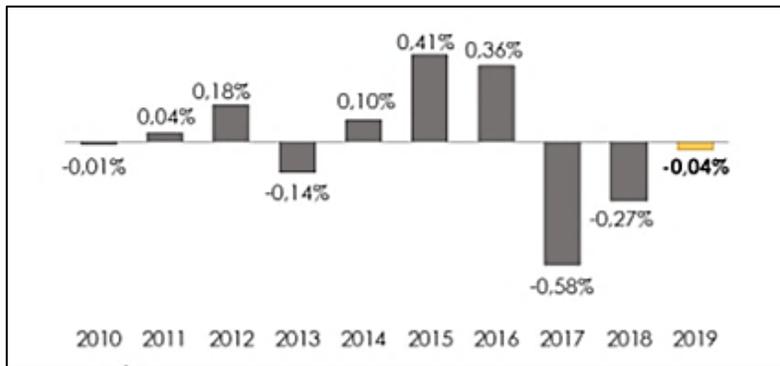
#### *2.01.01.02 Inflación.*

Es un aumento generalizado y continuo en el nivel general de precios de los bienes y servicios de la economía. La inflación usualmente se calcula como la variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor (IPC), que mide los precios promedio de los principales artículos de consumo (Gutierrez Andrade & Zurita Moreno, 2006, pág. 2).

Tabla 2  
*Variaciones Inflación.*

<b>Mes</b>	<b>Inflación</b>
dic-18	0,27%
ene-19	0,47%
feb-19	0,24%
mar-19	0,02%
abr-19	0,19%

Fuente: Banco Central del Ecuador.  
Elaborado por: Autoría Propia.



*Figura 2. Variación Inflación.*

Fuente: Boletín Técnico junio 2019.

Elaborado por: Boletín Técnico junio 2019.

Se puede observar una variación tanto de positivo como a negativo, no es muy alto ni muy bajo, pero nos demuestra que la economía necesita un nivel moderado para el beneficio propio; sin embargo, este porcentaje de cierto modo afecta el poder adquisitivo de las personas. Este indicador que muestra gran importancia al establecer un emprendimiento puesto a que influye en la economía global de un país en cuanto al alza de precios se puede decir que este indicador no se encuentra estático al contrario es muy variante en lo que va de los años es por ello que hay que tomarlo en cuenta detenidamente.

### *2.01.01.03 Tasa Activa.*

La tasa activa se encuentra definida como “la que representa el rendimiento que el usuario del crédito paga al intermediario por la utilización de los fondos” (Ortíz Soto, 2001, pág. 128).

Tasas de Interés			
junio - 2019			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.26	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.07	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.04	Productivo PYMES	11.83

*Figura 3. Tasa Activa.*

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

La tasa de interés aplicada para PYMES posee un mínimo de 11.04% y un máximo de 11.83% por lo que concluimos sobre que la oportunidad de apertura se encuentra en buenas condiciones, ya que, al ser relativamente baja, se convierte en una forma moderada de pago. La tasa de interés activa es uno de los principales medios de financiamiento, lo que permite que se pueda acceder a créditos, para la empresa y con ello ejercer el emprendimiento propuesto.

#### *2.01.01.04 Tasa Pasiva.*

La tasa pasiva se encuentra definida como “la que representa al rendimiento que el intermediario paga a los propietarios del capital o fondos que se están presentado” (Ortíz Soto, 2001, pág. 127).

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.89	Depósitos de Ahorro	1.06
Depósitos monetarios	0.71	Depósitos de Tarjetahabientes	1.06
Operaciones de Reporto	0.50		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.48	Plazo 121-180	5.95
Plazo 61-90	4.77	Plazo 181-360	6.56
Plazo 91-120	5.57	Plazo 361 y más	7.95

*Figura 4. Tasa Pasiva.*

Fuente: Banco Central del Ecuador.

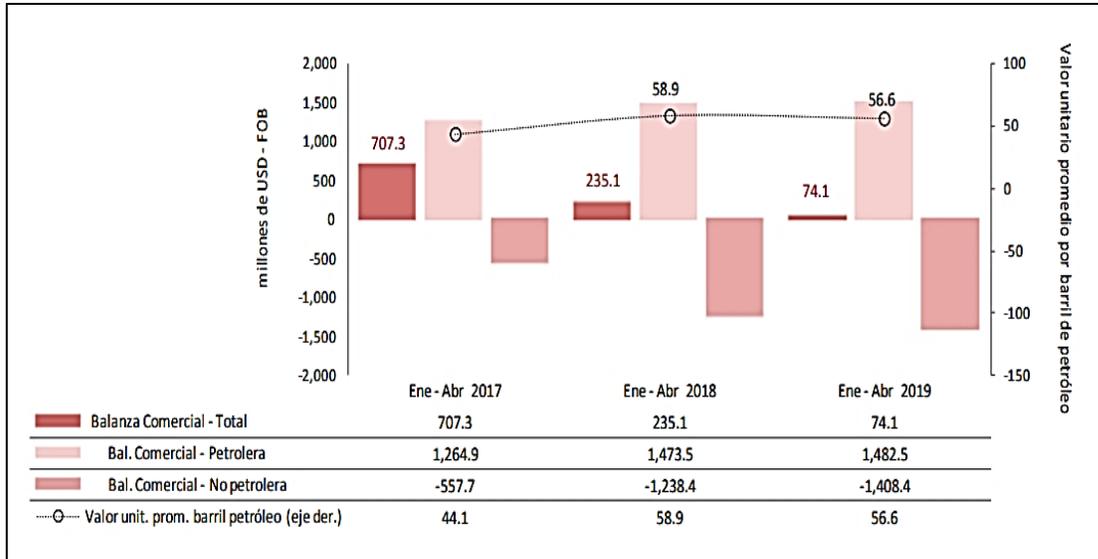
Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

Según los porcentajes que se muestra en la tabla se puede evidenciar un buen dominio sobre las tarifas, demostrando así la oportunidad de inversión además de préstamos directos, se optan por otro tipo de financiamiento pagando un porcentaje de interés accesible. Es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado, son pasivas porque para el banco son recursos a favor de quien deposita, es la tasa de interés que los bancos pagan a los ahorradores e inversionistas.

#### *2.01.01.05 Balanza Comercial.*

La balanza comercial es uno de los componentes de la Balanza de Pagos, que contempla las importaciones y exportaciones de mercancías o bienes tangibles. Se utiliza para conocer el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit; el primero cuando son mayores las importaciones y el segundo cuando son mayores las exportaciones. Es el cálculo que resulta de la diferencia entre las exportaciones y

las importaciones de mercancías durante un período determinado (Dominguez Cevallos, 2012, pág. 35).



*Figura 5. Balanza Comercial.*

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

Mediante el gráfico podemos observar que tanto las importaciones como exportaciones han disminuido en este año, por lo que nos da una baja debido a que es importante alcanzar un buen nivel de importaciones, además que a nuestro proyecto si dependemos de algunas exportaciones para ciertos productos. La balanza comercial nos hace referencia a que es un documento en el que se registran las transferencias de bienes y servicios de exportaciones e importaciones que se realizan en un país por ende es importante analizarlo ya que a futuro se busca hacer conocer el producto a otras partes del mundo.

### 2.01.01.06 Riesgo País.

El riesgo país se encuentra definido como “el que concurre en las deudas de un país, globalmente consideradas, por circunstancias diferentes del riesgo comercial habitual” (Blanco Mendialdua, 2015, pág. 241).

Tabla 3  
*Variación riesgo país*

<b>Fecha</b>	<b>Valor</b>
Enero	826,00
Febrero	589,00
Marzo	592,00
Abril	560,00
Mayo	619,00
Junio	566,00

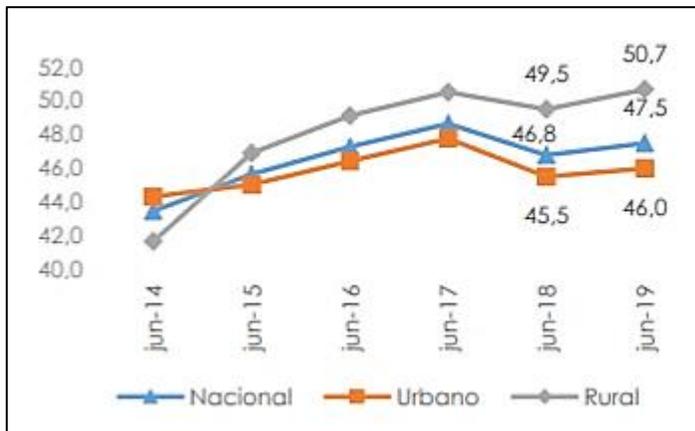
Fuente: Banco Central del Ecuador.  
Elaborado por: Autoría Propia.

### 2.01.02 Factor Social.

Tienen un contenido tan abigarrado que expresa todos los ámbitos y dimensiones de la sociedad, incluyendo tanto portadores individuales como colectivos dados en individuos en forma de líderes, masa y pueblo, y en grupos sociales como familias, clases sociales, naciones, estados. Llegan a estar compuestos de aspectos específicos de la sociedad como la política, la religión, el trabajo, la comunicación la educación, el medioambiente, la economía, el derecho, etcétera (Guzmán & Caballero, 2012, pág. 3).

### 2.01.02.01 Empleo.

El empleo se encuentra definido como aquellas actividades donde se requiere el recurso humano, es decir la contratación de personas para llevar a cabo con las mencionadas actividades y que al realizarlas obtienen una remuneración.



*Figura 6.* Tasa de Participación.

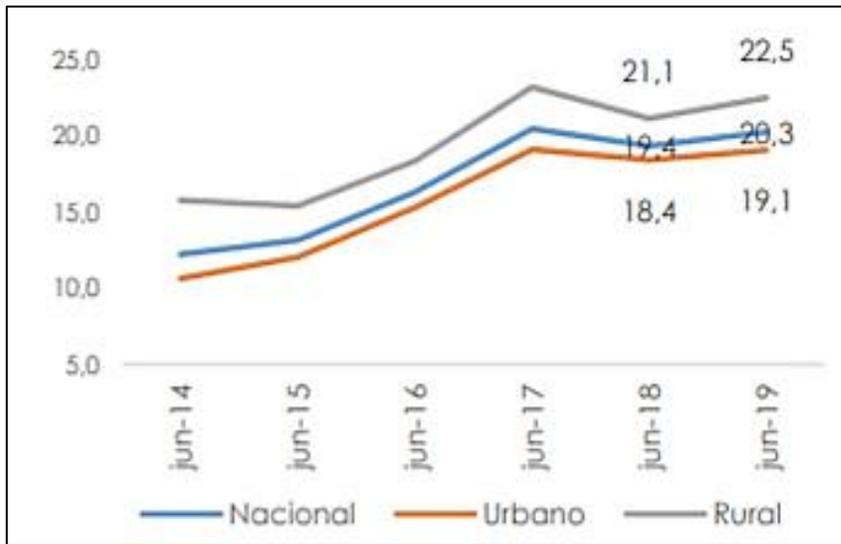
Fuente: Boletín Técnico ENEMDU 2019.

Elaborado por: Boletín Técnico ENEMDU 2019.

Según el último boletín técnico el empleo en el Ecuador se encuentra en variaciones, pero de manera positiva, lo que nos ayuda e impacta en apertura también a nuevos empleos desarrollando así a nuestros colaboradores en el aspecto personal y profesional, esta se creó con la finalidad de suplir una necesidad, ayudando a la generación de empleo y siendo parte del desarrollo y progreso del país.

### 2.01.02.02 Subempleo.

El subempleo muestra en cambio, aquellas personas que se encuentran capacitadas para operar en algún cargo específico, pero que optan por otro tipo de actividad que no es a fin a la suya.



*Figura 7. Tasa de Subempleo.*

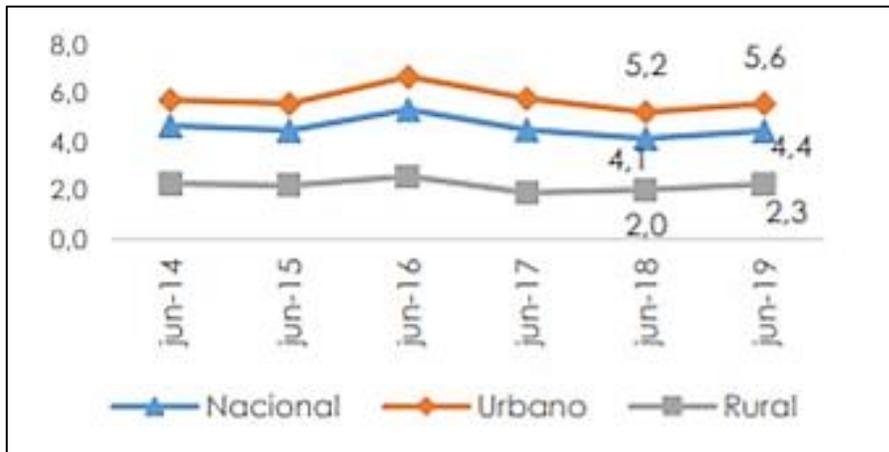
Fuente: Boletín Técnico ENEMDU 2019.

Elaborado por: Boletín Técnico ENEMDU 2019.

Ha disminuido porcentualmente, lo que significa que se apertura nuevas plazas de trabajo ayudando así a los profesionales a ocupar los puestos correspondientes; tiene un impacto positivo en nuestro proyecto, ya que se formulará parte del desarrollo también en la ampliación de plazas de trabajo.

### *2.01.02.03 Desempleo.*

El desempleo a lo contrario que el empleo es la escasas y ausencia de del mismo, pero que a su vez las personas buscan activamente; es decir que la tasa de desempleo es el porcentaje de población que no se encuentra empleada, pero si capacitada para cumplir con las funciones.



*Figura 8. Tasa de Desempleo.*

Fuente: Boletín Técnico ENEMDU 2019.

Elaborado por: Boletín Técnico ENEMDU 2019.

La tasa de desempleo en el Ecuador muestra una tendencia incrementada, a pesar de que no es fuerte afectaría y ayudaríamos al país ya que representa una oportunidad ya que las personas tienen mayor poder adquisitivo. El desempleo hace referencia a la carencia de empleo que existe en un país y la falta de dinero que existe en un país, lo cual representa una amenaza para la empresa ya que siendo un factor externo no lo podemos controlar, ya que afecta a la empresa porque existiendo personas desempleados habrán menos consumidores que deseen adquirir nuestro producto ya que no contarían con las condiciones económicas para invertirlo el desempleo básicamente se da por la escasez de fuentes laborales dentro del país.

### **2.01.03 Factor Legal.**

El estudio legal de un proyecto es de suma importancia ya que “por la viabilidad legal de un proyecto se determina la existencia o inexistencia de normas que pudieran restringir la realización del negocio o condicionar su materialización al cumplimiento de algunos requisitos mínimos para poder implementarlos” (Chain, 2007, pág. 136).

Tabla 4  
*Proceso Creación de la Empresa*

DETALLE	CTA. CONTABLE	COSTO TOTAL
Honorarios Profesionales.		\$ 200,00
Reserva de nombre.		
Estatutos.		
Cuenta integración capital.		
Escritura pública.	GASTOS CONTITUCIONALES	\$ 62,23
Permisos municipales.		
Registro mercantil.		
Nombramiento representante.		
RUC.		
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 262,23</b>

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Tabla 5  
*Socios*

SOCIOS	APORTE	% Aporte
<i>Socio 1</i>	\$ 12.652,15	
<i>Socio 2</i>	\$ 12.652,15	
<i>Socio 3</i>	\$ 12.652,15	
<i>Socio 4</i>	\$ 12.652,15	
<i>Socio 5</i>	\$ 12.652,15	
<b>Total</b>	<b>\$ 63.260,73</b>	<b>56%</b>
<b>Inversión Inicial</b>	<b>\$113.260,73</b>	<b>100%</b>
<b>Financiamiento</b>	<b>\$ 50.000,00</b>	<b>44%</b>

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

La empresa se encontrará constituida como sociedad anónima, conformada así de cinco socios con un aporte del capital, cubriendo el 56% de la inversión total.

#### **2.01.04 Factor Tecnológico.**

La introducción del factor tecnológico permite a las organizaciones ser más eficientes, generando así mayor satisfacción; los factores tecnológicos de la empresa convierten a la empresa en un potencial, o teniendo de su parte la innovación generando así el éxito del mismo.

##### **2.01.04.01 Tipti.**

La tecnología como lo habíamos mencionado es de suma importancia por lo cual, una alianza estratégica con una aplicación de asistencia de compras ayudaría en la mejora del servicio; demostrando así la apertura y ocupación de la plataforma.



*Figura 9. Aplicación.*

Fuente: Tipti.  
Elaborado por Tipti.

#### **2.02 Entorno Local.**

“El análisis de la realidad interna busca conocer la situación que vive la institución por dentro en el momento actual” (Lopez, 2005, pág. 55). El entorno local estará detallado por todos los organismos y factores que se mueven dentro de la organización, incluye tanto los aspectos tangibles como intangibles, básicamente todos los recursos propio internos de la misma.

### 2.02.01 Clientes.

#### 2.02.01.01 Cliente externo.

“Son las personas que acuden a la empresa a comprar, retribuyen mediante dinero la compra efectuada, pueden cambiar de proveedor habitual, y pueden ser clientes minoristas, mayoristas, distribuidores, etcétera” (Fernández, 2010, pág. 226).

Tabla 6  
*Clientes externos.*

Variable	Respuesta
Clase Social.	Media – Alta
Edad.	18 a 60 años
Género.	Masculino y Femenino
Estado Civil.	Solteros - Casados - Divorciados – Viudos

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### 2.02.01.02 Cliente interno.

“Son los propios trabajadores de la empresa, no pagan por el producto o servicio, se les remunera por su actividad laboral y su proveedor es la propia empresa donde trabajan, por tanto, no les resulta fácil cambiar” (Fernández, 2010, pág. 226).

### 2.02.02 Proveedores.

Los proveedores se encuentran definidos como “una entidad de negocios que suministra a la compañía bienes y/o servicios necesarios para, y utilizados en, la producción de los bienes y/o servicios de la compañía” (Carneiro, 2004, pág. 121).

Para la implementación del micro mercado se necesita el apoyo de proveedores, entre los más importantes son:

Tabla 7  
*Lista de proveedores*

Proveedor	Insumo
Coca-Cola.	Bebidas
Comisariato y Distribuidora Don Gato.	Aseo
Distribuidora Génesis.	Limpieza
Embutidos Juris.	Embutidos
Frito Lay.	Snacks
Pronaca.	Carnes
Tesalia.	Bebidas

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### **2.02.03 Competidores.**

Dentro del análisis empresarial es importante conocer también a los competidores; mismos que se definen como “aquellos que satisfacen las mismas necesidades” (Grande, 2005, pág. 295) en este caso nos exponemos incluso a los productos sustitutos hacia los clientes. Dentro del entorno competitivo tenemos a los siguientes:

Tabla 8  
*Competidores*

Competidores	Ubicación
La Ambateñita	Carlos Polit y Francisco de Victoria
Abarrotes del Valle	Carlos Polit y Gabriel de Saona
Comercial Valentina	Alfonso Mora Bowen
Viveres y Licores María del Cisne	Carlos Polit y Pasaje 2F

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### **2.03 Análisis FODA.**

El análisis FODA es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de la

organización y determina los factores que influyen y exigen desde el exterior hacia la institución gubernamental. Estos factores se convierten en amenazas u oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, la visión, los objetivos y las metas de la organización (Zambrano Barrios, 2006, pág. 84).

