



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
COMERCIALIZADORA DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA
PARA HOGARES Y OFICINAS CON SERVICIO DE ENTREGA
A DOMICILIO, UBICADO EN LA PARROQUIA EL CONDADO,
PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2019.**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Tecnólogo
en Administración Bancaria y Financiera**

Autora: Saavedra Rodriguez Patricia Silvana

Director: Ing. Analuisa Aguiar Armando Andrés

Quito, 2019

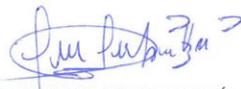
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 22 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **SAAVEDRA RODRIGUEZ PATRICIA SILVANA**, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA PARA HOGARES Y OFICINAS CON SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO , UBICADO EN LA PARROQUIA EL CONDADO, PROVINCIA DE PICHINCHA, 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 proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



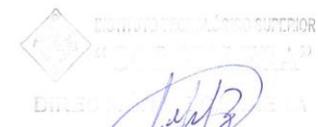
ANALUISA AGUJAR ARMÁNDO ANDRES
Tutor de Proyectos



PIMBO BASTIDAS ANGELA MARÍA
Lector de Proyectos



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
SALAS JIMENEZ FRANCISCO
Adm. Bancaria y Financiera
Delegado Unidad de Titulación



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
BURGA JADAN MARIA FERNANDA
Adm. Bancaria y Financiera
Directora de Carrera

Declaratoria

Declaro que la investigación es absolutamente, original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Patricia Silvana Saavedra Rodríguez
CC 1723352447

Licencia de uso no comercial

Yo, Patricia Silvana Saavedra Rodríguez portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1723352447 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA PARA HOGARES Y OFICINAS CON SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO, UBICADO EN LA PARROQUIA EL CONDADO, PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2019.” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Patricia Silvana Saavedra Rodríguez

CEDULA CC

1723352447

Quito, a los 16 de abril del 2019

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a Dios que me regaló la vida y sabiduría para seguir en adelante sin rendirme y poder culminar una etapa importante de mi vida.

Agradezco infinitamente a mi esposo y padres que siempre me apoyaron, con su esfuerzo han sabido guiarme y alentarme a que no desmayar ante los obstáculos que se presentaron, para así poder seguir creciendo profesionalmente y también como persona.

Además estoy muy agradecida con mis profesores de aula y compañeros con los cuales compartimos infinitas experiencias, así como el conocimiento que adquirí en el transcurso del tiempo.

DEDICATORIA

Dedico el esfuerzo en primer lugar a Dios que me regalo la vida para poder culminar una etapa más. A mi esposo y mi hija los cuales hacen que cada día me despierte a luchar por un futuro mejor, son la fuente de energía que me obliga a buscar ser mejor en lo que hago, así como también dedico a mi madre que con su esfuerzo y ayuda han hecho posible que la culminación de mis estudios Tecnológicos se hagan realidad.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xix
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.....	6
2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB).....	6
2.01.01.02 Producto Interno Bruto Sectorial.....	7

2.01.01.03 Inflación.....	9
2.01.01.04 Inflación por Ciudades.....	10
2.01.01.05 Riesgo País.....	11
2.01.01.06 Tasa de Interés.....	12
2.01.01.07 Tasa de Interés Activa.....	12
2.01.01.08 Tasa de Interés Pasiva.....	13
2.01.02 Factor Social.....	14
2.01.02.01 Población Económicamente Activa.....	14
2.01.02.02 Empleo.....	15
2.01.02.03 Desempleo.....	17
2.01.02.04 Subempleo.....	18
2.01.03 Factor Legal.....	19
2.01.03.01 Permisos.....	19
2.01.04 Factor Tecnológico.....	20
2.02 Entorno Local.....	21
2.02.01 Clientes.....	21
2.02.02 Proveedores.....	21
2.03 Análisis FODA.....	23
2.03.01 Matriz de Análisis Externos.....	23
2.04 Propuesta Estratégica.....	24
2.04.01 Misión.....	24
2.04.02 Visión.....	25

2.04.04 Objetivos	25
2.04.04.01 Objetivo General	25
2.04.04.02 Objetivos Específicos.....	25
2.04.04 Principios y Valores.	26
2.04.05 Gestión Administrativa.	26
2.04.05.01 Organigrama Administrativo	27
2.04.05.02 Manual de Funciones	27
2.04.06 Gestión Operativa.....	28
2.04.07 Gestión Comercial.....	28
2.04.07.01 Organigrama Comercial	29
2.04.07.02 Manual de Funciones	29
2.04.07.03 Marketing Mix	30
CAPÍTULO III	33
3. Estudio de Mercado	33
3.01 Análisis del Consumidor	33
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra.	33
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información.....	35
3.01.03 Análisis de la Información	35
3.02 Demanda	44
3.02.01 Demanda Histórica.....	44
3.02.02 Demanda Actual.....	44
3.02.03 Demanda Proyectada.....	45

3.03 Oferta.....	45
3.03.01 Oferta Histórica.....	45
3.03.02 Oferta Actual.....	46
3.03.03 Oferta Proyectada.....	46
3.04 Productos Sustitutos.....	47
3.04.01 Oferta Histórica.....	47
3.04.02 Oferta Actual.....	48
3.04.03 Oferta Proyectada.....	48
3.05 Balance Oferta-Demanda.....	49
3.05.01 Balance Actual.....	49
3.05.02 Balance Proyectado.....	50
CAPÍTULO IV.....	51
4. Estudio Técnico.....	51
4.01 Tamaño del Proyecto.....	51
4.01.01 Capacidad Instalada.....	51
4.01.02 Capacidad Óptima.....	52
4.02 Localización.....	52
4.02.01 Macro.....	52
4.02.02 Micro –Localización.....	53
4.02.03 Localización Óptima.....	54
4.03 Ingeniería del Producto.....	55
4.03.01 Definición del Bien.....	55

4.03.02 Distribución de la Bodega y el Almacén.....	56
4.03.03 Proceso Comercial	58
4.03.04 Muebles.....	60
4.03.05 Equipos.....	60
4.03.05 Vehículos.....	60
CAPÍTULO V	62
5. Estudio financiero	62
5.01 Ingresos	62
5.01.01 Ingresos Operacionales	62
5.01.02 Ingresos no Operacionales	63
5.02 Costos.....	63
5.02.01 Costo de Ventas.....	63
5.02.02 Gastos Administrativos	68
5.02.03 Gastos de Ventas	69
5.02.04 Gastos Financieros	70
5.02.05 Costos Fijos	70
5.02.06 Costos Variables.....	71
5.03 Inversiones	73
5.03.01 Inversión Fija	73
5.03.02 Activos Fijos	73
5.03.03 Activos Nominales (diferidos)	74
5.03.04 Capital de Trabajo.....	74

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	75
5.03.06 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización).....	76
5.03.07 Depreciaciones (tabla de depreciación).	78
5.03.08 Estado de Situación Inicial.....	78
5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).	79
5.03.10 Flujo Caja.....	80
5.03.11 Balance General Proyectado	81
5.04 Evaluación financiera.....	82
5.04.01 Tasa de descuento	82
5.04.02 VAN (Valor Actual Neto).....	83
5.04.04 TIR (Tasa Interna de Retorno).	84
5.04.05 PRI (Período de recuperación de la inversión)	84
5.04.06 RBC (Relación costo beneficio).....	85
5.04.06 Punto de Equilibrio	86
5.04.07 Análisis de Índices Financieros.....	88
CAPÍTULO VI.....	91
6. Análisis de Impactos	91
6.01 Impacto Ambiental.....	92
6.02 Impacto Económico	93
6.03 Impacto Productivo	94
6.04 Impacto Social.....	95
6.04 Matriz General de Impactos.	96

CAPÍTULO VII	97
7. Conclusiones y Recomendaciones	97
7.01 Conclusiones.....	97
7.02 Recomendaciones.....	98
BIBLIOGRAFÍA.....	99
ANEXOS.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto.....	7
Tabla 2 Producto Interno Bruto Sectorial	8
Tabla 3 Inflación Anual del Ecuador	9
Tabla 4 Inflación por Ciudades	10
Tabla 5 Riesgo País	11
Tabla 6 Tasa de Interés Activa.....	12
Tabla 7 Tasa de Interés Pasiva	13
Tabla 8 Población Económicamente Activa	15
Tabla 9 Empleo	16
Tabla 10 Desempleo.....	17
Tabla 11 Subempleo.....	18
Tabla 12 Parámetro de Persona No Obligada a llevar Contabilidad.....	19
Tabla 13 Segmentación de Mercado	21
Tabla 14 Proveedores	22
Tabla 15 Competencia.....	23
Tabla 16 Matriz de Análisis Externos	23
Tabla 17 Población.....	34
Tabla 18 Consumo	36
Tabla 19 Frecuencia de Consumo	37
Tabla 20 Gasto Promedio.....	38
Tabla 21 Satisfacción del Cliente.....	39
Tabla 22 Aceptación.....	40
Tabla 23 Utilización.....	41
Tabla 24 Lugar de Adquisición.....	42

Tabla 25 Facilidad de Adquisición.....	43
Tabla 26 Demanda Histórica.....	44
Tabla 27 Datos para la Demanda	44
Tabla 28 Demanda Actual.....	45
Tabla 29 Demanda Proyectada.....	45
Tabla 30 Oferta Histórica.....	46
Tabla 31 Oferta Actual.....	46
Tabla 32 Oferta Proyectada.....	46
Tabla 33 Oferta Histórica.....	47
Tabla 34 Oferta Actual.....	48
Tabla 35 Oferta Proyectada.....	48
Tabla 36 Balance Actual	49
Tabla 37 Balance Proyectado.....	50
Tabla 38 Capacidad Instalada	51
Tabla 39 Capacidad Óptima.....	52
Tabla 40 Macro Localización.....	52
Tabla 41 Ponderación de Factores	54
Tabla 42 Localización Optima	54
Tabla 43 Código de Cercanía.....	56
Tabla 44 Razón de Cercanía.....	57
Tabla 45 Distribución de la Planta	58
Tabla 46 Muebles	60
Tabla 47 Equipos.....	60
Tabla 48 Vehículos.....	61
Tabla 49 Ingresos Operacionales	62
Tabla 50 Costo De Ventas (Suavizantes).....	63

Tabla 51 Costo de Ventas (Detergentes).....	64
Tabla 52 Costo de Ventas (Desinfectantes)	64
Tabla 53 Costo de Ventas (Jabón de Tocador)	65
Tabla 54 Costo de Ventas (Lavavajillas)	65
Tabla 55 Costos de Ventas (Jabón para ropa).....	66
Tabla 56 Costo de Ventas (Quitamanchas).....	66
Tabla 57 Fijación de precios.	66
Tabla 58 Gastos Administrativos	68
Tabla 59 Gasto de Ventas.....	69
Tabla 60 Instituciones Financieras.....	70
Tabla 61 Costo Fijos	71
Tabla 62 Costos Variables.....	71
Tabla 63 Activos Fijos	73
Tabla 64 Activos Nominales.....	74
Tabla 65 Capital de Trabajo.....	74
Tabla 66 Financiamiento.....	75
Tabla 67 Condiciones de Financiamiento	76
Tabla 68 Amortización Método Alemán.....	77
Tabla 69 Depreciaciones	78
Tabla 70 Estado De Situación Inicial.....	79
Tabla 71 Estado de Resultados Proyectado.....	80
Tabla 72 Flujo de Caja	81
Tabla 73 Balance Genel Proyectado	82
Tabla 74 Tasa De Descuento.....	83
Tabla 75 Resumen Flujo de Caja	85
Tabla 76 Punto de Equilibrio	86

Tabla 77 Comprobación Punto de Equilibrio.....	87
Tabla 78 Índices Financieros.....	89
Tabla 79 Ponderación de Impactos	91
Tabla 80 Impacto Ambiental.....	92
Tabla 81 Impacto Económico	93
Tabla 82 Impacto Productivo	94
Tabla 83 Impacto Social.....	95
Tabla 84 Matriz General de Impactos	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto	7
Figura 2 Producto Interno Bruto Sectorial	8
Figura 3 Inflación Anual del Ecuador	9
Figura 4 Inflación Anual por Ciudades	10
Figura 5 Riesgo País	11
Figura 6 Tasa de Interés Activa	13
Figura 7 Tasa de Interés Pasiva	14
Figura 8 Población Económicamente Activa	15
Figura 9 Empleo	16
Figura 10 Desempleo	17
Figura 11 Subempleo	18
Figura 12 Organigrama Administrativo	27
Figura 13 Manual de Funciones Departamento Administrativo	28
Figura 14 Organigrama Comercial	29
Figura 15 Manual de Funciones Departamento Comercial	30
Figura 16 Logotipo de la Microempresa	31
Figura 17 Eslogan	31
Figura 18 Canal de Distribución	32
Figura 19 Consumo	37
Figura 20 Frecuencia de Consumo	38
Figura 21 Gasto Promedio	39
Figura 22 Satisfacción del Cliente	40
Figura 23 Aceptación	41
Figura 24 Utilización	42