Para el mencionado análisis utilizaremos una técnica mejor visualizada, la denominada MATRIZ EFE, misma que es una herramienta de diagnóstico que permite realizar un estudio de campo, permitiendo identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de una marca, dentro del instrumento facilita la formulación de diversas estrategias que son capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos.

Tabla 9  
*Matriz EFE*

Factor crítico de éxito	Valor	Calificación	Calif. Ponderada
<b>Oportunidades</b>			
PIB	0,27	4	1,08
TASA ACTIVA	0,23	4	0,92
RIESGO PAÍS	0,16	3	0,48
EMPLEO	0,21	3	0,63
<b>Amenazas</b>			
DESEMPLEO	0,07	2	0,14
INFLACIÓN	0,06	2	0,12
<b>Valor Ponderado</b>			<b>3,37</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Es necesario evaluar y obtener el valor total de las oportunidades que da un valor de 3.11 y el valor total de las amenazas es 0.26, el valor de las oportunidades es superior que las amenazas, significa que el entorno externo es favorable para la marca.

Con respecto a los factores internos que son Fortalezas y Debilidades, en el presente caso no pueden ser analizados debido a que, el proyecto en marcha es un proyecto de factibilidad; es decir, aun no se encuentra en marcha, lo que dificulta el análisis.

#### **2.04 Propuesta Estratégica.**

Dentro de la propuesta estratégica se tomarán aspectos para llevar a cabo el proceso para la definición de la dirección y objetivo de la organización, ya sea en un corto, mediano o largo plazo. Además, que la propuesta estratégica o llamada también planificación estratégica está enfocada y va de la mano del pensamiento estratégico mismo que “consiste en contar con un proceso mental, que estimule el crecimiento constante de la empresa y el diseño e implementación de acciones que promuevan el mantenimiento de ventajas competitivas permanentes dentro de su negocio” (Reyes, 2012, pág. 10)

##### **2.04.01 Misión.**

Somos una microempresa ecuatoriana, ubicada en el sector Monjas Jardín del Valle, dedicada a la comercialización de productos perecibles y no perecibles, enfatizada en la comercialización de paquetes categorizados en alimentación, aseo y limpieza, utilizando el mecanismo de entrega a domicilio y contacto online, centrada al servicio de la ciudadanía del sector enfocado y alrededores del mismo; realizamos este trabajo para mayor seguridad y comodidad de nuestros clientes.

#### ***2.04.02 Visión.***

Mejorar la calidad de nuestro servicio tanto en producto como en nuestro recurso humano, para así llegar a ser la mejor cadena comercial de entregas a domicilio optimizando el tiempo de las personas y cumpliendo con las expectativas y proyecciones planteadas a cinco años.

#### ***2.04.03 Objetivos.***

En este punto se define a donde se desea llegar, es decir la meta que se desea cumplir; “es necesario el establecimiento de objetivos claros para contar con un enfoque compartido hacia la organización o división y también las agencias de comunicación. Los objetivos deben ser del tipo SMART” (Sanna, 2013, pág. 89).

##### ***2.04.03.01 Objetivo General.***

Mejorar y hacer efectiva la experiencia de compra y consolidar un modelo de proximidad y cercanía, con enfoque en las personas.

##### ***2.04.03.02 Objetivos Específicos.***

1. Enlazar a la actual comunidad con la tecnología.
2. Determinar la factibilidad y la rentabilidad de un nuevo modelo de negocio dentro de la ciudad de Quito.
3. Integrar el uso regular de equipos y productos innovadores para un mejor desarrollo.
4. Satisfacer las necesidades de nuestros clientes y brindarles opciones cómodas y confortables.

#### *2.04.04 Principios y/o valores.*

A continuación, se demuestra tanto los principios como los valores dentro de la organización, son de suma importancia ya que estos “prescriben conductas que son buenas para la integridad de las sociedades que los imponen” (Sanz, 2005, pág. 67).

- Practicar el trato respetuoso.

El respeto es un valor fundamental entre las personas, por ello, se debe tratar a los demás como te gustaría ser tratado, escuchar con atención las propuestas y críticas que aportan y, valorar su trabajo.

- Comunicación clara y honesta.

La comunicación empresarial debe ser transparente y honesta en todos los departamentos, con los proveedores y los clientes. La comunicación constante y clara es imprescindible para que los trabajadores, y demás personas relacionadas con la empresa, estén al tanto de los proyectos, los avances, los objetivos por alcanzar e, incluso, de los planes de expansión.

- Responsabilidad laboral.

La responsabilidad se puede apreciar a partir de la puntualidad, la disciplina, el cumplimiento de las labores asignadas, la integridad y la honestidad entre todos aquellos que trabajan en una misma empresa.

- Competitividad e innovación.

La competitividad es un valor que se promueve desde la cultura empresarial y que parte de la necesidad de estar constantemente ideando proyectos que conduzcan a mejorar los procesos laborales, la producción y la calidad de los bienes o los servicios.

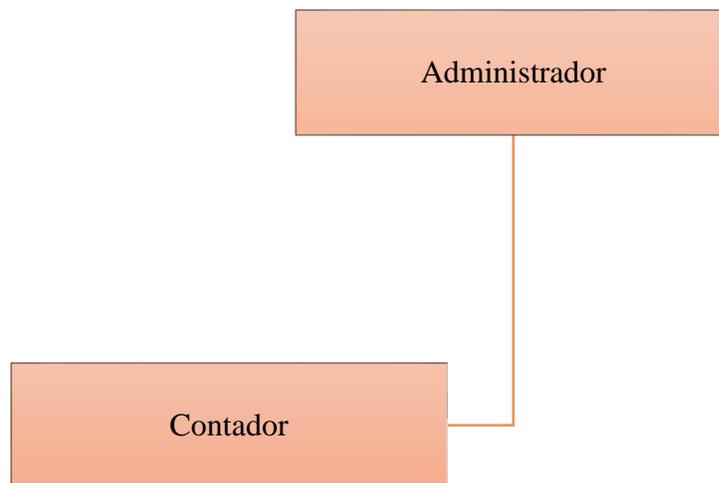
- Integridad laboral.

La integridad es un valor que se caracteriza por anteponer la honestidad y el compromiso ante las responsabilidades laborales. De allí que en las empresas se deba hacer énfasis en la integridad de sus trabajadores, desde la cultura organizacional, para evitar estafas o daños a terceras personas.

#### **2.04.05 Gestión administrativa.**

Dentro de la gestión administrativa definen aquellas actividades que al final ayudaran a cumplir las metas y objetivos planteados por la organización. Siendo así “un departamento que se encarga fundamentalmente de lo relativo a la gestión y a la administración del personal” (Ena, 2006, pág. 5)

##### **2.04.05.01 Organigrama.**



**Figura 10. Organigrama Administrativo.**

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

2.04.05.01 *Manual de Funciones.*

Tabla 10  
*Manual de funciones Administrador*

Cargo	Administrador
<b>Requisitos</b>	Título de 3° nivel en carreras afines a Administración de Empresas. Experiencia laboral de 1 año. Experiencia en manejo de personal. Alcanzar los objetivos propuestos. Toma de decisiones internas.
<b>Funciones</b>	Análisis de requerimientos por parte del personal. Contacto con proveedores. Contratos de alianzas estratégicas.

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Tabla 11  
*Manual de funciones Contador*

Cargo	Contador
<b>Requisitos</b>	Título de 3° nivel (Contador) Experiencia laboral 2 años. Experiencia en manejo de sistemas contables. Registro y manejo de libros contables.
<b>Funciones</b>	Presentación semanal de Cuentas por Pagar. Comunicación con proveedores para pagos respectivos. Reporte mensual de ingresos y egresos a la Administración.

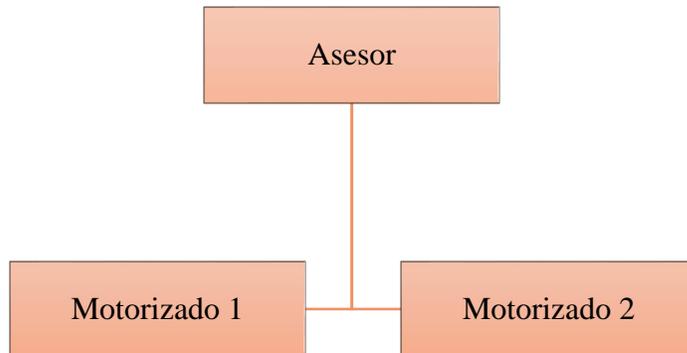
Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

2.04.06 *Gestión operativa.*

Se debe ocupar de la administración eficiente de los recursos necesarios para la producción y/o la presentación del servicio, lo que convierte a esta función empresarial en el pilar básico para la consecución de la competitividad empresarial,

ya que una gestión eficiente e integrada de todas las operaciones de la empresa tiene un reflejo inmediato en la cuenta de resultados (Martínez, 2014, pág. xi).

2.04.06.01 Organigrama.



*Figura 11. Organigrama Operativo.*

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

2.04.06.02 Manual de Funciones.

Tabla 12  
*Manual de funciones Asesor*

Cargo	Asesor
<b>Requisitos</b>	Título de bachiller. Experiencia en atención al cliente, mínima de 6 meses. Conocimientos en Microsoft. Recaudación de pedidos.
<b>Funciones</b>	Coordinación con personal de entrega. Seguimiento de entrega. Informe mensual de ventas.

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Tabla 13  
*Manual de funciones Motorizado*

Cargo	Motorizado
<b>Requisitos</b>	Título de bachiller. Licencia autorizada para conducción de motos. Moto con adaptación de carga.
<b>Funciones</b>	Entrega de pedidos a domicilio.

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### **2.04.07 Gestión comercial.**

“Comprende las actividades relacionadas con la venta de los productos que fabrica o comercializa, tales como estudio de mercado, distribución del producto, publicidad, promociones, etc.” (Escudero, 2011, pág. 2).

##### *2.04.07.01 Nombre de la empresa.*

La empresa llevará el nombre de AT HOME, que en su traducción se define como “A DOMICILIO”.

##### *2.04.07.02 Logotipo.*



*Figura 12. Logotipo.*

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### 2.04.07.03 Slogan.



*Figura 13. Slogan.*

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### 2.04.07.04 Producto.

Para el marketing el producto es mucho más que un objeto. Los clientes compran satisfacciones, no productos. Siguiendo esta idea, podemos definir el producto como “un conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción o beneficios al usuario o comprador” (Belío, 1997, pág. 15).

En el caso de la microempresa manejará los siguientes detalles, enfocándose en Combos mas no en productos unitarios.

Tabla 14  
Detalle de productos

Combo	Detalle	1		2		3	
		Cant.	Valor	Cant.	Valor	Cant.	Valor
Alimentos	aceite	1lt	\$1,00	2lt	\$ 2,00	5lt	\$ 3,20
	arroz	3lb	\$1,20	5lb	\$ 2,00	10lb	\$ 4,00
	azúcar	1lb	\$0,50	2lb	\$ 1,00	5lb	\$ 2,50
	carne	2lb	\$3,00	4lb	\$12,00	10lb	\$30,00
	chanchó	1lb	\$2,80	2lb	\$ 5,60	4lb	\$11,20
	condimentos	1 paq	\$1,00	2 paq	\$ 2,00	5 paq	\$ 3,50
	embutidos	1 paq	\$3,00	2 paq	\$ 6,00	5 paq	\$15,00
	fideos	1 paq	\$0,95	2 paq	\$ 2,00	5 paq	\$ 5,00
	harina	1/2lb	\$0,30	1 1/2 lb	\$ 0,90	2lb	\$ 1,20
	huevos	10	\$1,50	20	\$ 3,00	30	\$ 4,50
	leche	3lt	\$2,55	5lt	\$ 4,25	10lt	\$ 8,50
	pan	1 paq	\$1,80	2 paq	\$ 3,60	4 paq	\$ 7,20
	pollo	01-feb	\$3,60	1	\$ 5,20	1 1/2	\$ 7,30
	queso	01-feb	\$1,15	1	\$ 2,00	2	\$ 4,00
	Limpieza	sal	1 funda	\$0,70	1 funda	\$ 0,70	2 fundas
verduras		1 paq	\$2,00	3 paq	\$ 5,00	5 paq	\$ 7,00
bolsas de basura		1 paq	\$1,00	2 paq	\$ 2,00	3 paq	\$ 3,00
cloro		1lt	\$0,80	2lt	\$ 1,60	3lt	\$ 2,40
desinfectante		1lt	\$1,00	2lt	\$ 2,00	3lt	\$ 3,00
detergente		250 gr	\$1,00	500 gr	\$ 1,60	750gr	\$ 2,30
suavizante		1lt	\$1,00	2lt	\$ 2,00	3lt	\$ 3,00
acondicionador		250 ml	\$4,00	500ml	\$ 6,00	700ml	\$ 9,00
algodón		1 paq	\$1,00	1 paq	\$ 1,00	1 paq	\$ 1,00
cepillo de dientes		1 paq	\$2,00	2 paq	\$ 4,00	3 paq	\$ 6,00
Higiene	desodorante	1 paq	\$6,00	2 paq	\$12,00	3 paq	\$18,00
	jabón	1 paq	\$3,00	2 paq	\$ 6,00	2 paq	\$ 6,00
	pañós	1	\$2,00	2	\$ 4,00	3	\$ 6,00
	papel higiénico	8	\$4,60	12	\$ 6,20	24	\$ 9,00
	pasta dental	1 paq	\$2,30	2 paq	\$ 4,00	3 paq	\$ 6,00
	shampoo	250 ml	\$4,00	500ml	\$ 6,00	700ml	\$ 9,00
	<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>60,75</b>	<b>\$</b>	<b>115,65</b>	<b>\$</b>	<b>199,20</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### 2.04.07.05 Precio.

“La mayoría de las empresas considera al precio como una decisión táctica que debe tomarse a la hora de lanzar un nuevo producto, o mejorar el desempeño financiero de uno existente” (Restrepo, 2007, pág. 18).

Dentro de la empresa se tomarán en cuenta los factores de aceptación, estos resultados los encontraremos una vez aplicada la encuesta, si los precios asignados son aceptados significará la acogida y a la vez la utilidad que representará para la misma.

#### 2.04.07.06 Plaza.

Dentro de este apartado se definirá los medios de distribución o también llamados canales por los que el cliente tendrá acceso al producto o servicio que se ofertará; la plaza está definida como el “lugar donde se comercializará nuestro producto” (Sangri, 2014, pág. 15).



Figura 14. Plaza.

Fuente: Google Maps.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### 2.04.07.07 Publicidad.

“Por publicidad se entiende toda comunicación no personal y pagada para la presentación y promoción de ideas, bienes o servicios por un promotor determinado” (Marketing y Publicidad, 2011, pág. 15).

AT HOME utilizará publicidad directa, es decir entregas con personas, a la vez se utilizarán las redes sociales para llamar la atención a nuestros compradores, entre ellas esta Facebook e Instagram, además de la utilización de bolsas reutilizables con el logotipo y camisetas; también publicidad tradicional como flyers.



*Figura 15.* Bolsas reutilizables.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



Figura 16. Publicidad en redes sociales.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

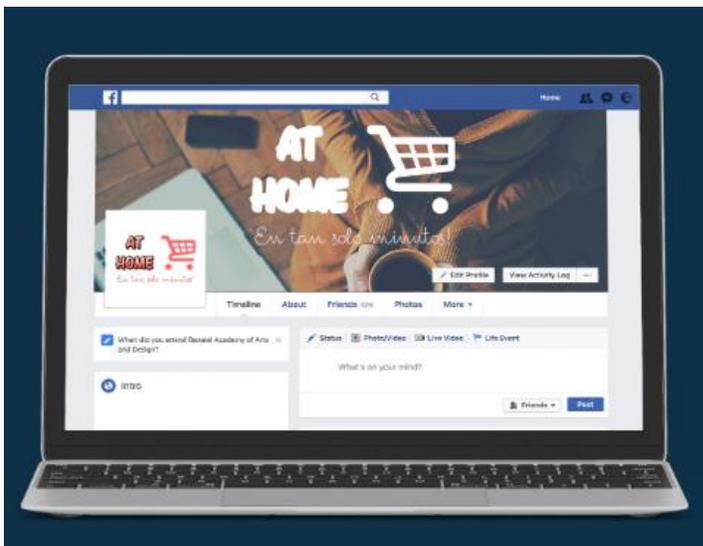


Figura 17. Página de Facebook.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



Figura 18. *Camisetas.*

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Brigitte Estefanía.

## CAPÍTULO III

### 3. Estudio de Mercado

Dentro del estudio de mercado se evaluará el mercado, es decir se estudiará a tanto la oferta como la demanda, es decir cuando hablamos de un estudio de mercado se habla de que “abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aunque sean ajenas a éste” (ILPES, 2006, pág. 71).

#### 3.01 Análisis del consumidor.

El análisis del consumidor radica en el estudio de todas aquellas necesidades, deseos, gustos y hábitos que posee un cliente al momento de la compra, este estudio es de suma relevancia ya que de este modo ayuda a conocer mejor al cliente u consumidor, y con esta información tomar decisiones estratégicas para la mejora de la organización y así obtener mejores resultados.

##### *3.01.01 Determinación de la población y muestra.*

La población se encuentra definida como “un conjunto de individuos que poseen una serie de características definitorias de su grupo de pertenencia” (Guárdia, 2007, pág. 3). Por otro lado, la muestra se define como “un subgrupo de individuos de la población a estudiar” (Guárdia, 2007, pág. 3).

Para la determinación de nuestra población y muestra se tomarán datos estadísticos propios de Ecuador.

### *3.01.01.01 Población.*

Tabla 15  
*Datos Población*

<b>LUGAR</b>	<b>HABITANTES</b>
Ecuador	17.305.485
Sierra	6.449.355
Pichincha	2.576.287
Quito	2.239.191
Puengasí	6.628

Fuente: Censo 2010.

Elaborado por: Ayala Dávila Brigitte Estefanía.

### *3.01.01.02 Muestra.*

Se utiliza la siguiente fórmula:

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

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Población.

P: Posibilidad de éxito (50%).

Q: Población de fracaso (50%).

Z: Nivel de confianza (1.96).

E: Margen de error (5%).

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

$$n = \frac{6628 * 0.50 * 0.50 * (1.96)^2}{(6628 - 1) * (0.05)^2 + 0.50 * 0.50 * (1.96)^2}$$

$$n = \frac{6365.5312}{17.5279}$$

$$n = 363.17$$

$$n = 363$$

Finalmente, después de resolver la fórmula tenemos un resultado de 363, este número representa la cantidad de encuestas a realizarse en el proyecto.