Figura 25 Lugar de Adquisición	43
Figura 26 Facilidad de Adquisición	44
Figura 27 Macro Localización	54
Figura 28 Micro Localización.....	55
Figura 29 Localización Óptima.....	56
Figura 30 Matriz SLP.....	58
Figura 31 Distribución de la Planta.....	59
Figura 32 Flujo Grama de Procesos	60
Figura 33 Punto de Equilibrio.....	88

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Publicidad.....	104
Anexo 2 Encuesta	105
Anexo 3 Fichas y Alineamientos de control	108
Anexo 4 Método Francés	110

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyectos se realiza el estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la comercialización de Suministros de Limpieza, mismo que consta de VII capítulos.

En el primer capítulo se hace una investigación de los antecedentes sobre el tema de estudio del proyecto, para poder comprender mejor sus inicios y la evolución.

En el segundo capítulo se realiza un estudio de los ambientes externos y locales del proyecto en donde se analizan factores económicos y se estructura el funcionamiento de la microempresa en estudio.

El estudio de mercado, determina sus preferencias, demanda y oferta se encuentran analizada en el capítulo tres, de donde se parte para comprobar que el proyecto en estudio se factible.

En el capítulo cuatro se encontrará un estudio técnico, en donde se determina la ubicación óptima, así como la capacidad que va a tener la microempresa para su funcionamiento y atención a la demanda insatisfecha.

El capítulo cinco se desarrolla el análisis financiero, es decir, con el capital de inversión en el proyecto, para determinar las utilidades y beneficios que se obtendrá al poner en marcha el estudio de factibilidad.

El capítulo seis se desarrolla para encontrar el impacto que tendrá la microempresa poner en funcionamiento sus actividades.

Y por último se realiza el capítulo siete el cual se analiza las conclusiones y recomendaciones que se puede obtener del presente proyecto.

ABSTRACT

The present projects are carried out the feasibility study for the implementation of a microenterprise dedicated to the commercialization of Cleaning Supplies, which consists of VII chapters.

In the first chapter an investigation of the antecedents on the topic of study of the project is done, in order to better understand its beginnings and evolution.

In the second chapter a study is made of the external and local environments of the project where economic factors are analyzed and the functioning of the microenterprise under study is structured.

The technical study of the market, its preferences, demand and supply are analyzed in chapter three, from where it starts to verify that the project under study is feasible.

In chapter four you will find a technical study, where the optimal location is determined, as well as the capacity that the microenterprise will have for its operation and attention to the unsatisfied demand.

Chapter five develops the financial analysis that is to say with the investment capital in the project, to determine the profits and benefits that will be obtained when starting the feasibility study.

Chapter six is developed to find the impact that the microenterprise will have on its activities.

And finally, chapter seven is carried out, which analyzes the conclusions and recommendations that can be obtained from the present project.

CAPÍTULO I

1 Introducción.

Las actividades de distribución de productos masivos en el país han tenido un gran repunte en la adquisición por ser productos muy necesarios para todos los ciudadanos aportando al PIB nacional, por lo cual el presente proyecto se lo realiza para la creación de una microempresa dedicada a la distribución de suministros de limpieza con servicio a domicilio haciendo que la población tenga una facilidad de adquisición sin necesidad de acudir a supermercados o tiendas.

En el presente estudio de factibilidad se los realizará para la determinación del tipo de necesidades que tienen la población de la parroquia el Condado al cual la creación de la microempresa quiere llegar, con altos estándares de calidad, variación de productos y precios accesible a los clientes, dando el servicio exprés a domicilio para optimización de tiempo de adquisición.

El importante crecimiento poblacional del sector el Condado hace de este un mercado atractivo para la creación de una microempresa dedicada a la comercialización de suministros de limpieza con servicio exprés a domicilio se altamente rentable y comercial, ayudando a la generación de nuevas plazas de trabajo e ingresos, cubriendo necesidades que muchos productores y comercializadores de estos productos ha descuidado este gran nicho comercial.

Al presentar un estudio de factibilidad se tendrá que observar varios factores de la economía del país los cuales justifiquen que la inversión a realizar en el proyecto sea rentable y factible, para dar al consumidor una gama alta de productos, siempre pensando en abaratar costos de acuerdo a la competencia que existe en el mercado, para satisfacer a la población en crecimiento de la parroquia el Condado.

1.01 Justificación.

En la actualidad, la falta de oferta actual en el sector, los altos precios de los productos de limpieza, los altos niveles de informalidad en la comercialización de productos de limpieza, la poca variedad en los productos de limpieza y la Inseguridad en la entrega eficiente de los productos de limpieza por parte de los proveedores son elementos que, relacionados entre sí, han generado que incremento de los precios de venta, que reduzca la demanda y se busque productos sustitutos, que disminuya la recaudación tributaria, la preferencia a productos extranjeros y el desabasto los productos de limpieza.

Lo mencionado anteriormente, permite evidenciar que, el presente proyecto es pertinente puesto que, busca ingresar al mercado un producto con precio accesible, aumentar la demanda y reducir el consumo de productos sustitutos, aportar con la recaudación tributaria, la preferencia de consumo de productos nacionales y abastecimiento adecuado y oportunamente de productos de limpieza.

Además, el presente proyecto busca ser generador de fuentes de empleo en el sector en que se ubicará y aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera.

Finalmente, al desarrollar el presente estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de suministros de limpieza para hogares y oficinas con servicio de entrega a domicilio pretende ser un negocio eficiente e innovador que busca ser

sostenible en el tiempo y que genere la rentabilidad y satisfacción deseada para todos los involucrados.

1.02 Antecedentes.

En la historia de los productos de limpieza podemos decir que en la antigüedad eran escasos, ya que muchos siglos atrás se pensaba que la suciedad en la piel protegía de enfermedades, lo cual fue cambiando de idea, porque se proliferaba las enfermedades cada vez más rápido y esta a su vez era más tenaces que cobraban la vida de muchas personas.