### ***3.01.02 Técnicas de obtención de información.***

Existen diferentes medios de obtener los datos para la aplicación del proyecto, entre ellos son:

#### ***3.01.02.01 Investigación exploratoria.***

La investigación exploratoria se encuentra definida como “la más apropiada para realizar una primera aproximación al problema porque facilita un primer reconocimiento del problema planteado y de las posibles acciones a desarrollar. En este caso suelen resultar más adecuadas las técnicas cualitativas” (Fernández Á. , 2004, pág. 31).

#### ***3.01.02.02 Investigación descriptiva.***

La investigación descriptiva “proporciona una información más detallada del problema que permite describir sus características principales, La investigación descriptiva puede ser transversal, cuando la información se recoge una sola vez de una o varias muestras, o longitudinal, cuando se recoge varias veces de la misma

muestra. Para este planteamiento resultan más adecuadas las técnicas cuantitativas” (Fernández Á. , 2004, pág. 31).

Dentro de esta investigación encontramos a la encuesta, estudios continuos: Panel y estudios ómnibus.

#### *3.01.02.03 Investigación causal.*

Finalmente encontramos a la investigación causal que se define como “permite establecer relaciones causa-efecto entre las variables estudiadas. La experimentación es la técnica más apropiada para identificar y medir relaciones causales” (Fernández Á. , 2004, pág. 32).

#### *3.01.02.04 Encuesta.*

Para la recolección de la información se utilizará la técnica de investigación descriptiva, mediante encuestas. La encuesta está definida como “la metodología cuantitativa más utilizada para la obtención de información primaria” (Fernández Á. , 2004, pág. 99). Mediante la encuesta personal determinaremos los límites y filtros para la obtención necesaria de información.

La encuesta personal permite obtener información mediante un coloquio directo y personal entre entrevistador y entrevistado. Normalmente, la encuesta personal se realiza con un cuestionario en formato papel y es el entrevistador quien plantea directamente las preguntas al entrevistado y cumplimenta el cuestionario con las respuestas proporcionadas (Fernández Á. , 2004, pág. 103).

3.01.02.05 Formato de la encuesta.



**Objetivo.** Reconocer la existencia de un mercado potencial para la implementación de un micro mercado con entrega a domicilio, para finalmente determinar la factibilidad y viabilidad del mismo.

**Datos Informativos.**

**GÉNERO.**

Masculino  Femenino

**EDAD.**

20 – 30  30 – 40  40 – 50

**1. ¿Cuántas personas viven con usted?**

1 – 2  3 – 5  5 o más

**2. ¿Le gustaría la creación de un micro mercado con servicio de entrega a domicilio?**

SI  NO

**3. ¿Con que frecuencia usted realiza compras de supermercado?**

1 semana  2 semanas  3 semanas  4 semanas

**4. ¿Actualmente se siente satisfecho con la variedad de productos que obtiene en el sector?**

SI  NO

**5. ¿Le gustaría realizar compras por paquetes categorizados (aseo, limpieza, carnes, embutidos, vegetales y enlatados) con entrega a domicilio?**

SI  NO

**6. ¿Bajo qué precios estaría de acuerdo?**

Combo 1

\$60 - \$70

Combo 2

\$100 - \$120

Combo 3

\$200 - \$210

**7. ¿Conoce de alguna aplicación o tienda que brinde el servicio de entrega a domicilio?**

SI  NO

**3.01.03 Análisis de la Información.**

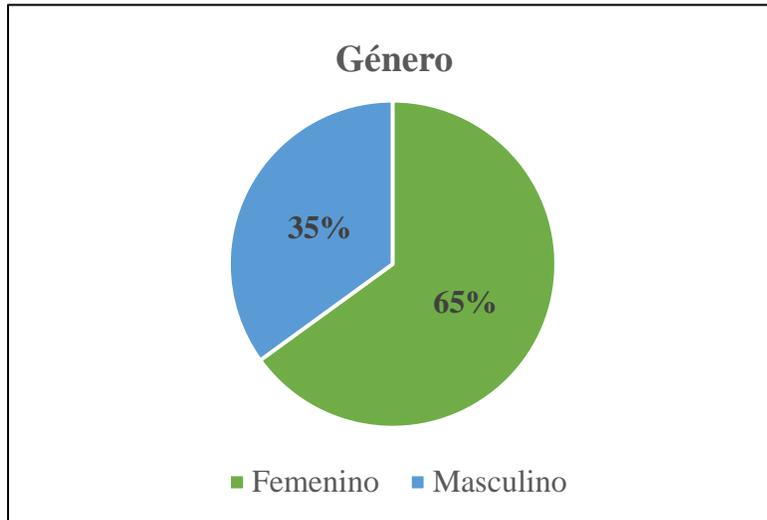
Tabla 16

*Datos de Género*

GÉNERO		
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Femenino	237	65%
Masculino	126	35%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



*Figura 19. Porcentaje Género.*

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Análisis. La Figura 20 nos muestra la cantidad de hombres y mujeres encuestados en el sector Monjas Jardín del Valle, siendo así el 65% público femenino y el 35% público masculino.

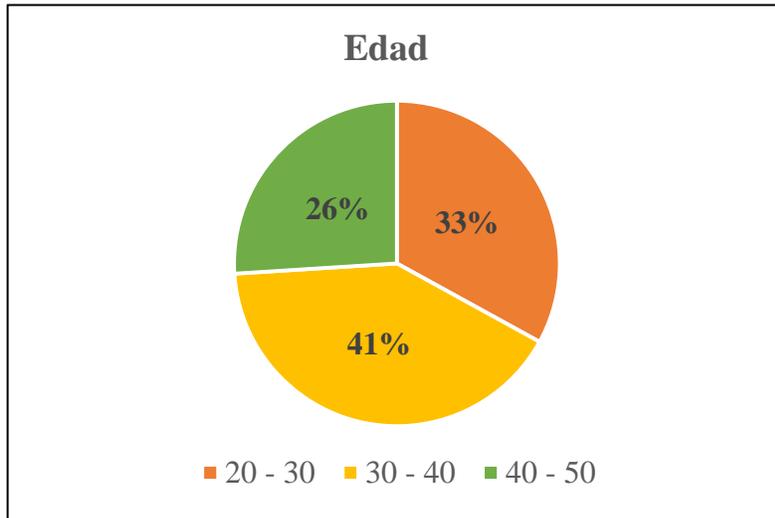
Tabla 17

*Datos edad*

<b>EDAD</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
20 – 30	118	33%
30 – 40	149	41%
40 – 50	96	26%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



*Figura 20. Porcentaje Edad.*  
Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

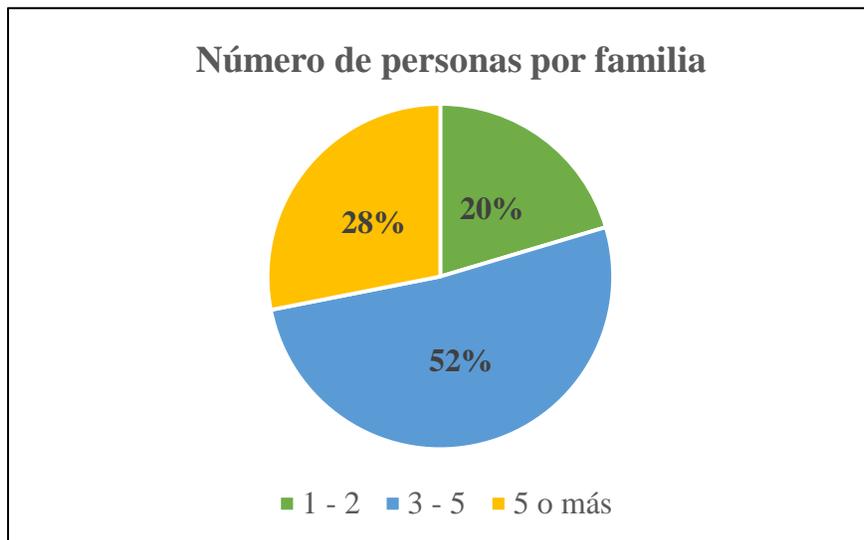
Análisis. La Figura 21 nos muestra los porcentajes de los rangos de edad de las personas encuestadas, y encontramos así el 26% de 40 – 50, seguido del 33% de 20 – 30 y finalmente el 41% de 30 – 40.

### 1. ¿Cuántas personas viven con usted?

Tabla 18  
*Pregunta 1*

1º PREGUNTA		
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 – 2	74	20%
3 – 5	187	52%
5 o más	102	28%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



*Figura 21.* Porcentajes pregunta 1.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Análisis. La información en relación a la Figura 20 nos demuestra que el 20% de la población del sector se encuentra en un rango de 1 – 2 personas por vivienda, el 28% corresponde al rango de 5 o más personas por vivienda y con la mayoría al 52% que se encuentra en el rango de 3 – 5 personas por vivienda.

## 2. ¿Le gustaría la creación de un micro mercado con servicio de entrega a domicilio?

Tabla 19

*Pregunta 2*

<b>2º PREGUNTA</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	309	85%
No	54	15%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



*Figura 22. Porcentajes pregunta 2.*

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Análisis. La Figura 21 nos muestra el porcentaje de aceptación con respecto a la creación de un micro mercado en línea con entregas a domicilio, obteniendo así el 85% en respuesta del Si y el 15% en respuesta negativa.

### 3. ¿Con que frecuencia usted realiza compras de supermercado?

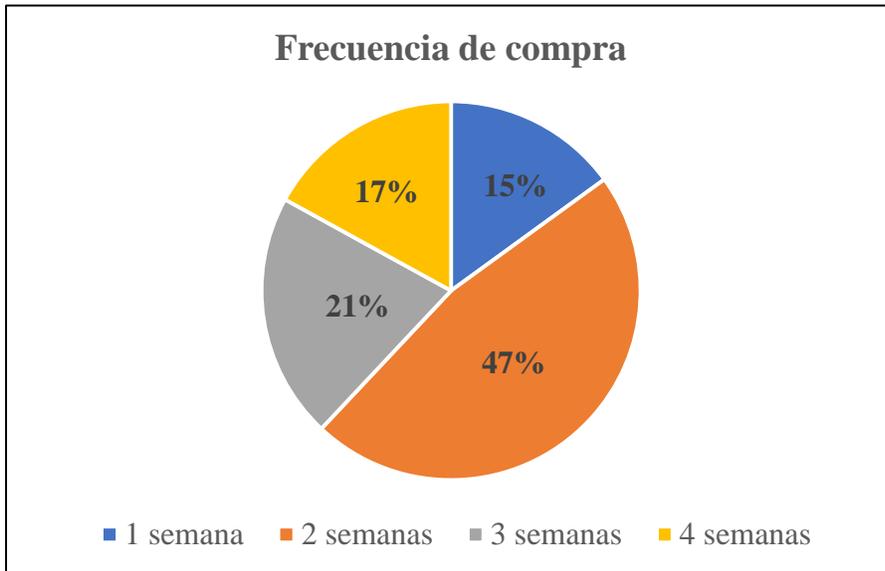
Tabla 20

*Pregunta 3*

<b>3° PREGUNTA</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
1 semana	54	15%
2 semanas	170	47%
3 semanas	77	21%
4 semanas	62	17%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



*Figura 23.* Porcentajes pregunta 3.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Brigitte Estefanía.

Análisis. La Figura 22 muestra los porcentajes de frecuencia de compra obteniendo el 15% en una frecuencia de 1 semana, el 17% cada 4 semanas, el 21% ocupa una frecuencia de compra de cada 3 semanas y finalmente el más alto del 47% mostrando una frecuencia de compra de cada 2 semanas.

**4. ¿Actualmente se siente satisfecho con la variedad de productos que obtiene en el sector?**

Tabla 21

*Pregunta 4.*

<b>4° PREGUNTA</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	156	43%
No	207	57%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Brigitte Estefanía.



**Figura 24.** Porcentajes pregunta 4.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Brigitte Estefanía.

Análisis. La Figura 23 muestra los porcentajes de satisfacción con la competencia, es decir el nivel de complacencia que obtienen los clientes del sector con los productos y servicios ofertados por la competencia, mostrando así 43% de satisfacción y el 57% de ausencia de la misma.

**5. ¿Le gustaría realizar compras por paquetes categorizados (aseo, limpieza, carnes, embutidos, vegetales y enlatados) con entrega a domicilio?**

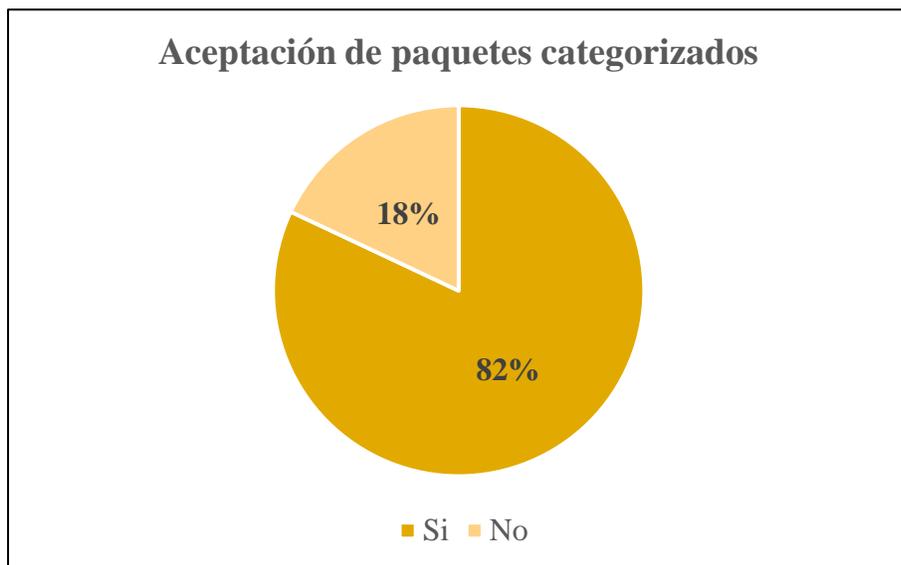
Tabla 22

Pregunta 5

5° PREGUNTA		
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	297	82%
No	66	18%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Brigitte Estefanía.



*Figura 25. Porcentajes pregunta 5.*

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Análisis. Es importante mencionar que el proyecto en cuestión es un micro mercado en base a la venta en línea y entrega a domicilio, enfocado en paquetes establecidos de compra, por lo que la Figura 24 muestra el porcentaje de aceptación del mecanismo de venta lo cual demuestra el 18% con una respuesta negativa y el 82% con respuesta positiva.

## 6. ¿Bajo qué precios estaría de acuerdo?

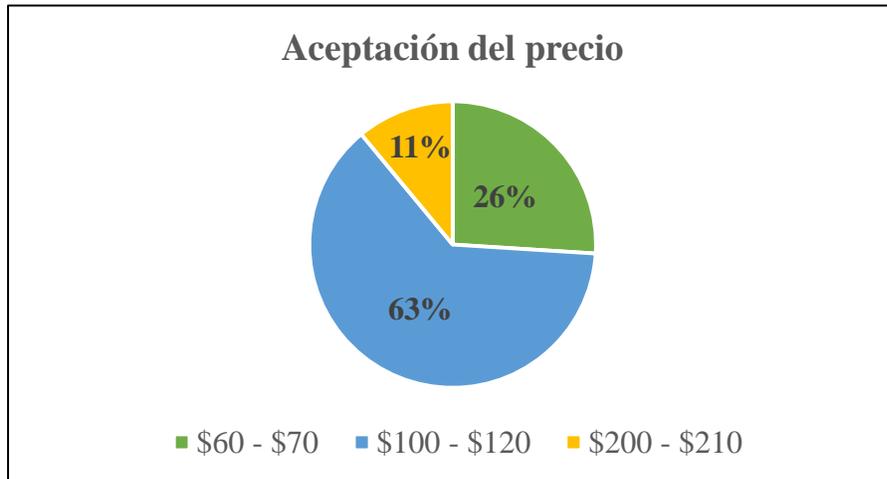
Tabla 23

*Pregunta 6*

<b>6° PREGUNTA</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$60 - \$70	94	26%
\$100 - \$120	229	63%
\$200 - \$210	40	11%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



*Figura 26.* Porcentajes pregunta 6.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Análisis. Dentro de la encuesta se presenta una pregunta muy importante y decisiva en la implementación del proyecto en curso, la Figura 25 nos muestra los porcentajes de aceptación con respecto al precio según los combos ofertantes, finalmente nos muestra el 11% en un rango de \$200 - \$210, el 26% en el rango de \$60 - \$70 y finalmente el 63% en el rango de \$100 - \$120.

**7. ¿Conoce de alguna aplicación o tienda que brinde el servicio de entrega a domicilio?**

Tabla 24

*Pregunta 7*

<b>7º PREGUNTA</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	109	30%
No	254	70%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



*Figura 27. Porcentajes pregunta 7.*

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

**Análisis.** Es importante conocer si nuestros posibles clientes conocen el mecanismo de compras en línea y entregas a domicilio, ya que de este modo obtenemos un porcentaje de la muestra al cual brindar un servicio nuevo e innovador en este caso obtuvimos el 70%, ahora con el 30% restante que si tiene conocimiento de este tipo de compras se ofrecerá la mejora, una mejor experiencia.

### **3.02 Oferta.**

La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un período dado (Ávila, 2003, pág. 45).

### ***3.02.01 Oferta histórica.***

“El análisis del comportamiento histórico de la oferta del producto, se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro” (Orjuela, 2002, pág. 145).

Dentro del proyecto en marcha no se presenta oferta histórica debido a que no se obtienen datos referentes a la competencia, además que el uso de este mecanismo de venta en línea aun no se encuentra en auge en Ecuador, nuestra competencia directa es SuperEasy que al momento opera solo en Guayaquil, por lo que el análisis histórico no posee de los datos suficientes.

### ***3.02.02 Oferta Actual.***

La oferta actual consiste en “analizar la situación existente, consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta” (Orjuela, 2002, pág. 146).

Tabla 25  
*Oferta Actual*

<b>DEMANDA ACTUAL</b>	<b>% COMPETENCIA</b>
3.495.209,52	57%
<b>OFERTA ACTUAL</b>	<b>1.992.269,43</b>

Fuente: Investigación Propia Datos Encuesta.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### ***3.02.03 Oferta proyectada.***

“El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado” (Orjuela, 2002, pág. 150).

Tabla 26  
*Oferta Proyectada*

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	% COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2019	3.495.209,52	0,57	1.992.269,43
2020	3.603.561,02	0,57	2.054.029,78
2021	3.715.271,41	0,57	2.117.704,70
2022	3.830.444,82	0,57	2.183.353,55
2023	3.949.188,61	0,57	2.251.037,51
2024	4.071.613,46	0,57	2.320.819,67
2025	4.197.833,47	0,57	2.392.765,08

Fuente: Investigación Propia Datos Encuesta.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### **3.03 Demanda.**

La demanda expresa las actitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio. Es decir, la demanda de una mercancía (bien) es la cantidad de ella que el individuo estaría dispuesto a comprar, en un momento dado, a los diversos precios posibles (Ávila, 2003, pág. 40).

#### **3.03.01 Demanda histórica.**

“La determinación del comportamiento histórico de la demanda, permite identificar la evolución del mercado objetivo en los últimos años e identificar los factores y variables, que han tenido directa incidencia en los resultados encontrados” (Orjuela, 2002, pág. 66).

Dentro del proyecto en marcha no se presenta demanda histórica debido a que no se obtienen datos referentes a la competencia, además que el uso de este mecanismo de venta en línea aún no se encuentra en auge en Ecuador, nuestra competencia directa es SuperEasy que al momento opera solo en Guayaquil, por lo que el análisis histórico no posee de los datos suficientes.

### 3.03.02 Demanda actual.

El análisis de la demanda actual, se realiza con el objetivo de determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir. Es decir, determinar la posibilidad de capturar una parte del mercado objetivo y ganar una participación en éste, que nos garantice el éxito de seguir adelante con el proyecto. Además, es útil para establecer si es posible justificar la creación de una nueva empresa o de ampliar la capacidad instalada, para el bien o servicio del proyecto (Orjuela, 2002, pág. 67).

Tabla 27  
*Demanda Actual*

<b>FRECUENCIA DE COMPRA</b>	<b>PRECIO PROMEDIO</b>
31.774,63	\$ 110,00
<b>DEMANDA ACTUAL</b>	<b>3.495.209,52</b>

Fuente: Investigación Propia Datos Encuesta.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### 3.03.03 Demanda proyectada.

La proyección de la demanda, es el procedimiento más importante para tomar decisiones en todo tipo de proyecto, ya que, lo que se trata de predecir son las posibles cantidades que los consumidores estarán dispuestos a adquirir del bien o servicio proyectado (Orjuela, 2002, pág. 76).

Tabla 28  
*Demanda Proyectada*

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	FACTOR CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2019	3.495.209,52	1	3.495.209,52
2020	3.495.209,52	1,031	3.603.561,02
2021	3.603.561,02	1,031	3.715.271,41
2022	3.715.271,41	1,031	3.830.444,82
2023	3.830.444,82	1,031	3.949.188,61
2024	3.949.188,61	1,031	4.071.613,46
2025	4.071.613,46	1,031	4.197.833,47

Fuente: Investigación Propia Datos Encuesta.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### 3.04 Balance Oferta – Demanda.

“El conocimiento de la Demanda y Oferta proyectada nos permitirá conocer la demanda disponible del proyecto” (Rodríguez, 2014).

#### 3.04.01 Balance Actual.

Actualmente utilizando la Demanda y Oferta nos muestra la Demanda Insatisfecha, lo que significa el campo o enfoque de mercado en el que trabajaremos.

Tabla 29  
*Balance Actual*

DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA
3.495.209,52	1.992.269,43	1.502.940,09

Fuente: Investigación Propia Datos Encuesta.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### 3.04.02 Balance Proyectado.

A continuación, se muestra la Tabla 27 donde se proyecta la Demanda Insatisfecha para 7 años.

Tabla 30  
*Balance Proyectado*

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2019	3.495.209,52	1992269,426	1.502.940,09
2020	3.603.561,02	2054029,779	1.549.531,24
2021	3.715.271,41	2117704,702	1.597.566,70
2022	3.830.444,82	2183353,548	1.647.091,27
2023	3.949.188,61	2251037,507	1.698.151,10
2024	4.071.613,46	2320819,67	1.750.793,79
2025	4.197.833,47	2392765,08	1.805.068,39

Fuente: Investigación Propia Datos Encuesta.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

## CAPÍTULO IV

### 4. Estudio técnico

“En la presentación detallada de este capítulo del proyecto se habrán definido algunos elementos fundamentales, en función de los cuales se eligen las alternativas de solución para cada problema enfocado” (ILPES, 2006, pág. 64).

#### 4.01 Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto se traduce en un número que expresa la cantidad de producto que se obtendrá en una unidad de tiempo, siendo éste el antecedente fundamental en esta presentación resumida del proyecto. Se suele presentar también el monto de la inversión y el empleo generado directamente por el proyecto (ILPES, 2006, pág. 64).

##### 4.01.01 Capacidad Instalada.

Dentro de la “capacidad instalada está relacionada con la localización y distribución de planta. No hay que olvidar que la capacidad depende de la demanda y que esta puede ser fuertemente influida por la localización” (Huertas, 2008, pág. 174).

Tabla 31  
*Capacidad Instalada*

Capacidad Instalada	Tiempo (min)	Horas Trab.	T1	Día	Semana	Mes	Año
Despacho Pedidos	30	8	2	16	80	320	3.840

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Nuestra capacidad instalada está dada por el número de pedidos que se despachan; es decir, una vez ingresado el pedido en el sistema el asesor y administrador tomaran las funciones de despachar los pedidos solicitados, siendo así en un tiempo de 15 minutos, es importante señalar que el tiempo de trabajo serán de 8 horas de lunes a sábado, la Tabla 28 muestra el número de pedidos tanto diario, semanal, mensual y anual.

#### **4.01.02 Capacidad Óptima.**

“Es la que espera alcanzar una empresa según sus limitaciones operativas” (Huertas, 2008, pág. 174).

Tabla 32  
*Capacidad Óptima*

Capacidad Óptima	Tiempo (min)	Horas Trab.	T1	Día	Semana	Mes	Año
Despacho Pedidos	20	8	3	24	120	480	5.760

Fuente: Investigación Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

En la capacidad óptima, se tomará como mejora el tiempo de despacho, reduciendo en 5 minutos; es decir a 10 minutos, de igual manera la Tabla 29 nos muestra el número de pedidos tanto diario, semanal, mensual y anual.

#### **4.02 Localización.**

“La localización debe indicarse en términos precisos, justificando la elección, únicamente con los elementos de decisión final utilizados” (ILPES, 2006, pág. 64).

#### 4.02.01 Macro.

“Se selecciona el área general (país, estado) en que se ubicará el proyecto, a través del análisis de sus condiciones generales tanto de infraestructura, económicas, su población, e indicadores y características económicas y sociales más importantes” (Valbuena, 2000, pág. 257).



*Figura 28.* Localización Ecuador.

Fuente: Google Earth.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



*Figura 29.* Localización Pichincha.

Fuente: Google Earth.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.



*Figura 30.* Localización Quito.

Fuente: Google Earth.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

El proyecto en curso se ubica en el país de Ecuador, en la provincia de Pichincha y finalmente en la Ciudad de Quito, demostrando así la macro localización del mismo.

#### 4.02.02 Micro –localización.

Determinar cuál es la mejor alternativa dentro de la macro localización, con lo que le es posible llegar a la especificación de la zona seleccionada.

Define la ubicación precisa que tendrá el proyecto, en ella identificaremos claramente el lugar, medidas del terreno, domicilio, vías de acceso, etc (Valbuena, 2000, pág. 257).



*Figura 31.* Localización Jardín del Valle.

Fuente: Google Earth.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Dentro de la localización como se puede observar la Figura 30, tiene dos vías de acceso, por la Autopista General Rumiñahui, siendo así desde el sur, centro o norte ingresando por el intercambiador como lo indica la línea verde y desde el valle por el acceso al lado derecho tal como lo indica la línea celeste.

#### ***4.02.03 Localización óptima.***

“A través del microanálisis se estudian los detalles, mediante un cálculo comparativo de los costos, para decidir sobre la localización óptima del proyecto” (Erossa, 1987, pág. 80).

Tabla 33  
*Factores de localización óptima*

<b>FACTORES</b>	<b>PESO ASIGNADO</b>
Cercanía clientes	25%
Cercanía proveedores	15%
Infraestructura	12%
Permisos Legales	10%
Seguridad	15%
Servicios Básicos	15%
Vías de Acceso	8%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Tabla 34  
*Localización Óptima*

FACTORES RELEVANTES	PONDERACIÓN	JARDÍN DEL VALLE		SANGOLQUI	
		Calificación	Total	Calificación	Total
Cercanía clientes	0,25	9	2,25	5	1,25
Cercanía proveedores	0,15	9	1,35	5	0,75
Infraestructura	0,12	9	1,08	5	0,6
Permisos Legales	0,1	9	0,9	7	0,7
Seguridad	0,15	9	1,35	6	0,9
Servicios Básicos	0,15	9	1,35	8	1,2
Vías de Acceso	0,08	8	0,64	6	0,48
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>8,92</b>		<b>5,88</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Brigitte Estefanía.

### 4.03 Ingeniería del Producto.

#### 4.03.01 Definición del Bien.

Los bienes o servicios se encuentran definidos como lo que se consigue después de un proceso productivo, es decir aquellos tangibles o intangibles que cumplen con la función de satisfacer las necesidades y deseos de todos los individuos habitantes; básicamente se puede determinar que los bienes o servicios son objetos o actividades que satisfacen necesidades, estas sean primaria o secundarias de las personas.

##### 4.03.01.01 Bien.

Los bienes están determinados de manera física, es decir los objetos tangibles, normalmente son productos que se encuentran al alcance de la adquisición mediante la compra directa o indirecta del mismo, y al ser entregados son palpables. El bien también se encuentra relacionado como un servicio, ya que para ofertar un bien se encuentra previo un servicio como, por ejemplo, la atención al cliente para el asesoramiento y la compra del producto necesitado.

#### 4.03.01.02 Servicio.

A diferencia de los bienes, estos son determinados por ser intangibles y definidos como una actividad brindada, es decir que se encuentran proporcionados por agentes o prestadores.

#### 4.03.01.03 Matriz Triangular.

Tabla 35  
Matriz SPS

MATRIZ SPS	
CÓDIGO	INTERSECCIÓN
A	Muy necesario
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinario
U	Innecesario
X	No prudente

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Tabla 36  
Matriz SPS codificación.

MATRIZ SPS	
CÓDIGO	INTERSECCIÓN
1	Proceso
2	Higiene
3	Información
4	Ruido
5	Seguridad

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### 4.03.02 Distribución de planta.

La distribución en planta consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la

distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamentos (De La Fuente, 2005, pág. 3).

Tabla 37  
*Dimensiones Distribución de la Planta*

ÁREA	DIMENSIONES	TOTAL
Baño Hombre	2 x 2	4 m <sup>2</sup>
Baño Mujer	2 x 2	4 m <sup>2</sup>
Estanterías	4 x 11	44 m <sup>2</sup>
Oficina	4 x 5	20 m <sup>2</sup>
Parqueadero	3 x 10	30 m <sup>2</sup>
Zona Refrigerante	4 x 8	32 m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>		<b>134 m<sup>2</sup></b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

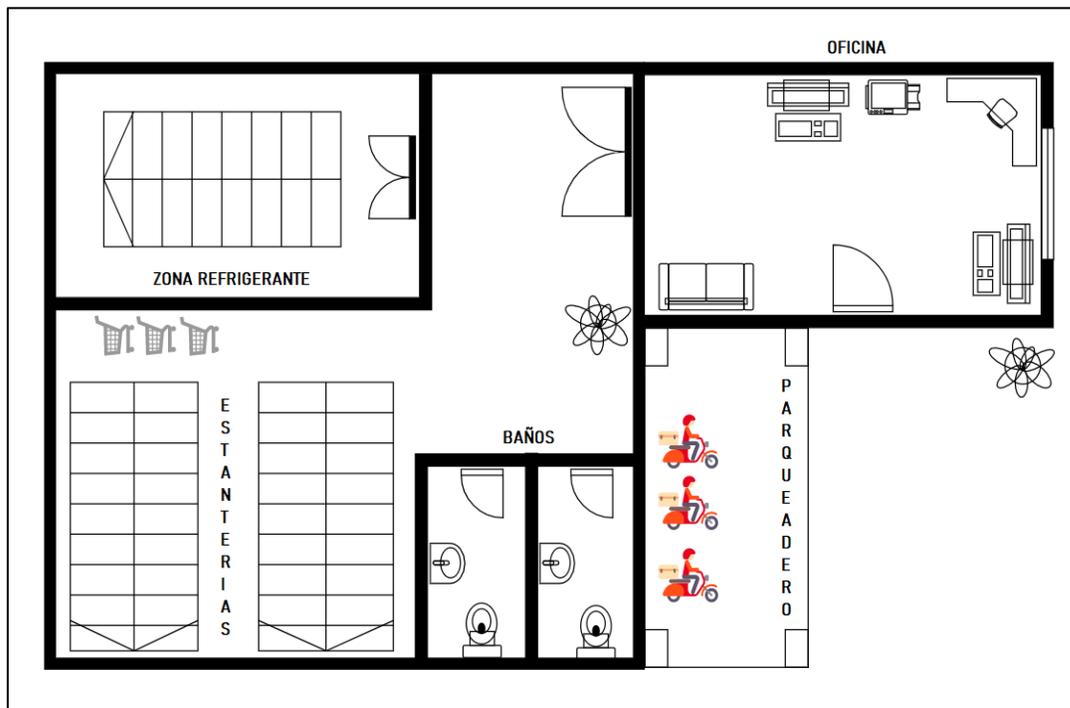


Figura 32. Distribución de la Planta.

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Dentro de la distribución de la planta se detalla un espacio de 134 m<sup>2</sup>, siendo este espacio de recurso propio, por lo que en el análisis financiero se obviará y básicamente será un gasto menos en costos fijos la cuenta arriendo.

#### ***4.03.03 Proceso productivo.***

“El propósito de esta fase es obtener una visión global de todas las plantas, esto es, un conocimiento integral del proceso productivo propiamente dicho” (O Valderrama, 2001, pág. 152). Es decir, dentro del proceso productivo se detalla el desarrollo de cada una de las áreas con sus respectivas actividades, quienes y de qué modo intervienen.

##### ***4.03.03.01 Descripción Proceso Productivo.***

**Ingreso Pedido.** Mediante las vías de acceso de comunicación el asesor tomará la orden deseada, informando al cliente sobre la facturación, para lo cual se podrá realizar con pagos automatizados o en un inicio pagos en efectivo.

**Facturación.** En este proceso existen dos fases.

**Facturación fase 1.** El pago automatizado, que será conducido por el o la asesor/a, y próximamente confirmado por el departamento de contabilidad.

**Selección de Pedido.** Una vez finalizada la llamada del cliente y la confirmación del pago, se procederá a la selección del Combo solicitado, es decir la preparación previa al embarque.

**Embarque.** Una vez con el pedido armado, será despachado a los motorizados, quienes estarán encargados de llevar puerta a puerta lo solicitado.

**Motorizados.** Los motorizados, ayudaran con el adecuamiento de su transporte para la entrega, adicional estará encargado de organizar la ruta de viaje para que el pedido sea entregado lo antes posible.

**Entrega.** Al llegar al domicilio del cliente, será entregado con su debida factura y constancia de los ítems solicitados.

**Facturación fase 2.** En caso de ser en efectivo el pago, el motorizado procederá a recibir la cantidad facturada.

**Entrega efectivo.** Al regreso de sus entregas el motorizado entregará en contabilidad el o los montos de efectivo receptados, para que sean debidamente ingresados y registrados.

#### **4.03.04 Maquinaria.**

“Representan el conjunto de máquinas de las que cuentan las industrias para realizar sus actividades” (Granados, 1978, pág. 273).

Tabla 38

#### *Detalle de Maquinaria*

<b>MAQUINARIA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Balanza	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Coche compras	3	\$ 26,00	\$ 78,00
Estantería Mural	8	\$ 150,00	\$ 1.200,00
Islas de Congelación	2	\$ 480,00	\$ 960,00
Murales Frigoríficos	2	\$ 450,00	\$ 900,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.488,00</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### **4.03.05 Equipos de computación.**

“Es una cuenta en la que se registran las entradas y salidas por compra y venta o cualquier transformación comercial que se realice con equipos de computación y comunicación”

(Granados, 1978, pág. 269).

Tabla 39  
*Detalle Equipos de Computación*

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop	3	\$ 530,00	\$ 1.590,00
Impresora	1	\$ 330,00	\$ 330,00
Telefonía	2	\$ 35,00	\$ 70,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.990,00</b>

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### **4.03.06 Muebles y Enseres.**

“Se les considera así a los equipos de escritorio, las sillas, las mesas, los libreros, los mostradores, etc. Es una cuenta de activo, representa las entradas y salidas por compra y venta de los muebles, se registra en muebles si el objeto socios es diferente a este” (Granados, 1978, pág. 269)

Tabla 40  
*Detalle Muebles y Enseres*

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Archivador Aéreo	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Armarios y bucks	2	\$ 94,00	\$ 188,00
Escritorios	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Sillas Ergonómicas	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Sofá	1	\$ 124,00	\$ 124,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 907,00</b>

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### 4.03.07 Suministros Oficina.

Forman parte del trabajo diario que se lleva a cabo en las organizaciones, básicamente son el material de apoyo para una mejor organización y seguimiento pertinente del mismo.

Tabla 41  
*Detalle Suministros Oficina*

SUMINISTROS OFICINA				
DETALLE	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL	
Bolígrafos	12	\$ 0,35	\$ 4,20	
Borradores	12	\$ 0,08	\$ 0,96	
Carpetas bene	12	\$ 1,25	\$ 15,00	
Clips	20	\$ 0,24	\$ 4,80	
Cuadernos	5	\$ 0,90	\$ 4,50	
Grapadora	3	\$ 2,30	\$ 6,90	
Lápices	12	\$ 0,25	\$ 3,00	
Marcadores	24	\$ 0,60	\$ 14,40	
Perforadora	3	\$ 2,60	\$ 7,80	
Portaclips	3	\$ 0,68	\$ 2,04	
Resaltadores	6	\$ 0,75	\$ 4,50	
Resmas de papel	24	\$ 3,50	\$ 84,00	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 152,10</b>	

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### 4.03.08 Suministros Limpieza.

Son el conjunto de productos diseñados para la limpieza, algunos contienen químicos u otros se encuentran a base de plástico; ayudan a mejorar la imagen y presencia de un lugar físico, demostrando así eficacia e higiene.

Tabla 42  
*Detalle Suministros Limpieza*

<b>SUMINISTROS LIMPIEZA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Esponjas	12	\$ 0,23	\$ 2,76
Desinfectante	4	\$ 1,20	\$ 4,80
Cloro	3	\$ 1,30	\$ 3,90
Mano de oso	6	\$ 1,12	\$ 6,72
Bombas	2	\$ 1,55	\$ 3,10
Papel higiénico	12	\$ 0,99	\$ 11,88
Trapeador	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Escobas	4	\$ 1,25	\$ 5,00
Recogedores	4	\$ 1,30	\$ 5,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 53,36</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

## CAPÍTULO V

### 5. Estudio Financiero

Dentro del estudio financiero, se realizará un análisis, mismo que “se investiga y se diagnostica la situación financiera de una organización, a partir de la información económico-financiera del entorno económico con el que esta interactúa” (Córdoba, 2014, pág. 14).