En el siglo XVIII uno de los grandes descubrimientos que se dio fue el cloro que se los utilizaba como desinfectante, “Scheel descubre el cloro; C. Berthollet mezcla éste con sosa cáustica, consiguiendo hipoclorito de sodio (más conocido como cloro o lejía); y A. Labarraque describe las propiedades desinfectantes de este producto.”(Ekintza, 2004, pág 01).

Con el invento del cloro se pudieron dar cuenta, que al utilizarlo para desinfectar la tasa de mortalidad bajo, pero aun no existía la cultura de limpieza en la sociedad.

Para América Latina la introducción de productos de limpieza se debió la conquista Española, ya que este país trajo con si sus costumbres y culturas que hasta la actualidad se mantienen.

Para el año 1900 aparece el jabón, el cual cambia la rutina de muchas personas, que no se acostumbraban a lavar muy constantemente la indumentaria, con el ingreso de este nuevo productos de limpieza, se puede decir que opto por lavar más seguido su ropa.

Ya con la revolución industrial, se dio paso a la elaboración de muchos productos de limpieza, abaratando costos y haciendo posible que gran cantidad de la población pueda adquirirlos, hacer un hábito cotidiano el uso de estos productos.

En la historia del Ecuador se han desarrollado varias fuentes de ingresos, lo cual conlleva a varios emprendimientos, algunos muy acertado y otros no tanto, los Suministros de Limpieza han sido una gran fuente de negocios, ya que hay grandes empresas dedicadas a la producción y comercialización de estos productos y han sabido mantenerse en esta línea a través del tiempo, claro ejemplo son empresas como: La Fabril, Unilimpio, Dimabru, entre otros.

Según la empresa Kantar Worldpanel, en la actualidad, la categoría de productos de limpieza representa el 1,1 por ciento del total de la canasta básica en Ecuador, cifra que incrementó un 14 por ciento en los últimos meses en comparación con el 2017. (Worldpanel, 2018, pág 05).

Debido a las grandes necesidades de los consumidores se han desarrollado varios tipos de productos de limpieza, que se adaptan a cada cliente, siendo 4 grupos los más usados que son:

- Desinfectantes
- Detergente y limpiadores.
- Productos de limpieza clorinados
- Disolventes comerciales.

Él, jefe de marca LAVA de Jabonería Wilson, asegura que en el segmento de cuidado y limpieza del hogar lo que más se consume en el país es el polvo detergente, seguido del cloro y el lavavajillas. Una categoría que crece es la de los detergentes líquidos y suavizantes. La tendencia se está enfocando en presentaciones más convenientes para la economía familiar (menor gramaje, menor costo). (Estévez, 2018, pág. 03).

Ecuador ha tenido un gran cambio en la comercialización de productos cambiando ámbitos cotidianos en innovación, actualizando procesos de producción y mejorando los canales de distribución.

La falta de cobertura total o parcial dependiendo del sector constituye una oportunidad para establecer una distribuidora de productos de consumo masivo de alto rotación que busque consolidarse en el canal detallista considerando que existe una gran oportunidad que no ha sido explotada y que por esta razón constituye un nicho de mercado por investigar y analizar factibilidad. (Mayorga, 2010, pág. 13).

En la actualidad, se han cambiado la forma de producción de en varios productos de limpieza, ya que las nuevas exigencias del mundo son cuidar el medio ambiente, por lo cual las empresas han tenido innovar y presentar productos que no sean agresivos con la ecología adicionándoles un plus. “El uso de detergentes comunes y llenos de contaminantes como los tensoactivos, nitrógeno, fósforo y amoniaco causan grandes problemas al ser descargados a cuerpos de agua”. (Ruales, 2015).

En el país se ha generado grandes campañas de higiene en la cuales se encuentra la recomendación de la utilización de jabón antibacterial, gel antiséptico, el uso de desinfectantes cotidianos para la limpieza del hogar. Lo que ha hecho que mucha de la empresa dedicada a este giro de negocio prosperen y se radiquen como estable en la economía del país, está a su generan fuentes de empleo, así como innovación, ayudando a que se introduzca tecnología y nuevas formas forma de producción y distribución para su comercialización y hacer cada vez más ágil y eficaz su adquisición.

En un mundo cada vez más exigente, obligan a las empresas a mantenerse a la vanguardia para permanecer en el mercado, mismo que cada día más se desarrolla por los factores externos de la compañía, en la innovación está el éxito.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

2.01 Ambiente Externo

Análisis externo. Relaciona las oportunidades y amenazas derivadas de los acontecimientos externos que afectan a la ciudad pero que están fuera de su control. Esta tarea consta de tres subanálisis: entorno, demanda y competidores. (Guell, 2006, pág. 65)

2.01.01 Factor Económico

Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa.

Estos recursos, por lo tanto, son necesarios para el desarrollo de las operaciones económicas, comerciales o industriales. Acceder a un recurso económico implica una inversión de dinero: lo importante para que la empresa sea rentable es que dicha inversión pueda ser recuperada con la utilización o la explotación del recurso. (Merino, 2010, pág. 02)

2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB).

“Es el valor de los bienes y servicios finales producidos por una determinada economía en un determinado período de tiempo.” (Anzil, 2016, pág. 1).

Tabla 1
Producto Interno Bruto

Fecha	PIB	Variación
2014	70.105,4	
2015	70.174,7	0,10%
2016	69.314,1	-1,23%
2017	70.955,7	2,37%
2018	71.705,2	1,06%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Patricia Saavedra

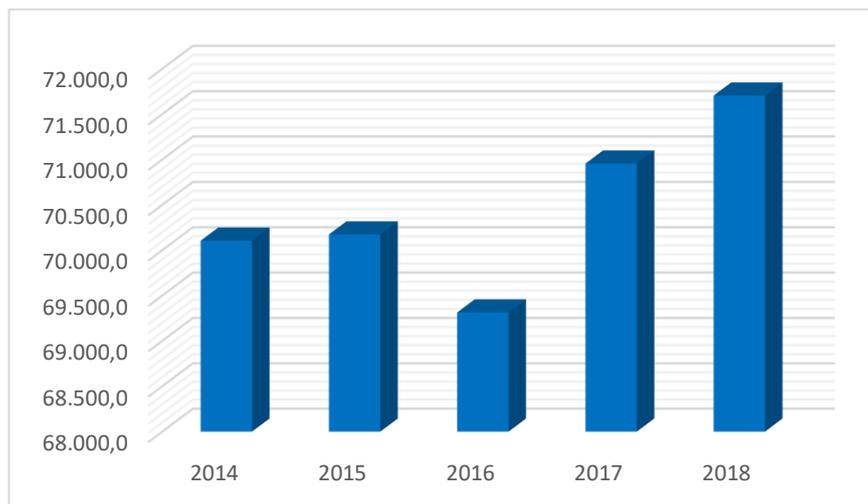


Figura 1 *Producto Interno Bruto*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Patricia Saavedra

De acuerdo a los datos proporcionado por el Banco Central del Ecuador se puede determinar que el Producto Interno Bruto nacional tienen tendencia creciente en los dos últimos años lo cual significa que hay demanda y consumo de productos nacionales, lo cual puede ser alentador para el proyecto ya que se pretende vender productos de consumo masivo y con preferencia a producción nacional.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto Sectorial.

La actividad económica está dividida en sectores económicos. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de

acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos.
(Ocampo, 2000, pág. 02)

Tabla 2
Producto Interno Bruto Sectorial

Fecha	PIB	Variación
2013	6.972,8	
2014	7.216,4	3,49%
2015	7.165,3	-0,71%
2016	6.880,9	-3,97%
2017	7.252,8	5,40%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Patricia Saavedra

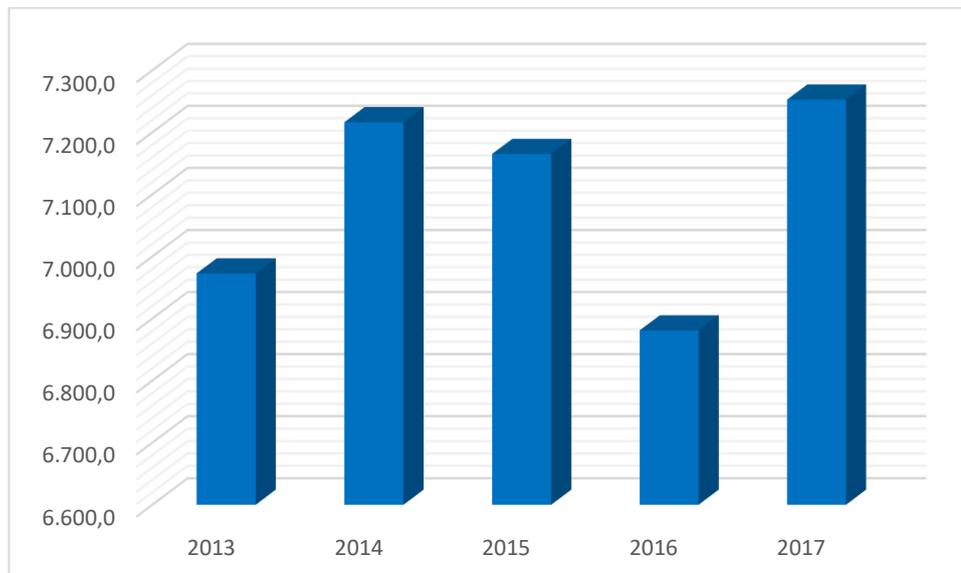


Figura 2 *Producto Interno Bruto Sectorial*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Patricia Saavedra

El PIB sectorial muestra que hay una tendencia creciente en el último año, esto se puede deber a la crisis nacional que mantiene el país, además que hay preferencia con consumo de productos extranjeros, más en productos de los vecinos países por su gran variedad en precios.

2.01.01.03 Inflación.

La inflación es un aumento generalizado en los precios de los bienes y servicios de una economía durante un periodo de tiempo. Cuando oímos que ha habido inflación significa que los precios han subido o se han “inflado”, de ahí su nombre. (Sevilla, 2018, pág. 03).

Tabla 3
Inflación Anual del Ecuador

Fecha	Inflación
dic-14	3,67%
dic-15	3,38%
dic-16	1,12%
dic-17	-0,20%
dic-18	0,27%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Patricia Saavedra

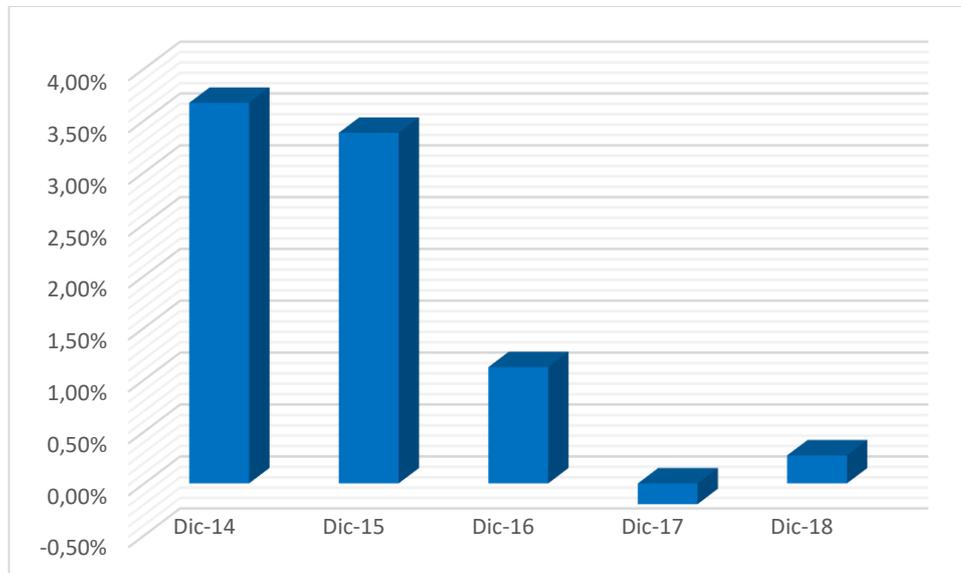


Figura 3 *Inflación Anual del Ecuador*
Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Patricia Saavedra.

En la Figura que antecede se puede observar que la inflación tiene una tendencia decreciente arrastrado de años anteriores una inflación negativa, lo que implica que los productos de consumo estas con precios con niveles bajos, lo que genera que las utilidades obtenidas por productos sean mínimas, lo cual afecta al proyecto en forma negativa ya que al no tener una tendencia creciente significativamente, se

mantendrán los precios de mercado lo que hace que las ganancias generada sean bajas para la microempresa.