#### 5.01 Ingresos.

##### 5.01.01 Ingresos Operacionales.

Dentro de los ingresos operacionales se determinan aquellos que “incluyen todos los ingresos obtenidos por la venta de un producto o servicio” (Bravo Valdivieso, 2001, pág. 168).

Tabla 43  
*Ingresos Operacional*

PRODUCTO	COSTO TOTAL	% UTILIDAD	PVP	CANT. VENTA MENSUAL	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
Combo 1	\$ 48.51	34%	\$ 65,00	83	\$ 5.408,00	\$ 64.896,00
Combo 2	\$ 79.71	38%	\$110,00	202	\$ 22.176,00	\$ 266.112,00
Combo 3	\$165,32	24%	\$205,00	35	\$ 7.216,00	\$ 86.592,00
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 417.600,00</b>

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Como se puede observar en la Tabla 42, tenemos el resultado del primer año de ingresos, que será nuestro año base, a partir de \$417.600,00 serán proyectados con el PIB sectorial, correspondiente al 3.10%.

#### *5.01.01.01 Ingresos proyectados.*

Tabla 44  
*Ingresos operacionales proyectados*

AÑO	INGRESO ACTUAL	TASA PIB SECTORIAL	INGRESO PROYECTADO
2019	\$ 417.600,00	1	\$ 417.600,00
2020	\$ 417.600,00	1,03	\$ 430.128,00
2021	\$ 430.128,00	1,03	\$ 443.031,84
2022	\$ 443.031,84	1,03	\$ 456.322,80
2023	\$ 456.322,80	1,03	\$ 470.012,48
2024	\$ 470.012,48	1,03	\$ 484.112,85

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### *5.01.02 Ingresos no Operacionales.*

A diferencia de los ingresos operacionales, los ingresos no operacionales están determinados como “aquellos que no se relacionan en forma directa con las principales actividades del negocio” (Bravo Valdivieso, 2001, pág. 168).

#### **5.02 Costos.**

Los costos del producto o del servicio son un componente de significativa importancia en la determinación del ingreso y en la posición financiera de toda la organización. La asignación de los costos es, también, básica en la preparación de los estados financieros (Cuevas Villegas, 2001, pág. 3).

### ***5.02.01 Costo Directo.***

Un costo directo es un costo que puede ser obvio y físicamente identificado en el segmento particular en estudio. Por ejemplo, si el segmento en consideración es una línea de producto, entonces los materiales y la mano de obra involucrados en la línea de manufactura serán costos directos de la línea (Cuevas Villegas, 2001, pág. 22).

En este caso la empresa no incurrirá en estos costos debido a que es una empresa dedicada a la comercialización y no se dará ningún proceso de fabricación o producción.

### ***5.02.02 Costos Indirectos.***

“Es un costo que debe ser repartido para asignarse al segmento en consideración. Los costos indirectos de fabricación, por ejemplo, son costos indirectos para una línea de producción” (Cuevas Villegas, 2001, pág. 22).

Al igual que en los costos directos, la empresa no incurrirá en los costos indirectos, ya que al ser comercializadora todo será entregado por proveedores.

### ***5.02.03 Costo de ventas.***

El costo de venta está determinado como el costo que interviene en la comercialización de un bien o a su vez en la prestación de un servicio, en nuestro caso estará enfocado en un bien; es decir de que modo se incurrió para comprar un bien que futuramente será vendido.

Tabla 45  
*Costo de Ventas*

DESCRIPCIÓN	2019
<b>Ventas</b>	
Combos	\$ 417.600,00
<b>Total Ventas</b>	<b>\$ 417.600,00</b>
Combo 1	\$ 64.896,00
Combo 2	\$ 266.112,00
Combo 3	\$ 86.592,00
<b>(-) Costo de Ventas</b>	<b>\$ 311.097,98</b>
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$ 106.502,02</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Mediante la Tabla 42 se muestra la cantidad monetaria que será ocupada durante todo el año para la adquisición y compra de productos para su futura comercialización; es decir, se ocupará un total de \$311.097,98 representando así el 74,50% del total de las ventas.

### 5.02.03 Gastos Administrativos.

“Son todos los gastos que se relacionan en forma directa con la oficina o departamento administrativo” (Bravo Valdivieso, 2001, pág. 168).

Tabla 46  
*Sueldos y Salarios*

Nro.	Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aporte IESS	Décimo Cuarto Sueldo	Décimo Tercer Sueldo	Vacaciones	Valor Anual
1	Administrador	\$411,36	\$4.936,32	\$550,40	\$394,00	\$411,36	\$205,68	\$6.497,76
2	Contador	\$401,64	\$4.819,68	\$537,39	\$394,00	\$401,64	\$200,82	\$6.353,53
3	Asesor	\$400,00	\$4.800,00	\$535,20	\$394,00	\$400,00	\$200,00	\$6.329,20
4	Motorizado	\$444,00	\$5.328,00	\$594,07	\$394,00	\$444,00	\$222,00	\$6.982,07
5	Motorizado	\$444,00	\$5.328,00	\$594,07	\$394,00	\$444,00	\$222,00	\$6.982,07
		<b>\$2.101,00</b>	<b>\$25.212,00</b>	<b>\$2.811,14</b>	<b>\$1.970,00</b>	<b>\$2.101,00</b>	<b>\$1.050,50</b>	<b>\$33.144,64</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Es importante mencionar que, en el primer año no se toma en cuenta los Fondos de Reserva, estos son pagados al siguiente año lo que significa que para el año 2021, 2022 y 2023 el presupuesto será el que muestra la Tabla 46; y en el 2024 por expansión se contratará mas personal para abarcar mas plazas de trabajo, la Tabla 47 muestra el presupuesto del 2024 sin tomar en cuenta los Fondos de Reserva de los nuevos trabajadores.

Tabla 47  
*Sueldos y Salarios Proyectados*

Nro.	Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Décimo Cuarto Sueldo	Décimo Tercer Sueldo	Vacaciones	Valor Anual
1	Administrador	\$411,36	\$4.936,32	\$550,40	\$411,20	\$394,00	\$411,36	\$205,68	\$6.908,96
2	Contador	\$401,64	\$4.819,68	\$537,39	\$401,48	\$394,00	\$401,64	\$200,82	\$6.755,01
3	Asesor	\$400,00	\$4.800,00	\$535,20	\$399,84	\$394,00	\$400,00	\$200,00	\$6.729,04
4	Motorizado	\$444,00	\$5.328,00	\$594,07	\$443,82	\$394,00	\$444,00	\$222,00	\$7.425,89
5	Motorizado	\$444,00	\$5.328,00	\$594,07	\$443,82	\$394,00	\$444,00	\$222,00	\$7.425,89
		<b>\$2.101,00</b>	<b>\$25.212,00</b>	<b>\$2.811,14</b>	<b>\$2.100,16</b>	<b>\$1.970,00</b>	<b>\$2.101,00</b>	<b>\$1.050,50</b>	<b>\$35.244,80</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Tabla 48  
*Sueldos y Salarios Proyectados 2024*

Nro.	Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Décimo Cuarto Sueldo	Décimo Tercer Sueldo	Vacaciones	Valor Anual
1	Administrador	\$411,36	\$4.936,32	\$550,40	\$411,20	\$394,00	\$411,36	\$205,68	\$6.908,96
2	Contador	\$401,64	\$4.819,68	\$537,39	\$401,48	\$394,00	\$401,64	\$200,82	\$6.755,01
3	Asesor 1	\$400,00	\$4.800,00	\$535,20	\$399,84	\$394,00	\$400,00	\$200,00	\$6.729,04
4	Asesor 2	\$400,00	\$4.800,00	\$535,20		\$394,00	\$400,00	\$200,00	\$6.329,20
5	Motorizado 1	\$444,00	\$5.328,00	\$594,07	\$443,82	\$394,00	\$444,00	\$222,00	\$7.425,89
6	Motorizado 2	\$444,00	\$5.328,00	\$594,07	\$443,82	\$394,00	\$444,00	\$222,00	\$7.425,89
7	Motorizado 3	\$444,00	\$5.328,00	\$594,07		\$394,00	\$444,00	\$222,00	\$6.982,07
		<b>\$2.945,00</b>	<b>\$35.340,00</b>	<b>\$3.940,41</b>	<b>\$2.100,16</b>	<b>\$2.758,00</b>	<b>\$2.945,00</b>	<b>\$1.472,50</b>	<b>\$48.556,07</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Tabla 49  
*Suministros Oficina*

<b>SUMINISTROS OFICINA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>	
Bolígrafos	12	\$ 0,35	\$ 4,20	
Borradores	12	\$ 0,08	\$ 0,96	
Carpetas bene	12	\$ 1,25	\$ 15,00	
Clips	20	\$ 0,24	\$ 4,80	
Cuadernos	5	\$ 0,90	\$ 4,50	
Grapadora	3	\$ 2,30	\$ 6,90	
Lápices	12	\$ 0,25	\$ 3,00	
Marcadores	24	\$ 0,60	\$ 14,40	
Perforadora	3	\$ 2,60	\$ 7,80	
Portaclips	3	\$ 0,68	\$ 2,04	
Resaltadores	6	\$ 0,75	\$ 4,50	
Resmas de papel	24	\$ 3,50	\$ 84,00	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 152,10</b>	

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Tabla 50  
*Suministros Limpieza*

<b>SUMINISTROS LIMPIEZA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>	
Esponjas	12	\$ 0,23	\$ 2,76	
Desinfectante	4	\$ 1,20	\$ 4,80	
Cloro	3	\$ 1,30	\$ 3,90	
Mano de oso	6	\$ 1,12	\$ 6,72	
Bombas	2	\$ 1,55	\$ 3,10	
Papel higiénico	12	\$ 0,99	\$ 11,88	
Trapeador	4	\$ 2,50	\$ 10,00	
Escobas	4	\$ 1,25	\$ 5,00	
Recogedores	4	\$ 1,30	\$ 5,20	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 53,36</b>	

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Tabla 51  
*Gastos Fijos*

<b>COSTOS FIJOS</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Agua	\$ 25,00	\$ 300,00
Luz	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono	\$ 35,00	\$ 420,00
Internet	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 120,00</b>	<b>\$ 1.440,00</b>

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Dentro de los Gastos Fijos, no se tomará en cuenta el Arriendo, debido a que la planta es de propiedad de uno de los socios, lo cual facilita y ahorra este gasto.

#### **5.02.04 Gastos de Ventas.**

“Son todos los gastos que se relacionan directamente con la oficina o Departamento de Ventas”

(Bravo Valdivieso, 2001, pág. 169).

Tabla 52  
*Gasto de Ventas*

<b>DETALLE DE GASTOS</b>	<b>COSTO UNITARIO.</b>	<b>CANT.</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>Medios Publicitarios Internet</b>					
Promoción Instagram	\$30,00	1	anual	\$2,50	\$30,00
Promoción Facebook	\$30,00	1	anual	\$2,50	\$30,00
<b>Medios Publicitarios</b>					
Radio	\$40,00	1	cuatrimestral	\$10,00	\$120,00
<b>Material POP</b>					
Publicidad Tradicional	\$25,00	100	mensual	\$25,00	\$300,00
<b>TOTAL GENERAL</b>					<b>\$180,00</b>

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

#### **5.02.05 Proyección de costos y gastos.**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MICROMERCADO PARA LA VENTA DE PRODUCTOS EN LÍNEA A BASE DE PAQUETES CATEGORIZADOS, UBICADO EN QUITO, SECTOR MONJAS, JARDÍN DEL VALLE, 2019.

La Tabla 52 muestra la proyección a partir del año base 2019 que costará y se gastará para que la organización este en marcha; se toma en cuenta tanto los Gastos Administrativos como los Gastos de Venta.

Tabla 53  
*Proyección de costos y gastos*

AÑOS	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nº CONTRATOS	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESO VENTAS</b>	<b>\$417.600,00</b>	<b>\$430.128,00</b>	<b>\$443.031,84</b>	<b>\$456.322,80</b>	<b>\$470.012,48</b>	<b>\$484.112,85</b>
<b>Costos y gastos</b>						
Sueldos	\$ -	\$ 33.144,64	\$ 35.244,80	\$ 35.244,80	\$ 35.244,80	\$ 48.556,07
Marketing	\$ 180,00	\$ -	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Equipo de computación	\$ 1.990,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 565,00
Muebles y enseres	\$ 907,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 314,00
Maquinaria	\$ 3.488,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Suministros de oficina	\$ 50,70	\$ 101,40	\$ 152,10	\$ 152,10	\$ 152,10	\$ 152,10
Suministros de limpieza	\$ 17,79	\$ 35,57	\$ 53,36	\$ 53,36	\$ 53,36	\$ 53,36
Gastos fijos	\$ 120,00	\$ 1.320,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.484,64
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.753,49</b>	<b>\$ 34.601,61</b>	<b>\$ 37.070,26</b>	<b>\$ 37.070,26</b>	<b>\$ 37.070,26</b>	<b>\$ 51.305,17</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### **5.02.06 Gastos Financieros.**

“Se relacionan con los intereses que paga la empresa a los bancos o financieras por los préstamos concedidos para su financiamiento” (Bravo Valdivieso, 2001, pág. 169).

La empresa contará con un financiamiento externo, otorgado por el Banco Bolivariano; un crédito de consumo por un total de \$50.000,00 con una tasa de interés del 11.08%.

### 5.02.07 Costos Fijos y Variables.

“Los costos se definen como variables o fijos con respecto a una actividad específica y por un periodo determinado” (T. Horngren, Foster, & M. Datar, 2007, pág. 30). Además, que para “identificar un costo como variable o fijo facilita la toma de decisiones administrativas”.

Tabla 54  
Costos Fijos

COSTOS FIJOS						
DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Depreciación	\$ -	\$ 1.102,83	\$ 2.205,67	\$ 3.308,50	\$ 1.758,00	\$ 2.413,34
Sueldos	\$33.144,64	\$35.244,80	\$35.244,80	\$35.244,80	\$35.244,80	\$48.556,07
Gastos Fijos	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$34.584,64</b>	<b>\$37.787,63</b>	<b>\$38.890,46</b>	<b>\$39.993,30</b>	<b>\$38.442,80</b>	<b>\$52.409,41</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Tabla 55  
Costos Variables

COSTOS VARIABLES						
DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Marketing	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 180,00</b>					

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### 5.03 Inversiones.

La importancia de los proyectos radica en que se constituyen en un instrumento básico de información para la toma de decisiones de inversión, y por los efectos que puede generar su ejecución y operación en cuanto a la solución de los problemas existentes, al desarrollo económico y social de una región o un país (Meza, 2013, pág. 12).

### 5.03.01 Inversión Fija.

La inversión fija se encuentra dada por aquellos activos que tienen mas de un año de vida útil, y que se encuentran diseñados para las actividades plenas de la empresa; es decir, que cumplen con las condiciones necesarias para que el desarrollo de la actividad de la empresa sea óptimo.

### 5.03.02 Activos Fijos.

Dentro de los activos fijos se detallan los bienes de una empresa, que no son convertibles en efectivo o a su vez que no están destinados para la venta del mismo; básicamente que no conforman parte del giro del negocio, más bien son necesarios para el funcionamiento del mismo.

### 5.03.03 Activos Nominales (diferidos).

Son correspondientes a los intangibles, es decir, servicio o a su vez derechos que han sido utilizados de manera necesaria para la puesta en marcha del proyecto, en este caso hacemos referencia a los gastos constitucionales.

Tabla 56  
*Gastos Constitucionales*

DETALLE	CTA. CONTABLE	COSTO TOTAL
Honorarios Profesionales		\$ 200,00
Reserva de nombre		
Estatutos		
Cuenta integración capital		
Escritura pública	GASTOS CONTITUCIONALES	\$ 62,23
Permisos municipales		
Registro mercantil		
Nombramiento representante		
RUC		
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 262,23</b>

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

### 5.03.04 Capital de Trabajo.

“Indica la cantidad de recursos que dispone la empresa para realizar sus operaciones, después de satisfacer sus obligaciones o deudas a corto plazo” (Bravo Valdivieso, 2001, pág. 325).

### 5.03.05 Cuadro de inversiones.

Tabla 57  
Inversión inicial

DETALLE	USO DE FONDO	RECURSO PROPIO	RECURSO FINANCIERO
<b>Activos Fijos</b>			
Maquinaria	\$ 3.488,00	\$ 3.488,00	
Muebles y Enseres	\$ 907,00	\$ 907,00	
Equipos de Computación	\$ 1.990,00	\$ 1.990,00	
<b>Activos Nominales</b>			
Gastos de Constitución	\$ 262,23	\$ 262,23	
<b>Capital de trabajo</b>			
Gastos administrativos	\$ 2.899,17	\$ 2.899,17	
Gasto de ventas	\$ 15,00	\$ 15,00	
Costo de ventas	\$ 103.699,33	\$ 53.699,33	\$ 50.000,00
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 113.260,73</b>	<b>\$ 63.260,73</b>	<b>\$ 50.000,00</b>
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>56%</b>	<b>44%</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Se muestra la Tabla 56, donde se determina que el 44% del proyecto será financiada de manera externa y el 56% estará dado por recursos propios, indicando nuevamente el aporte igualitario de 5 socios.

### 5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.

Se determina financiamiento cuando una organización se encuentra en deuda por pedido de una parte del capital en préstamo con el único fin de cubrir sus necesidades.

#### 5.03.05.01 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización).

“Los activos intangibles están sujetos a amortización, el cálculo del valor amortizado en cada período tiene como base la vida útil del activo; este valor se obtiene dividiendo el costo para el número de años de vida útil” (Bravo Valdivieso, 2001, pág. 239).

Tabla 58  
*Amortización Gastos Constitucionales*

CONCEPTO	VALOR 2019	VIDA ÚTIL	2020	2021	2022	2023	2024
Gastos Constitucionales	\$262,23	5	\$52,45	\$52,45	\$52,45	\$52,45	\$52,45

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía.

Para el presente proyecto se necesitará el 44% de financiamiento externo por lo cual se acude al Banco Bolivariano, solicitando un crédito de consumo el cual se encuentra bajo el 11.08% de tasa de interés con un pago mensual de \$691.02 durante 120 cuotas, es decir por el lapso de 10 años.

Tabla 59  
*Amortización Crédito Banco Bolivariano*

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
PERÍODO	SALDO	INTERES $I=C*i*t$	CUOTA	CAPITAL cuota-interés	SALDO INSOLUTO saldo - capital
1	\$50.000,00	\$461,67	\$691,02	\$229,35	\$49.770,65
2	\$49.770,65	\$459,55	\$691,02	\$231,47	\$49.539,18
3	\$49.539,18	\$457,41	\$691,02	\$233,61	\$49.305,57
4	\$49.305,57	\$455,25	\$691,02	\$235,77	\$49.069,80
5	\$49.069,80	\$453,08	\$691,02	\$237,94	\$48.831,86
6	\$48.831,86	\$450,88	\$691,02	\$240,14	\$48.591,72
7	\$48.591,72	\$448,66	\$691,02	\$242,36	\$48.349,36
8	\$48.349,36	\$446,43	\$691,02	\$244,59	\$48.104,77
9	\$48.104,77	\$444,17	\$691,02	\$246,85	\$47.857,92
10	\$47.857,92	\$441,89	\$691,02	\$249,13	\$47.608,79
11	\$47.608,79	\$439,59	\$691,02	\$251,43	\$47.357,36
12	\$47.357,36	\$437,27	\$691,02	\$253,75	\$47.103,61

---

13	\$47.103,61	\$434,92	\$691,02	\$256,10	\$46.847,51
14	\$46.847,51	\$432,56	\$691,02	\$258,46	\$46.589,05
15	\$46.589,05	\$430,17	\$691,02	\$260,85	\$46.328,20
16	\$46.328,20	\$427,76	\$691,02	\$263,26	\$46.064,94
17	\$46.064,94	\$425,33	\$691,02	\$265,69	\$45.799,25
18	\$45.799,25	\$422,88	\$691,02	\$268,14	\$45.531,11
19	\$45.531,11	\$420,40	\$691,02	\$270,62	\$45.260,49
20	\$45.260,49	\$417,91	\$691,02	\$273,11	\$44.987,38
21	\$44.987,38	\$415,38	\$691,02	\$275,64	\$44.711,74
22	\$44.711,74	\$412,84	\$691,02	\$278,18	\$44.433,56
23	\$44.433,56	\$410,27	\$691,02	\$280,75	\$44.152,81
24	\$44.152,81	\$407,68	\$691,02	\$283,34	\$43.869,47
25	\$43.869,47	\$405,06	\$691,02	\$285,96	\$43.583,51
26	\$43.583,51	\$402,42	\$691,02	\$288,60	\$43.294,91
27	\$43.294,91	\$399,76	\$691,02	\$291,26	\$43.003,65
28	\$43.003,65	\$397,07	\$691,02	\$293,95	\$42.709,70
29	\$42.709,70	\$394,35	\$691,02	\$296,67	\$42.413,03
30	\$42.413,03	\$391,61	\$691,02	\$299,41	\$42.113,62
31	\$42.113,62	\$388,85	\$691,02	\$302,17	\$41.811,45
32	\$41.811,45	\$386,06	\$691,02	\$304,96	\$41.506,49
33	\$41.506,49	\$383,24	\$691,02	\$307,78	\$41.198,71
34	\$41.198,71	\$380,40	\$691,02	\$310,62	\$40.888,09
35	\$40.888,09	\$377,53	\$691,02	\$313,49	\$40.574,60
36	\$40.574,60	\$374,64	\$691,02	\$316,38	\$40.258,22
37	\$40.258,22	\$371,72	\$691,02	\$319,30	\$39.938,92
38	\$39.938,92	\$368,77	\$691,02	\$322,25	\$39.616,67
39	\$39.616,67	\$365,79	\$691,02	\$325,23	\$39.291,44
40	\$39.291,44	\$362,79	\$691,02	\$328,23	\$38.963,21
41	\$38.963,21	\$359,76	\$691,02	\$331,26	\$38.631,95
42	\$38.631,95	\$356,70	\$691,02	\$334,32	\$38.297,63
43	\$38.297,63	\$353,61	\$691,02	\$337,41	\$37.960,22
44	\$37.960,22	\$350,50	\$691,02	\$340,52	\$37.619,70
45	\$37.619,70	\$347,36	\$691,02	\$343,66	\$37.276,04
46	\$37.276,04	\$344,18	\$691,02	\$346,84	\$36.929,20
47	\$36.929,20	\$340,98	\$691,02	\$350,04	\$36.579,16
48	\$36.579,16	\$337,75	\$691,02	\$353,27	\$36.225,89
49	\$36.225,89	\$334,49	\$691,02	\$356,53	\$35.869,36
50	\$35.869,36	\$331,19	\$691,02	\$359,83	\$35.509,53
51	\$35.509,53	\$327,87	\$691,02	\$363,15	\$35.146,38
52	\$35.146,38	\$324,52	\$691,02	\$366,50	\$34.779,88
53	\$34.779,88	\$321,13	\$691,02	\$369,89	\$34.409,99

---

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MICROMERCADO PARA LA VENTA DE PRODUCTOS EN LÍNEA A BASE DE PAQUETES CATEGORIZADOS, UBICADO EN QUITO, SECTOR MONJAS, JARDÍN DEL VALLE, 2019.

---

54	\$34.409,99	\$317,72	\$691,02	\$373,30	\$34.036,69
55	\$34.036,69	\$314,27	\$691,02	\$376,75	\$33.659,94
56	\$33.659,94	\$310,79	\$691,02	\$380,23	\$33.279,71
57	\$33.279,71	\$307,28	\$691,02	\$383,74	\$32.895,97
58	\$32.895,97	\$303,74	\$691,02	\$387,28	\$32.508,69
59	\$32.508,69	\$300,16	\$691,02	\$390,86	\$32.117,83
60	\$32.117,83	\$296,55	\$691,02	\$394,47	\$31.723,36
61	\$31.723,36	\$292,91	\$691,02	\$398,11	\$31.325,25
62	\$31.325,25	\$289,24	\$691,02	\$401,78	\$30.923,47
63	\$30.923,47	\$285,53	\$691,02	\$405,49	\$30.517,98
64	\$30.517,98	\$281,78	\$691,02	\$409,24	\$30.108,74
65	\$30.108,74	\$278,00	\$691,02	\$413,02	\$29.695,72
66	\$29.695,72	\$274,19	\$691,02	\$416,83	\$29.278,89
67	\$29.278,89	\$270,34	\$691,02	\$420,68	\$28.858,21
68	\$28.858,21	\$266,46	\$691,02	\$424,56	\$28.433,65
69	\$28.433,65	\$262,54	\$691,02	\$428,48	\$28.005,17
70	\$28.005,17	\$258,58	\$691,02	\$432,44	\$27.572,73
71	\$27.572,73	\$254,59	\$691,02	\$436,43	\$27.136,30
72	\$27.136,30	\$250,56	\$691,02	\$440,46	\$26.695,84
73	\$26.695,84	\$246,49	\$691,02	\$444,53	\$26.251,31
74	\$26.251,31	\$242,39	\$691,02	\$448,63	\$25.802,68
75	\$25.802,68	\$238,24	\$691,02	\$452,78	\$25.349,90
76	\$25.349,90	\$234,06	\$691,02	\$456,96	\$24.892,94
77	\$24.892,94	\$229,84	\$691,02	\$461,18	\$24.431,76
78	\$24.431,76	\$225,59	\$691,02	\$465,43	\$23.966,33
79	\$23.966,33	\$221,29	\$691,02	\$469,73	\$23.496,60
80	\$23.496,60	\$216,95	\$691,02	\$474,07	\$23.022,53
81	\$23.022,53	\$212,57	\$691,02	\$478,45	\$22.544,08
82	\$22.544,08	\$208,16	\$691,02	\$482,86	\$22.061,22
83	\$22.061,22	\$203,70	\$691,02	\$487,32	\$21.573,90
84	\$21.573,90	\$199,20	\$691,02	\$491,82	\$21.082,08
85	\$21.082,08	\$194,66	\$691,02	\$496,36	\$20.585,72
86	\$20.585,72	\$190,07	\$691,02	\$500,95	\$20.084,77
87	\$20.084,77	\$185,45	\$691,02	\$505,57	\$19.579,20
88	\$19.579,20	\$180,78	\$691,02	\$510,24	\$19.068,96
89	\$19.068,96	\$176,07	\$691,02	\$514,95	\$18.554,01
90	\$18.554,01	\$171,32	\$691,02	\$519,70	\$18.034,31
91	\$18.034,31	\$166,52	\$691,02	\$524,50	\$17.509,81
92	\$17.509,81	\$161,67	\$691,02	\$529,35	\$16.980,46
93	\$16.980,46	\$156,79	\$691,02	\$534,23	\$16.446,23
94	\$16.446,23	\$151,85	\$691,02	\$539,17	\$15.907,06

---

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MICROMERCADO PARA LA VENTA DE PRODUCTOS EN LÍNEA A BASE DE PAQUETES CATEGORIZADOS, UBICADO EN QUITO, SECTOR MONJAS, JARDÍN DEL VALLE, 2019.

95	\$15.907,06	\$146,88	\$691,02	\$544,14	\$15.362,92
96	\$15.362,92	\$141,85	\$691,02	\$549,17	\$14.813,75
97	\$14.813,75	\$136,78	\$691,02	\$554,24	\$14.259,51
98	\$14.259,51	\$131,66	\$691,02	\$559,36	\$13.700,15
99	\$13.700,15	\$126,50	\$691,02	\$564,52	\$13.135,63
100	\$13.135,63	\$121,29	\$691,02	\$569,73	\$12.565,90
101	\$12.565,90	\$116,03	\$691,02	\$574,99	\$11.990,91
102	\$11.990,91	\$110,72	\$691,02	\$580,30	\$11.410,61
103	\$11.410,61	\$105,36	\$691,02	\$585,66	\$10.824,95
104	\$10.824,95	\$99,95	\$691,02	\$591,07	\$10.233,88
105	\$10.233,88	\$94,49	\$691,02	\$596,53	\$9.637,35
106	\$9.637,35	\$88,98	\$691,02	\$602,04	\$9.035,31
107	\$9.035,31	\$83,43	\$691,02	\$607,59	\$8.427,72
108	\$8.427,72	\$77,82	\$691,02	\$613,20	\$7.814,52
109	\$7.814,52	\$72,15	\$691,02	\$618,87	\$7.195,65
110	\$7.195,65	\$66,44	\$691,02	\$624,58	\$6.571,07
111	\$6.571,07	\$60,67	\$691,02	\$630,35	\$5.940,72
112	\$5.940,72	\$54,85	\$691,02	\$636,17	\$5.304,55
113	\$5.304,55	\$48,98	\$691,02	\$642,04	\$4.662,51
114	\$4.662,51	\$43,05	\$691,02	\$647,97	\$4.014,54
115	\$4.014,54	\$37,07	\$691,02	\$653,95	\$3.360,59
116	\$3.360,59	\$31,03	\$691,02	\$659,99	\$2.700,60
117	\$2.700,60	\$24,94	\$691,02	\$666,08	\$2.034,52
118	\$2.034,52	\$18,79	\$691,02	\$672,23	\$1.362,29
119	\$1.362,29	\$12,58	\$691,02	\$678,44	\$683,85
120	\$683,85	\$6,31	\$690,16	\$683,85	\$0,00

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

### 5.03.07 Depreciaciones (tabla de depreciación).

“Los activos fijos pierden su valor por el uso o por la obsolescencia, para compensar esta pérdida contablemente se calcula y registran la depreciación” (Bravo Valdivieso, 2001, pág. 226).

Tabla 60  
*Depreciación*

DETALLE	C	PRECIO	V.U	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
<b>E. de Computación</b>		<b>\$1.990,00</b>		<b>\$ 663,33</b>	<b>\$1.326,67</b>	<b>\$1.990,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 184,44</b>
Laptop	3	\$ 1.590,00	3	\$ 530,00	\$ 1.060,00	\$ 1.590,00	\$ -	\$ 176,67
Impresora	1	\$ 330,00	3	\$ 110,00	\$ 220,00	\$ 330,00	\$ -	\$ -
Telefonía	2	\$ 70,00	3	\$ 23,33	\$ 46,67	\$ 70,00	\$ -	\$ 7,78
<b>Maquinaria</b>		<b>\$3.488,00</b>		<b>\$ 348,80</b>	<b>\$ 697,60</b>	<b>\$1.046,40</b>	<b>\$1.395,20</b>	<b>\$1.744,00</b>
Balanza	1	\$ 350,00	10	\$ 35,00	\$ 70,00	\$ 105,00	\$ 140,00	\$ 175,00
Coche compras	3	\$ 78,00	10	\$ 7,80	\$ 15,60	\$ 23,40	\$ 31,20	\$ 39,00
Estantería Mural	8	\$ 1.200,00	10	\$ 120,00	\$ 240,00	\$ 360,00	\$ 480,00	\$ 600,00
Islas de Congelación	2	\$ 960,00	10	\$ 96,00	\$ 192,00	\$ 288,00	\$ 384,00	\$ 480,00
Murales Frigoríficos	2	\$ 900,00	10	\$ 90,00	\$ 180,00	\$ 270,00	\$ 360,00	\$ 450,00
<b>Muebles y Enseres</b>		<b>\$ 907,00</b>		<b>\$ 90,70</b>	<b>\$ 181,40</b>	<b>\$ 272,10</b>	<b>\$ 362,80</b>	<b>\$ 484,90</b>
Archivador Aéreo	2	\$ 130,00	10	\$ 13,00	\$ 26,00	\$ 39,00	\$ 52,00	\$ 71,50
Armarios y bucks	2	\$ 188,00	10	\$ 18,80	\$ 37,60	\$ 56,40	\$ 75,20	\$ 103,40
Escritorios	3	\$ 360,00	10	\$ 36,00	\$ 72,00	\$ 108,00	\$ 144,00	\$ 192,00
Sillas Ergonómicas	3	\$ 105,00	10	\$ 10,50	\$ 21,00	\$ 31,50	\$ 42,00	\$ 56,00
Sofá	1	\$ 124,00	10	\$ 12,40	\$ 24,80	\$ 37,20	\$ 49,60	\$ 62,00
<b>Total General</b>		<b>\$6.385,00</b>		<b>\$1.102,83</b>	<b>\$2.205,67</b>	<b>\$3.308,50</b>	<b>\$1.758,00</b>	<b>\$2.413,34</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

La compra de nuestros activos fijos, cumplen con la depreciación, demostrando así la vida útil de los mismo, es importante mencionar que AT HOME posee un rango de vida útil alto en sus activos superando el 50% de los mismos a un tiempo de 10 años, solo los Equipos de Computación están sobre los 3 años.

#### **5.03.08 Estado de Situación Inicial.**

“Denominado también Balance General se elabora al finalizar el periodo contable para determinar la situación financiera de la empresa en una fecha determinada” (Bravo Valdivieso, 2001, pág. 195).

Tabla 61  
*Estado de Situación Inicial*

<b>AT HOME</b>			
<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Caja / Bancos	\$ 2.914,17	Cuentas por pagar	\$ -
Cuentas por Cobrar	\$ -	Documentos por pagar	\$ -
Inventarios	\$103.699,33	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$106.613,50</b>	<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		Préstamo L/P	\$ 50.000,00
Maquinaria	\$ 3.488,00	<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 50.000,00</b>
Muebles y Enseres	\$ 907,00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 50.000,00</b>
Equipo de computación	\$ 1.990,00	<b>PATRIMONIO</b>	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 6.385,00</b>	Capital	\$ 63.260,73
<b>OTROS ACTIVOS</b>		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 63.260,73</b>
Gastos de Constitución	\$ 262,23		
<b>TOTAL DE OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$ 262,23</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 113.260,73</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$113.260,73</b>		

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

### ***5.03.09 Estado de Resultados Proyectado.***

En este apartado se muestra el Estado de Resultados mismo que se define como “muestra los resultados de la explotación, es decir, lo que realmente sucedió para producir el cambio en la situación financiera de la empresa” (Brock & Palmer, 1987, pág. 12).

Tabla 62  
Estado de Resultados

AT HOME						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DEL 2020 AL 2024						
DESCRIPCION	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Ventas</b>	<b>\$417.600,00</b>	<b>\$430.128,00</b>	<b>\$443.031,84</b>	<b>\$456.322,80</b>	<b>\$470.012,48</b>	<b>\$484.112,85</b>
(-) Costo de Ventas	\$311.097,98	\$320.430,92	\$330.043,85	\$339.945,17	\$350.143,52	\$360.647,83
(-) Gastos Administrativos	\$34.790,10	\$36.890,26	\$36.890,26	\$36.890,26	\$36.890,26	\$50.201,53
(-) Gastos de Ventas	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00
(-) Depreciaciones		\$1.102,83	\$2.205,67	\$3.308,50	\$1.758,00	\$2.413,34
(-) Amortización del Diferido		\$52,45	\$52,45	\$52,45	\$52,45	\$52,45
(-) Gastos Financieros	\$691,02	\$8.292,24	\$8.292,24	\$8.292,24	\$8.292,24	\$8.292,24
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>\$70.840,90</b>	<b>\$63.179,30</b>	<b>\$65.367,38</b>	<b>\$67.654,18</b>	<b>\$72.696,01</b>	<b>\$62.325,47</b>
(+/-) Otros Ingresos o Gastos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>\$70.840,90</b>	<b>\$63.179,30</b>	<b>\$65.367,38</b>	<b>\$67.654,18</b>	<b>\$72.696,01</b>	<b>\$62.325,47</b>
(-) 15% Participación de trabajadores	\$10.626,13	\$9.476,89	\$9.805,11	\$10.148,13	\$10.904,40	\$9.348,82
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$60.214,76</b>	<b>\$53.702,40</b>	<b>\$55.562,27</b>	<b>\$57.506,06</b>	<b>\$61.791,61</b>	<b>\$52.976,65</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$15.053,69	\$13.425,60	\$13.890,57	\$14.376,51	\$15.447,90	\$13.244,16
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$45.161,07</b>	<b>\$40.276,80</b>	<b>\$41.671,70</b>	<b>\$43.129,54</b>	<b>\$46.343,71</b>	<b>\$39.732,48</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

El Estado de Resultados nos muestra variación creciente, lo que significa ganancias obtenidas después de los pagos efectuados; ahora si bien es cierto para el año 2024 existe una caída, pero es por el aumento de sueldos y salarios debido a la contratación tanto de un Asesor como de un Motorizado, este año se ve afectado pero no significa que a partir del 2024 el proyecto se encuentre

en descenso, todo lo contrario, al contratar nuevo personal las ventas suben y para el 2025 generará muchos más ingresos.

#### ***5.03.10 Flujo Caja.***

La proyección de flujo de caja no solo le muestra cuanto efectivo generara su empresa mes tras mes lo cual le permite pagar sus cuentas, mantener funcionando la compañía y obtener una ganancia a fin de año sino que tambien le proporciona algo así como una foto instantánea del presupuesto operativo del negocio y le revela si este empezará a reportar ganancias, y cuándo (Kaplan, 2008, pág. 41).

Tal cual como indica la definición, mediante el Flujo de Caja encontramos el efectivo que posee AT HOME, ese efectivo que permitirá mantener el funcionamiento de la misma, además nos indica también la viabilidad, ya que año tras año se observa el crecimiento de la misma; de igual manera existe una baja en el año 2024, pero como ya lo habíamos indicado, esto será recuperable a un período corto.