2.01.01.04 Inflación por Ciudades

Tabla 4
Inflación por Ciudades

Fecha	Quito	Guayaquil	Cuenca	Esmeraldas
dic-14	3,89%	3,40%	3,57%	3,97%
dic-15	3,20%	3,30%	4,29%	3,91%
dic-16	1,07%	1,12%	1,06%	2,49%
dic-17	-0,15%	-0,09%	-0,17%	-1,00%
dic-18	0,49%	0,54%	0,68%	0,07%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Patricia Saavedra

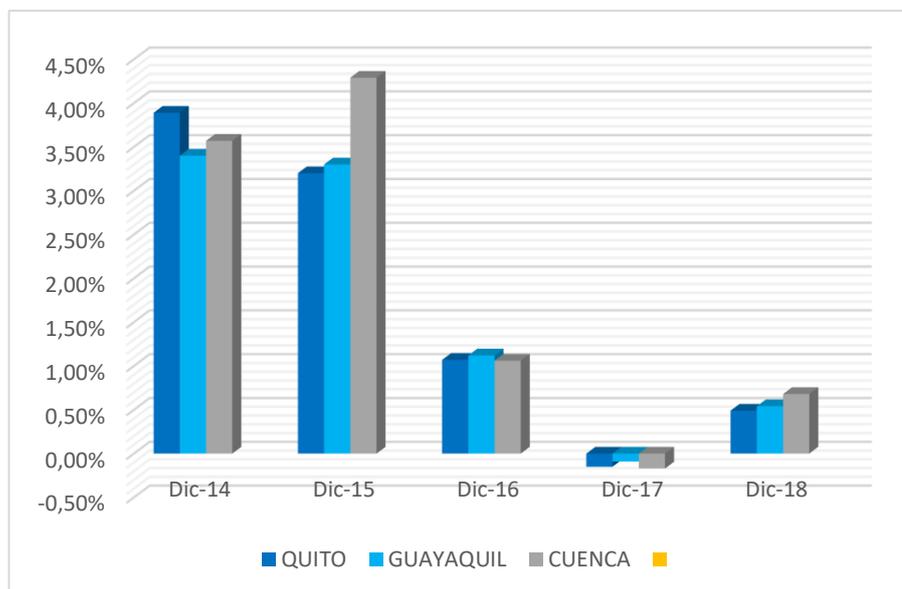


Figura 4 *Inflación Anual por Ciudades*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Patricia Saavedra

El presente proyecto estimas ubicarse en la ciudad de Quito con lo que se puede observar que tiene la misma tendencia del país es decir que en los últimos meses tuvo un decrecimiento en la inflación, por lo que se puede determinar que por la

tendencia de la inflación se pueden mantener precios, para hacer más accesibles a los consumidores.

2.01.01.05 Riesgo País.

La noción de riesgo país se vincula a la capacidad de pago de un Estado nación. Este índice mide el riesgo que existe en las operaciones internacionales que involucran a un país, entendiendo como riesgo a la posibilidad de impago. (Pérez & Merino, 2016, pág. 02)

Tabla 5
Riesgo País

Fecha	Puntos
ene-18	442
feb-18	490
mar-18	544
abr-18	667
may-18	671
jun-18	761
jul-18	603
ago-18	725
sep-18	622
oct-18	722
nov-18	740
dic-18	826

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Patricia Saavedra

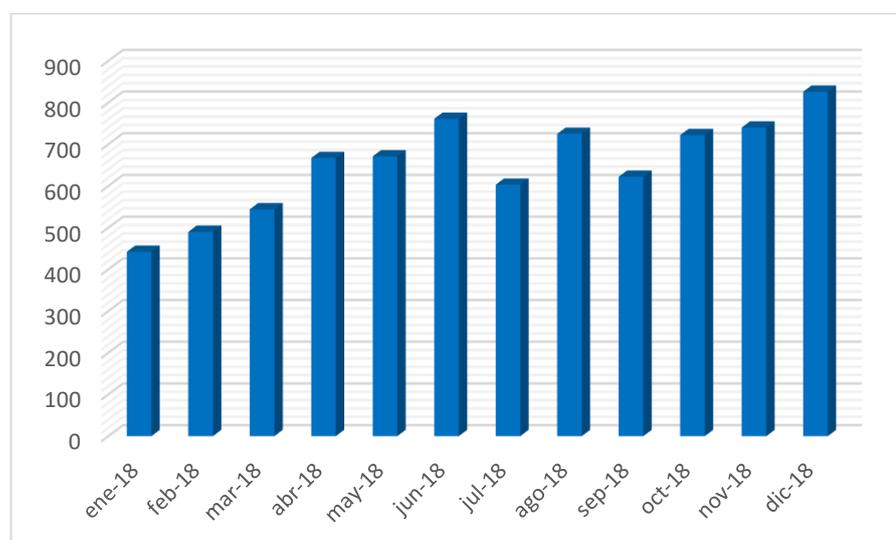


Figura 5 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Patricia Saavedra

Al analizar el último año del Riesgo País se puede determinar que ha existido un incremento en los puntos de riesgo país lo cual hace que la inversión extranjera en el país sea menos confiable, esto se puede deber a las dificultades económicas que el Ecuador ha presentado en los últimos años, se debe realizar estrategias que ayuden a bajar esta puntuación, para tener confianza y mayor inversión en el país para que las empresas tengan la oportunidad de crecer y estabilizarse en el mercado.

2.01.01.06 Tasa de Interés

En el ámbito de la economía y las finanzas, el concepto de interés hace referencia al costo que tiene un crédito o bien a la rentabilidad de los ahorros. Se trata de un término que, por lo tanto, permite describir al provecho, utilidad, valor o la ganancia de una determinada cosa o actividad. (Pérez & Merino, 2012, pág. 03).