Tabla 63  
Flujo de Caja

AT HOME						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DEL 2020 AL 2024						
DESCRIPCIÓN	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Ventas</b>	<b>\$417.600,00</b>	<b>\$430.128,00</b>	<b>\$443.031,84</b>	<b>\$456.322,80</b>	<b>\$470.012,48</b>	<b>\$484.112,85</b>
(-) Costo de Ventas	\$311.097,98	\$320.430,92	\$330.043,85	\$339.945,17	\$350.143,52	\$360.647,83
(-) Gastos Administrativos	\$34.790,10	\$36.890,26	\$36.890,26	\$36.890,26	\$36.890,26	\$50.201,53
(-) Gastos de Ventas	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00
(-) Depreciaciones	\$0,00	\$1.102,83	\$2.205,67	\$3.308,50	\$1.758,00	\$2.413,34
(-) Amortización del Diferido	\$0,00	\$52,45	\$52,45	\$52,45	\$52,45	\$52,45
(-) Gastos Financieros	\$691,02	\$8.292,24	\$8.292,24	\$8.292,24	\$8.292,24	\$8.292,24
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>\$70.840,90</b>	<b>\$63.179,30</b>	<b>\$65.367,38</b>	<b>\$67.654,18</b>	<b>\$72.696,01</b>	<b>\$62.325,47</b>
(+/-) Otros Ingresos o Gastos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>\$70.840,90</b>	<b>\$63.179,30</b>	<b>\$65.367,38</b>	<b>\$67.654,18</b>	<b>\$72.696,01</b>	<b>\$62.325,47</b>
(-) 15% Participación de trabajadores	\$10.626,13	\$9.476,89	\$9.805,11	\$10.148,13	\$10.904,40	\$9.348,82
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$60.214,76</b>	<b>\$53.702,40</b>	<b>\$55.562,27</b>	<b>\$57.506,06</b>	<b>\$61.791,61</b>	<b>\$52.976,65</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$15.053,69	\$13.425,60	\$13.890,57	\$14.376,51	\$15.447,90	\$13.244,16
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$45.161,07</b>	<b>\$40.276,80</b>	<b>\$41.671,70</b>	<b>\$43.129,54</b>	<b>\$46.343,71</b>	<b>\$39.732,48</b>
(+) Depreciaciones		\$1.102,83	\$2.205,67	\$3.308,50	\$1.758,00	\$2.413,34
(+) Amortización del Diferido		\$52,45	\$52,45	\$52,45	\$52,45	\$52,45
(+) Gastos Financieros		\$8.292,24	\$8.292,24	\$8.292,24	\$8.292,24	\$8.292,24
(-) Inversión	\$113.260,73	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Capital de Trabajo	\$ 8.884,46	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deuda	\$ 50.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE CAJA DE PERIODO</b>	<b>\$ 72.145,19</b>	<b>\$49.724,32</b>	<b>\$52.222,06</b>	<b>\$54.782,73</b>	<b>\$56.446,39</b>	<b>\$50.490,51</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

#### 5.04 Evaluación financiera.

El objetivo de la evaluación financiera es el determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compra los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en consideración el costo de oportunidad de los fondos (Maldonado Arias, 2006, pág. 86).

#### **5.04.01 Tasa de descuento.**

La tasa de descuento está determinada como un índice financiero que normalmente es utilizado para determinar el valor que tiene el dinero en el tiempo y a su vez para determinar un capital futuro proyectado, estas tasas se encuentran otorgadas por el Banco Central del Ecuador.

Se ha trabajado con las tasas máximas y correspondientes a los períodos, ya que así nos otorgará un resultado bastante real y a la vez con un margen al máximo, lo que permitirá tener una brecha de posibles mejoras.

Tabla 64  
*TMAR*

<b>TMAR o Tasa de Descuento</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Tasa Activa	11,83%
(+) Tasa Pasiva	5,57%
<b>TMAR</b>	<b>17,40%</b>

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

#### **5.04.02 VAN.**

“El valor actual neto es la diferencia entre el valor presente o valor actualizado de las entradas en caja de flujos, positivos en un momento de tiempo y valor positivo rentable.” (Gómez & Jurado, 2001, pág. 81)

El VAN es un criterio aplicado para la inversión, que representa los cobros y pagos realizados en el proyecto, lo cual nos permite determinar utilidad o pérdida como resultado de la inversión efectuada.

En el presente proyecto de la empresa AT HOME se observa que el VAN es mayor que cero, por lo que se recomienda realizar la inversión, pues se evidencia que se generará utilidades netas positivas en los años objeto de estudio proyectados.

Tabla 65  
Detalle VAN

Descripción	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Inversión total	-113.260,73					
(=) FLUJO DE CAJA PERÍODO		49.724,32	52.222,06	54.782,73	56.446,39	49.952,68

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

Fórmula Calculo VAN.

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

$$VAN = -113.260,73 + \frac{49.724,32}{1,174} + \frac{52.222,06}{1,378276} + \frac{54.782,73}{1,61809602} + \frac{56.446,39}{1,8996447} + \frac{49.952,68}{2,2301829}$$

$$VAN = -113.260,73 + 42.354,62 + 37.889,41 + 33.856,29 + 29.714,18 + 22.398,47$$

$$VAN = -113.260,73 + 166.212,96$$

$$VAN = 52.952,23$$

Tabla 66  
Cálculo VAN

<b>TMAR O TASA DE DESCUENTO</b>	<b>17,40%</b>		
INVERSION	-113.260,73	1,00	-113.260,73
AÑO 2020	49.724,32	0,85	42.354,62
AÑO 2021	52.222,06	0,73	37.889,41
AÑO 2022	54.782,73	0,62	33.856,29
AÑO 2023	56.446,39	0,53	29.714,18
AÑO 2024	49.952,68	0,45	22.398,47
<b>VAN</b>			<b>52952,23</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

#### 5.04.04 TIR.

“Es la rentabilidad que se obtiene con el proyecto, un porcentaje o utilidad del proyecto y el mercado” (Gómez & Jurado, 2001, pág. 82).

Tabla 67  
TIR

<b>INVERSION</b>	<b>-113260,73</b>
AÑO 2020	49.724,32
AÑO 2021	52.222,06
AÑO 2022	54.782,73
AÑO 2023	56.446,39
AÑO 2024	49.952,68
<b>TIR</b>	<b>36,27%</b>

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

La tasa interna de retorno para el presente proyecto AT HOME es del 36.27% por lo cual es recomendable invertir en este emprendimiento dado que el indicador TIR es mayor a las tasas de rendimiento ofrecidas por las instituciones financieras del país.

#### 5.04.05 PRI (Período de recuperación de la inversión).

“Se define como el número de años que deben transcurrir para que la suma de los flujos de caja iguale la inversión inicial, se debe interpretarse como el tiempo necesario para recuperar el capital propio y ajeno invertido” (Campa , 2009, pág. 143).

Fórmula Cálculo PRI:

$$PRI = \frac{100}{TIR}$$

$$PRI = \frac{100}{36.27}$$

$$PRI = 2.76$$

Tabla 68  
*PRI*

<b>PRI TOTAL</b>
2 años
9 meses
4 días

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

Este indicador refleja el período del retorno de la inversión realizada por AT HOME. La recuperación de la inversión en este proyecto es a mediano plazo, se estima que se produzca dentro de dos años, nueve meses y cuatro días, denotando una factibilidad buena para invertir en el presente proyecto.

**5.04.06 RBC (Relación costo beneficio).**

$$RCB = \frac{\text{Sumatoria Flujos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$RCB = \frac{437.628,18}{113.260,73}$$

$$RCB = 3,86$$

Tabla 69  
RC/B

AÑOS	SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS
AÑO 2020	\$ 58.376,35
AÑO 2021	\$ 71.976,41
AÑO 2022	\$ 88.643,72
AÑO 2023	\$ 107.228,09
AÑO 2024	\$ 111.403,61
<b>RC/B</b>	<b>\$ 437.628,18</b>

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

**5.04.06 Punto de equilibrio.**

“Es el nivel de ventas en el cual el precio total absorbe todos los costos fijos y variables y no se gana ni se pierde, es el punto en el cual la contribución marginal iguala al costo fijo” (Faga & Ramos, 2006, pág. 16).

Tabla 70  
*Detalle Punto Equilibrio*

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA POR UNIDAD	COSTO VARIABLE POR UNIDAD	VENTAS ESTIMADAS
Combo 1	65,00	48,51	83
Combo 2	110,00	79,71	202
Combo 3	205,00	165,32	35
<b>TOTAL</b>			<b>320</b>

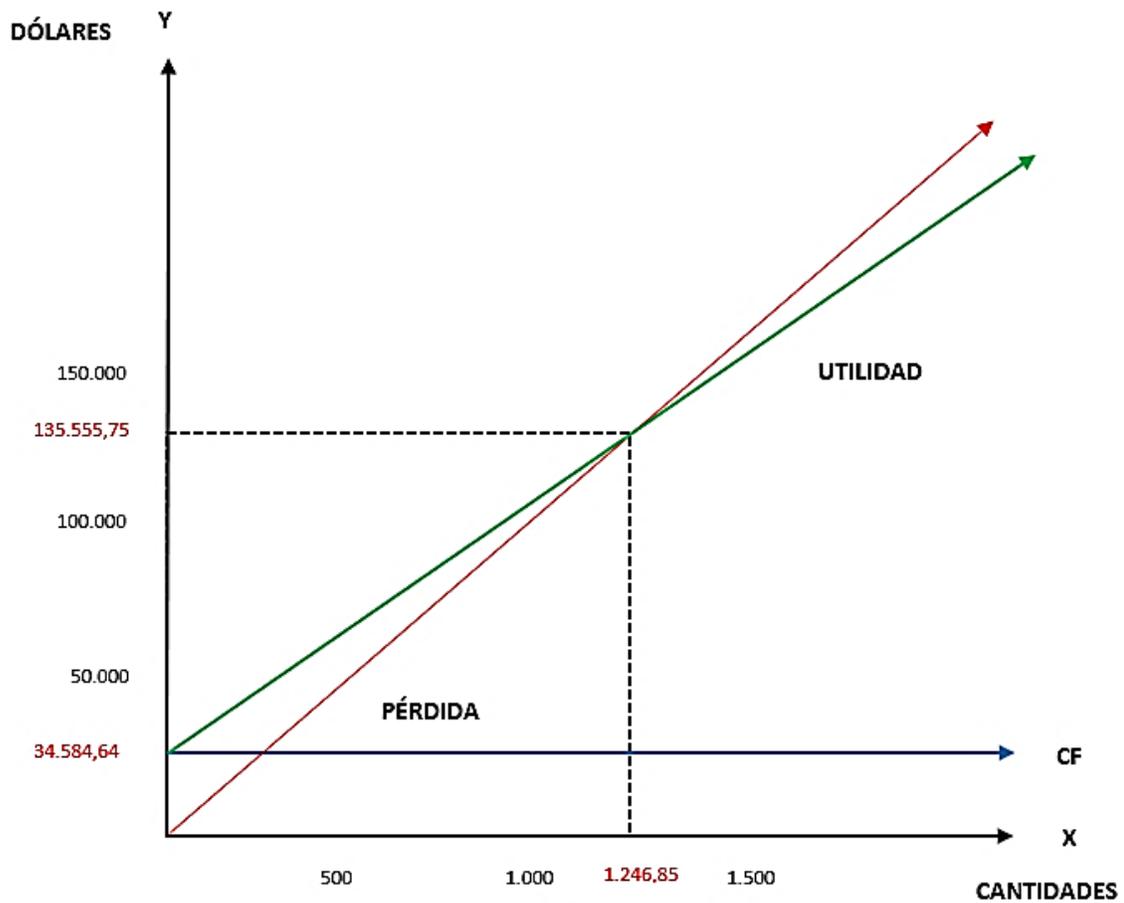
Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

Tabla 71  
*Punto de Equilibrio*

CONTRIBUCIÓN MARGINAL UNITARIA	% DE PARTICIPACIÓN EN LAS VENTAS	CONTRIBUCIÓN MARGINAL PONDERADA	CANTIDAD DE PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL	CANTIDAD EN UNIDADES DE PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO	CANTIDAD EN DÓLARES DE PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO
16,49	26%	4,28		323,40	\$21.021,08
30,29	63%	19,12	<b>1246,85</b>	787,07	\$86.578,00
39,68	11%	4,34		136,37	\$27.956,67
	<b>100%</b>	<b>27,74</b>		<b>1246,85</b>	<b>\$135.555,75</b>

Fuente: Autoría Propia.  
Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

AT HOME posee un punto de equilibrio donde, debe vender 1.246,85 cantidades de combos con una remuneración de \$135.555,75 para encontrarse estable, lo que quiere decir según las proyecciones realizadas que superamos en más del 50% de ventas e ingresos anuales.



*Figura 33. Punto de Equilibrio.*

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

#### **5.04.07 Análisis de índices financieros.**

“El análisis por razones o índices señala los puntos fuertes y débiles de una empresa, además indica probabilidades y tendencias” (Bravo Valdivieso, 2001, pág. 323).

Tabla 72  
Índices Financieros

AÑO		2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>OPERATIVO</b>							
Rotación	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}}$	3,69	3,80	3,91	4,03	4,15	4,27
<b>RENTABILIDAD</b>							
ROI	$\frac{\text{BAIT}}{\text{Activo}}$	63%	56%	58%	60%	64%	55%
ROE	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Recursos Propios}}$	71%	64%	66%	68%	73%	63%
<b>CRECIMIENTO DE INGRESOS</b>	$\frac{\text{Venta Actual}}{\text{Venta Anterior}}$		1252800%	1290384%	1329096%	1368968%	1410037%
<b>APALANCAMIENTO</b>							
Operativo	1+ (Costo Fijos/BAIT)	1,02	1,02	1,02	1,02	1,02	1,02

Fuente: Autoría Propia.

Elaborado por: Ayala Dávila Briggithe Estefanía

#### Rotación.

Se evidencia una rotación favorable, puesto que las ventas superan en 3,69 veces a los activos de la empresa. Y para los años siguientes se nota del mismo modo un crecimiento de cuentas sobre los activos.

#### ROI.

La rentabilidad que producirá AT HOME con relación a sus inversiones realizadas en activos es favorable puesto que, por cada dólar invertido, se generará 0,63 centavos de utilidad antes de impuestos, y este indicador se mantiene a lo largo de los próximos años, aunque con pequeñas variaciones, pero del mismo modo sigue siendo favorable debido a que se mantiene entre el 50% y 65%.

ROE.

La rentabilidad neta que producirá AT HOME con relación a sus recursos propios o capital social, es muy favorable ya que por cada dólar de recurso propio se generará 0,71 centavos de utilidad neta. Al igual que el ROI tiene variabilidad, pero aun así es favorable ya que mantiene el margen entre el 60% y 75%.

Crecimiento de Ingresos.

Este indicador demuestra crecimientos muy convenientes para AT HOME dado que en los años presenta más del 100% de crecimiento en las ventas; es decir que, está en constante crecimiento comercial y económico.

Apalancamiento Operativo.

La empresa para el primer año se está apalancando en 1.02 veces, es decir, se reducen los costos variables y se incrementa la rentabilidad de la empresa. Para los siguientes años la empresa se mantiene sobre un nivel mayor a uno de apalancamiento, en este sentido AT HOME se apalanca aprovechando la reducción de costos.

## CAPÍTULO VI

### 6. Análisis de Impacto

Dentro de este capítulo se tomará en cuenta de que forma afecta AT HOME a los campos sociales, económicos, ambientales y productivos; ya que a consecuencia de esta implantación es importante evaluar que tan alto medio o bajo es el impacto, para así determinar el grado de beneficio o riesgo que se posee al implementarlo.

#### 6.01 Impacto Ambiental.

El impacto ambiental se encuentra determinado como aquel efecto o consecuencia que está producida o desarrollada por la actividad realizada por los humanos sobre el medio ambiente; mediante el análisis de AT HOME se determinó que el impacto es medio, ya que se utilizará para las entregas y almacenamiento fundas plásticas que están hechas a base del petróleo, colorantes y polietileno.

Dentro de los objetivos de AT HOME esta preservar y cuidar el medio ambiente por lo que a través de la continuidad e implementación de la empresa se utilizará bolsas ecológicas y reutilizables, así también se incentiva a nuestros clientes a crear una cadena de ayuda al planeta.

### **6.02 Impacto Económico.**

El estudio de este impacto ayuda de manera directa a evaluar la repercusión y las ventajas de generar inversiones, afectando así a la economía directa del país en donde se realiza, además de reformas en los campos legislativos y regulatorios. Dentro de AT HOME el impacto que posee, es directo a la tasa de empleo, debido a que se generan nuevas plazas de trabajo, y al mismo tiempo generamos ingresos al país, mediante la ocupación de servicios básicos, impuestos, etc.

### **6.03 Impacto Productivo.**

El análisis del impacto productivo se basa en cuatro ítems que son: tierra, trabajo, capital y tecnología; si bien es cierto estos cuatro ítems son o están preparados para la mano de obra productiva, en nuestro caso el impacto será mínimo ya AT HOME es una empresa dedicada a la comercialización, lo que significa que no posee procesos productivos, contamos con el ítem de tecnología, que si bien es cierto ayuda a la eficiencia del trabajo realizado, pero no directamente.

### **6.04 Impacto Social.**

El impacto social, tal como lo indica su palabra está relacionado y vinculado con la sociedad, es decir que el impacto social es aquel resultado de una acción ante la comunidad. AT HOME tiene un impacto bastante alto, ya que en el sector no se conoce sobre una forma de venta similar, lo que optimiza el tiempo de los clientes y mantiene la seguridad en los hogares; mucha de las veces es complicado por varios factores salir de casa y los que hacer del hogar están pendientes; a esto AT HOME presenta una solución óptima, entregando así los mercados necesitados con pagos seguros e inmediatos.

## CAPÍTULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01 Conclusiones.

1. El proyecto es factible y viable, debido a que el introducir un nuevo mecanismo de compra y venta al mercado hace que la sociedad desarrolle mejores técnicas de búsqueda para su satisfacción.
2. El aporte capital de los socios cubre el 56% de toda la inversión para lo cual el 44% será financiado de manera externa, para lo cual se concluye que al pedir el crédito se debe otorgar la garantía sobre la hipoteca de los activos.
3. Actualmente en nuestro país existen diferentes fuentes de ingresos monetarios para la sustentación del mismo, uno de estos ingresos son los proyectos de inversión dando así estabilidad laboral y económica a su vez, por lo que el presente proyecto ayudaría totalmente al crecimiento, y previo al análisis proyectado el crecimiento es notable.
4. Mediante el análisis del Estado de Resultados se determina que a pesar que en el 2024 se tenga una leve caída no significa que el proyecto empiece a decrecer, existe un incremento de personal por lo que los sueldos de estas personas afectan, pero al tener

más despacho de pedidos se cubriría casi hasta el 25% de incremento en ventas lo cual para el 2025 se obtendrá la recuperación inmediata de esa caída e incluso la mejora de ingresos.