2.01.01.07 Tasa de Interés Activa.

El Banco Central del Ecuador, define la tasa de interés activa como el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca. (Delgado, 2016, pág. 02)

Tabla 6
Tasa de Interés Activa

Fecha	Tasa
dic-14	22,32%
dic-15	24,25%
dic-16	21,48%
dic-17	21,07%
dic-18	20,24%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Patricia Saavedra

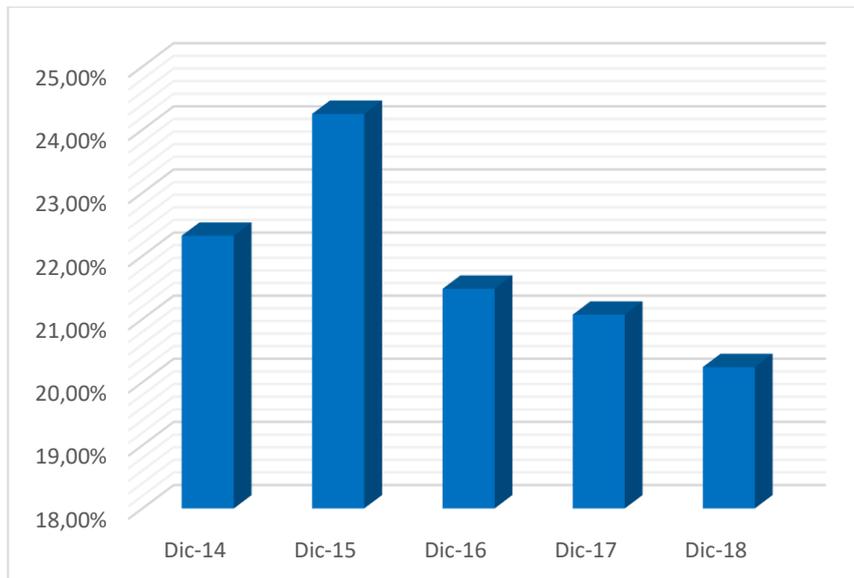


Figura 6 Tasa de Interés Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Patricia Saavedra

La tasa de interés Activa en el proyecto es de importancia ya que es el porcentaje de intereses que se pretende cancelar para poder acceder a un crédito con una institución financiera para poder completar el capital de trabajo para el proyecto, al ver que en los últimos meses ha tenido una tendencia decreciente en sus tasas puede hacer que sea alentador ya que mientras más baja se encuentre la tasa activa de interés se obtendrá menores interés en el crédito.

2.01.01.08 Tasa de Interés Pasiva.

La tasa de interés pasiva, desde el punto de vista de una institución financiera, representa los compromisos de inversión que asume por parte de sus clientes. En otras palabras, cada vez que una persona abre un certificado de depósito, o bien una cuenta de ahorros, o cualquier otro producto que implique un retorno, se torna en una deuda u obligación financiera para la institución, a razón de que debe pagar intereses por el dinero que está adquiriendo, durante un período determinado. (González, 2014, pág. 05).

Tabla 7

Tasa de Interés Pasiva

Fecha	Tasa
dic-14	7,16%
dic-15	6,89%
dic-16	7,52%
dic-17	7,05%
dic-18	7,73%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Patricia Saavedra

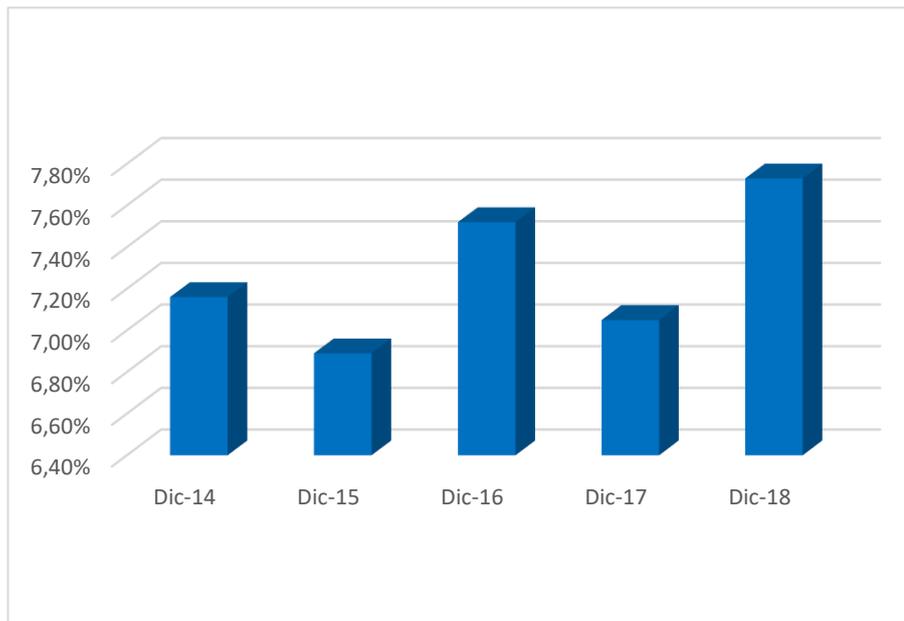


Figura 7 Tasa de Interés Pasiva
Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Patricia Saavedra

La Tasa Pasiva en los últimos meses ha mostrado un crecimiento, esto puede afectar de forma positiva al proyecto ya que si se opta por inversión en pólizas de inversión o de ahorro a plazo fijo esto sería bueno ya se obtendría mayores ganancias a las esperadas.

2.01.02 Factor Social.

El factor social es lo que afecta al comportamiento o actividades de un grupo humano, población o comunidades, “los factores sociales, son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentren” (Rosario, 2017, pág. 01).

2.01.02.01 Población Económicamente Activa.

La población activa es una magnitud económica que define el número de personas en edad de trabajar de un territorio que cuentan con un puesto de trabajo remunerado o que aspiran a acceder a alguno, contando ambas condiciones en registros oficiales de empleo. (Sánchez, 2018, pág. 06).

Tabla 8
Población Económicamente Activa

Fecha	PEA
dic-14	7194521
dic-15	7498528
dic-16	7874021
dic-17	8086048
dic-18	8027130