### **7.02 Recomendaciones.**

1. La participación de dos a tres socios más, con el fin de reducir el financiamiento externo y lograr un mejor manejo sobre el capital.
2. Pasado los tres años es recomendable realizar técnicas de expansión o a su vez alianzas estratégicas para que los ingresos incrementen y la visión de cobertura a más mercado sea optima.
3. Según el análisis presentado de recuperación de la inversión es recomendable cancelar cuotas o gran parte del crédito abonando al capital, para que de este modo se pueda cancelar la deuda en menos tiempo posible.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ávila, J. (2003). *Economía*. Zapopan, México: Umbral.
- Belío, J. (1997). *Claves para gestionar precio, producto y marca*. Madrid, España: Wolters Kluwer España S.A.
- Blanco Mendialdua, A. (2015). *Gestión de Entidades Financieras: Un enfoque práctico de la gestión bancaria actual* (1º ed.). Madrid, España: ESIC.
- Bravo Valdivieso, M. (2001). *Contabilidad General* (4º ed.). Quito, Ecuador: NUEVODIA.
- Brock, H., & Palmer, C. (1987). *Contabilidad principios y aplicaciones*. Barcelona, España: Reverté .
- Campa , F. (2009). *Guía práctica para la creación de empresas*. Tarragona, España: URV.
- Carneiro, M. (2004). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA INTERNA*. Madrid, España: ESIC.
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversión : formulación y evaluación* (1º ed.). Atlacomulco, México: Pearson Educación de México S.A.
- Córdoba, M. (2014). *Análisis Financiero*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Cuevas Villegas, C. F. (2001). *Contabilidad de costos* (2º ed.). Bogotá, Colombia: Quebecor World Bogotá S.A.
- De La Fuente, D. (2005). *Distribución en planta*. Oviedo, España: ediuno.
- Dominguez Cevallos, M. (diciembre de 2012). Inefectividad de las restricciones a las importaciones. Quito: USFQ. Obtenido de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1781/1/106333.pdf>
- Ena, B. (2006). *Gestión administrativa de personal*. Madrid, España: Paraninfo.

- 
- Erossa, V. (1987). *PROYECTOS DE INVERSIÓN EN INGENIERÍA*. México D.F., México:  
LIMUSA.
- Escudero, J. (2011). *Gestión comercial Y servicio de atención al cliente*. Madrid, España:  
Paraninfo.
- Faga, H., & Ramos, M. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar  
mejores decisiones empresariales*. Santiago, Chile: Granica.
- Fernández, Á. (2004). *Investigación y técnicas de mercado* (2º ed.). Madrid, España: ESIC.
- Fernández, D. (2010). *COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE*. Madrid,  
España: Paraninfo S.A.
- Gómez, D., & Jurado, J. (2001). *Financiación global de proyectos*. Madrid, España: Esic.
- Granados, I. (1978). *Fundamentos, principios e introducción a la contabilidad*. Medellín,  
Colombia: UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA.
- Grande, I. (2005). *MARKETING DE LOS SERVICIOS* (4º ed.). Madrid, España: ESIC.
- Guárdia, J. (2007). *Análisis de Datos en Psicología*. Madrid, España: DELTA  
PUBLICACIONES.
- Gutierrez Andrade, O., & Zurita Moreno, A. (2006). Sobre la Inflación. Cochabamba, Bolivia:  
Perspectivas. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942413004.pdf>
- Guzmán, O., & Caballero, T. (febrero de 2012). *La definición de factores sociales en el marco de  
las nvestigaciones actuales*. Obtenido de  
<https://revistas.uo.edu.cu/index.php/stgo/article/viewFile/164/159>
- Hanel del Valle, J., & Hanel González, M. (2004). En *Análisis Situacional Modulo II* (pág. 63).  
México D.F.: Azcapotzalco.
-

Huertas, R. (2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Barcelona , España: UBe.

ILPES. (2006). *Guía para la presentación de proyectos* (27° ed.). México D.F., México: siglo veintiuno editores.

International Monetary Fund. (2007). *El sistema de estadísticas de las cuentas macroeconómicas: Panorama general*. Washington, EE.UU.: Publication Service.

Kaplan, S. (2008). *Sea el elefante: Edifique una empresa más grande y mejor*. Tennessee, Estados Unidos de América: Grupo Nelson.

Lopez, J. (2005). *Manual para elaborar el proyecto educativo de la institución escolar*. México, D.F., México: Plaza y Valdes.

Maldonado Arias, F. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Cuenca: Universidad de Cuenca .

Marketing y Publicidad. (2011). *Comunicación y publicidad*. Málaga, España: VÉRTICE.

Martínez, S. (2014). *Práctica de Gestión Operativa de la Empresa*. Madrid, España: Paraninfo.

Meza, J. (2013). *Evaluación Financiera de proyectos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

O Valderrama, J. (2001). *Technological Information* (6° ed., Vol. 12). La Serena, Chile.

Orjuela, S. (2002). *GUÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Santiago, Chile: Universidad de Chile .

Ortíz Soto, O. L. (2001). *El dinero: la teoría, la política y las instituciones* (1° ed.). Ciudad de México, México: UNAM.

Raya, A. (26 de noviembre de 2015). *amicrono*. Obtenido de

<https://omicron.elespanol.com/2015/11/primera-venta-online-historia/>

---

- Restrepo, N. (2007). *Estrategia de precios: un enfoque de mercadeo para los negocios*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Reyes, O. (2012). *Planeación Estratégica Para Alta Dirección*. Bloomington, Estados Unidos de América: Palibrio.
- Rodriguez, F. (11 de noviembre de 2014). *Balance de Oferta y Demanda y Sistema LAN*.  
Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/yorlenisdolandelucero/balance-de-oferta-y-demanda-y-sistema-lan>
- Sangri, A. (2014). *Introducción a la mercadotecnia*. México D.F, México: Grupo Editorial Patria.
- Sanna, D. (2013). *Comunicación rentable en marketing: Seis pasos en la era de las redes sociales*. Buenos Aires, Argentina: MarCom Ediciones.
- Sanz, M. (2005). *Identidad corporativa: Claves de la comunicación empresarial*. Madrid, España: ESIC.
- SuperEasy. (2016). Obtenido de <https://www.supereasy.ec/shop/acerca/>
- T. Horngren, C., Foster, G., & M. Datar, S. (2007). *CONTABILIDAD DE COSTOS UN ENFOQUE GERENCIAL* (12° ed.). Atlacomulco, México: Pearson Prentice Hall.
- Valbuena, R. (2000). *La Evaluación Del Proyecto en la Decisión Del Empresario* (1° ed.). México: UNAM.
- WikiCulturalia. (24 de enero de 2013). Obtenido de <https://edukavital.blogspot.com/2013/01/definicion-de-supermercado.html>
- Zambrano Barrios, A. (2006). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública* (1° ed.). Caracas, Venezuela: U.C.A.B.

## Urkund Analysis Result

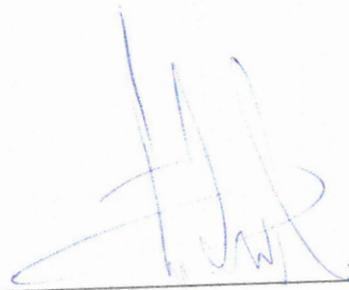
**Analysed Document:** TESIS Brigitte Ayala.docx (D56628369)  
**Submitted:** 07/10/2019 17:13:00  
**Submitted By:** andres.gomez@cordillera.edu.ec  
**Significance:** 2 %

### Sources included in the report:

Tesis Jazmin Urkund.docx (D56193480)  
Proyecto de Tesis Johanna Mena.docx (D23761879)  
Urkund Ruben Suarez.docx (D55994573)

### Instances where selected sources appear:

12



Ing. Andrés Julián Gómez

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**  
**BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN**  
**GÓMEZ VELASCO ANDRÉS JULIÁN**  
**AYALA DAVILA BRIGITTE ESTEFANIA**  
**ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA**  
**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN MICRO-MERCADO EN LINEA PARA LA VENTA DE PAQUETES CATEGORIZADOS. UBICADO EN EL CANTÓN QUITO, SECTOR MONJAS, URBANIZACIÓN JARDÍN DEL VALLE, AÑO 2019**  
 Quito, 02 de diciembre del 2019 18:15:13  
**ACUMULATIVO**  
**PROYECTO ACTIVO / NO GRADUADO /**

MODALIDAD:		INCUBADORA EMPRESARIAL		PERIODO:		ESTADO SC			
NO.	CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASesorIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC
1	186953	2019-05-31	INSITU	2019-05-31 17:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-05-31 19:00:00	2,00	ORGANIZACION DEL TRABAJO	PROCESADO
2	186957	2019-06-07	INSITU	2019-06-07 17:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-06-07 19:00:00	2,00	SE DAN LINEAMIENTOS PARA EL CAPITULO 1	PROCESADO
3	186959	2019-06-06	AUTONOMA	2019-06-06 10:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-06-06 16:00:00	6,00	ELABORACION CAPITULO 1 JUSTIFICACION	PROCESADO
4	186953	2019-06-09	AUTONOMA	2019-06-09 12:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-06-09 17:00:00	5,00	ELABORACION CAPITULO 1 ANTECEDENTES	PROCESADO
5	186946	2019-06-14	INSITU	2019-06-14 17:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-06-14 19:00:00	2,00	REVISION DE CAPITULO 1 - SE DAN LINEAMIENTOS PARA CAPITULO 2	PROCESADO
6	186954	2019-06-15	AUTONOMA	2019-06-15 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-06-15 14:00:00	2,00	ELABORACION CAPITULO 2 ANALISIS EXTERNO	PROCESADO
7	186962	2019-06-15	AUTONOMA	2019-06-15 14:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-06-15 17:00:00	3,00	ELABORACION CAPITULO 2 ENTORNO LOCAL	PROCESADO
8	186969	2019-06-16	AUTONOMA	2019-06-16 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-06-16 15:00:00	3,00	ELABORACION CAPITULO 2 ANALISIS INTERNO	PROCESADO
9	186973	2019-06-16	AUTONOMA	2019-06-16 15:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-06-16 18:00:00	3,00	ELABORACION CAPITULO 2 ANALISIS FODA	PROCESADO
10	186978	2019-06-21	INSITU	2019-06-21 17:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-06-21 19:00:00	2,00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 1, REVISION DE CAPITULO 2 Y SE DAN LINEAMIENTOS PARA CAPITULO 3	PROCESADO
11	187040	2019-06-22	AUTONOMA	2019-06-22 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-06-22 18:00:00	5,00	ELABORACION CAPITULO 3 ANALISIS DEL CONSUMIDOR	PROCESADO
12	187120	2019-06-23	AUTONOMA	2019-06-23 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-06-23 18:00:00	5,00	ELABORACION CAPITULO 3 ANALISIS DEL CONSUMIDOR	PROCESADO
13	187168	2019-06-28	INSITU	2019-06-28 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-06-28 19:00:00	2,00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 2, REVISION DE CAPITULO 3	PROCESADO
14	187181	2019-06-29	AUTONOMA	2019-06-29 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-06-29 16:00:00	6,00	ELABORACION CAPITULO 3 PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROCESADO
15	187192	2019-06-30	AUTONOMA	2019-06-30 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-06-30 16:00:00	6,00	ELABORACION CAPITULO 3 DEMANDA Y DEMANDA	PROCESADO
16	187199	2019-07-01	AUTONOMA	2019-07-01 11:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-07-01 16:00:00	5,00	ELABORACION CAPITULO 3 BALANCE OFERTA Y DEMANDA	PROCESADO
17	187200	2019-07-05	INSITU	2019-07-05 17:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-07-05 19:00:00	2,00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 3 Y SE DAN LINEAMIENTOS PARA CAPITULO 4	PROCESADO
18	187204	2019-07-06	AUTONOMA	2019-07-06 16:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-07-06 15:00:00	5,00	ELABORACION CAPITULO 4 LOCALIZACION PROYECTO	PROCESADO
19	187208	2019-07-07	AUTONOMA	2019-07-07 10:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-07-07 15:00:00	5,00	ELABORACION CAPITULO 4 LOCALIZACION PROYECTO	PROCESADO
20	187215	2019-07-12	INSITU	2019-07-12 17:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION DEL PRODUCTO	2019-07-12 19:00:00	2,00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 3, REVISION	PROCESADO
21	187313	2019-07-13	AUTONOMA	2019-07-13 10:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-07-13 16:00:00	6,00	ELABORACION CAPITULO 4 INGENIERIA DEL PRODUCTO	PROCESADO
22	187318	2019-07-19	INSITU	2019-07-19 17:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-07-19 19:00:00	2,00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS CAPITULO 4, SE DAN LINEAMIENTOS PARA CAPITULO 5	PROCESADO
23	187345	2019-07-27	AUTONOMA	2019-07-27 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-07-27 16:00:00	6,00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS OPERACIONALES	PROCESADO
24	187350	2019-07-28	AUTONOMA	2019-07-28 16:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-07-28 16:00:00	6,00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS OPERACIONALES	PROCESADO
25	187355	2019-07-29	AUTONOMA	2019-07-29 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-07-29 15:00:00	5,00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS OPERACIONALES	PROCESADO
26	187364	2019-08-02	INSITU	2019-08-02 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-02 19:00:00	2,00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 5	PROCESADO
27	187367	2019-08-03	AUTONOMA	2019-08-03 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-03 17:00:00	5,00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS NO OPERACIONALES	PROCESADO
28	187372	2019-08-04	AUTONOMA	2019-08-04 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-04 15:00:00	5,00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS NO OPERACIONALES	PROCESADO
29	187377	2019-08-09	INSITU	2019-08-09 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-09 19:00:00	2,00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 5	PROCESADO
30	187382	2019-08-10	AUTONOMA	2019-08-10 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-08-10 16:00:00	6,00	ELABORACION CAPITULO 5 INGRESOS NO OPERACIONALES	PROCESADO

31	187410	2019-08-11	AUTONOMIA	2019-08-11 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-11 17:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INVERSIONES	PROCESADO
32	187415	2019-08-12	AUTONOMIA	2019-08-12 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-12 16:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INVERSIONES	PROCESADO
33	187420	2019-08-16	INSITU	2019-08-16 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-16 19:00:00	2.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 5	PROCESADO
34	187436	2019-08-17	AUTONOMIA	2019-08-17 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-17 17:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INVERSIONES	PROCESADO
35	187441	2019-08-18	AUTONOMIA	2019-08-18 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-18 16:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INVERSIONES	PROCESADO
36	187447	2019-08-19	AUTONOMIA	2019-08-19 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-19 17:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 INVERSIONES	PROCESADO
37	187452	2019-08-23	INSITU	2019-08-23 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-08-23 18:00:00	1.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 5	PROCESADO
38	187458	2019-08-24	AUTONOMIA	2019-08-24 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-24 20:00:00	9.00	ELABORACION CAPITULO 5 EVALUACION	PROCESADO
39	187463	2019-08-25	AUTONOMIA	2019-08-25 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-25 19:00:00	9.00	ELABORACION CAPITULO 5 EVALUACION	PROCESADO
40	187467	2019-08-26	AUTONOMIA	2019-08-26 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-26 17:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 5 EVALUACION	PROCESADO
41	187474	2019-08-30	INSITU	2019-08-30 17:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-30 18:00:00	1.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE DAN LINEAMIENTOS PARA CAPITULO 6	PROCESADO
42	187498	2019-08-31	AUTONOMIA	2019-08-31 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-08-31 19:00:00	9.00	ELABORACION CAPITULO 6 IMPACTO AMBIENTAL	PROCESADO
43	191307	2019-09-01	AUTONOMIA	2019-09-01 11:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-09-01 18:00:00	7.00	ELABORACION CAPITULO 6 IMPACTO ECONOMICO	PROCESADO
44	191310	2019-09-02	AUTONOMIA	2019-09-02 11:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-09-02 17:00:00	6.00	ELABORACION CAPITULO 6 IMPACTO PRODUCTIVO	PROCESADO
45	191313	2019-09-06	INSITU	2019-09-06 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-09-06 18:00:00	1.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 6	PROCESADO
46	191316	2019-09-07	AUTONOMIA	2019-09-07 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-09-07 18:00:00	8.00	ELABORACION CAPITULO 6 IMPACTO SOCIAL	PROCESADO
47	191323	2019-09-12	INSITU	2019-09-12 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-09-12 18:00:00	1.00	REVISION Y CAMBIOS EN CAPITULO 6 Y SE DAN LINEAMIENTOS CAPITULO 7	PROCESADO
48	191367	2019-09-13	AUTONOMIA	2019-09-13 11:00:00	RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES	2019-09-13 19:00:00	8.00	ELABORACION CAPITULO 7 CONCLUSIONES	PROCESADO
49	191368	2019-09-13	INSITU	2019-09-13 17:00:00	RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES	2019-09-13 19:00:00	2.00	REALIZA CAMBIOS PROPUESTOS Y SE CONTINUA CON CAPITULO 7	PROCESADO
50	191370	2019-09-14	AUTONOMIA	2019-09-14 11:00:00	RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES	2019-09-14 19:00:00	8.00	ELABORACION CAPITULO 7 RECOMENDACIONES	PROCESADO
51	191373	2019-09-19	INSITU	2019-09-19 17:00:00	RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES	2019-09-19 18:00:00	1.00	REALIZA CAMBIOS CAPITULO 7	PROCESADO
52	191375	2019-09-20	INSITU	2019-09-20 17:00:00	RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES	2019-09-20 18:00:00	1.00	SE REALIZA CORRECCIONES FINALES DEL DOCUMENTO	PROCESADO
53	191378	2019-09-21	AUTONOMIA	2019-09-21 10:00:00	RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES	2019-09-21 20:00:00	10.00	REALIZACION DE CORRECCIONES FINALES Y PRESENTACION	PROCESADO
54	191379	2019-09-22	AUTONOMIA	2019-09-22 10:00:00	RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES	2019-09-22 12:00:00	2.00	REALIZACION DE CORRECCIONES FINALES Y PRESENTACION	PROCESADO
							<b>TOTAL HORAS:</b>	<b>240</b>	

 GOMEZ VELASCO ANDRES JULIAN TUTOR CI: 175656278		 AYALA DAVILA BRIGITTE ESTEFANIA ALUMNO CI: 172679221		 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE GUAYMAS GUAYMAS, SONORA, MEXICO	DELEGADO CI: 171875693 FECHA: 09/12/19
--	--	---	--	--	--

Adm. Bancaria y Financiera



# INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

## Administración Bancaria y Financiera

### ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso del Trabajo de Integración Curricular, se **AUTORIZA** realizar el empastado del Trabajo de Integración Curricular, del alumno(a) Ayala Dávila Briggithe Estefanía, portador de la cédula de identidad N.º 172647922-1, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 29 de noviembre de 2019



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

26 NOV 2019

VISTO FINANCIERO  
CAJA

Sra. Mariela Balseca  
CAJA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

COMITÉ DE CARRERA

Ing. Mayra Chandi  
DELEGADO DE LA UNIDAD  
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Ing. William Parra López  
BIBLIOTECA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

25 NOV 2019

9,3 JBS  
COORDINACIÓN

Ing. Samira Villalba  
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. María Fernanda Burga

DIRECTOR DE CARRERA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

26 NOV 2019

Trigo Luis Hernández  
SECRETARÍA ACADÉMICA