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Patricia Saavedra

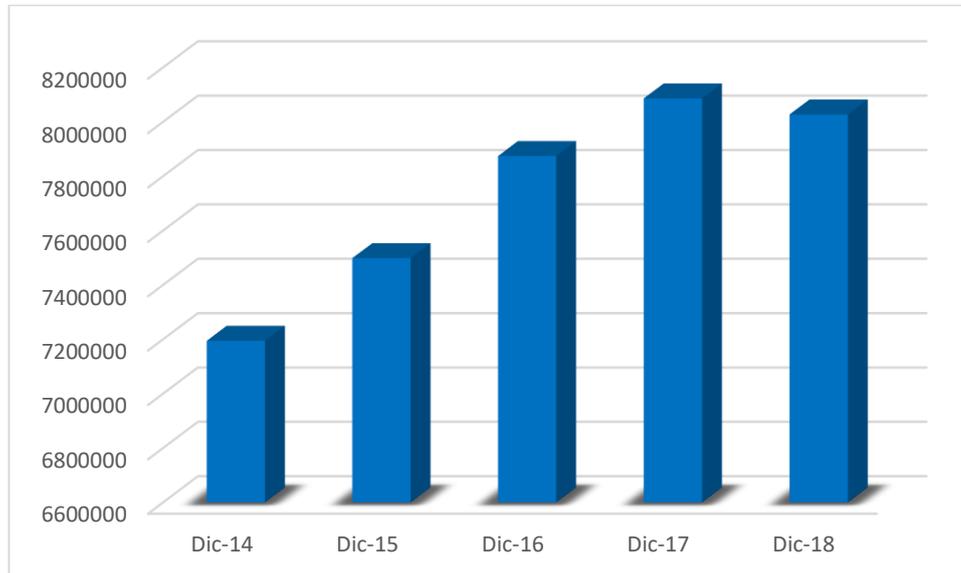


Figura 8 *Población Económicamente Activa*

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Autor: Patricia Saavedra

La tasa de población Económicamente se puede observar que en los últimos años ha tenido una tendencia creciente, esto hace que exista más personas con poder de adquisición en el mercado, influyendo en el presente proyecto como un factor positivo.

2.01.02.02 Empleo.

Se denomina empleo a la generación de valor a partir de la actividad producida por una persona. Es decir, el empleado contribuye con su trabajo y conocimientos en favor del empleador, a cambio de una compensación económica conocida como salario. (Gil, 2108, pág. 02).

Tabla 9
Empleo

Fecha	Cantidad	Empleo
dic-14	6921107	49,30%
dic-15	7140636	46,50%
dic-16	7463579	41,20%
dic-17	7712177	42,30%
dic-18	7731032	40,60%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Patricia Saavedra

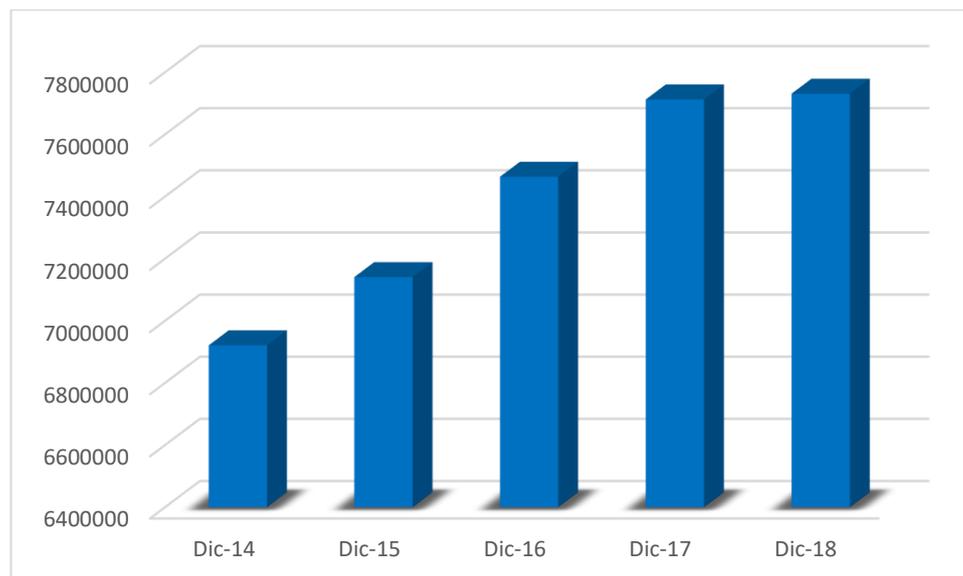


Figura 9 Empleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Autor: Patricia Saavedra

Al analizar el factor del Empleo se determina que en los últimos años tienen una variación creciente, lo cual significa que hay mayor población con poder adquisitivo, mismo que generan algún tipo de ingreso, por lo cual influye positivamente en el proyecto, al tener mayor personas para que puedan adquirir productos.

2.01.02.03 Desempleo.

“Se trata de un desajuste en el mercado laboral, donde la oferta de trabajo (por parte de los trabajadores) es superior a la demanda de trabajo (por parte de las empresas).”(Kiziryán, 2018, pág. 01).

Tabla 10
Desempleo

Fecha	Cantidad	%
dic-14	273414	3,80%
dic-15	357892	4,77%
dic-16	410441	5,20%
dic-17	373871	4,60%
dic-18	296097	3,70%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Patricia Saavedra

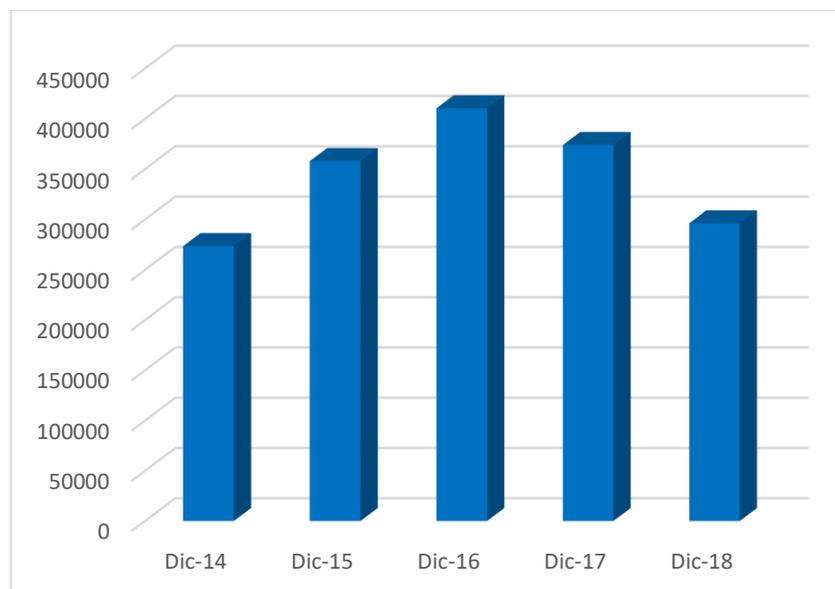


Figura 10 *Desempleo*

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Autor: Patricia Saavedra

A pesar que el Subempleo muestra que en los últimos años ha decrecido, se puede decir que no es una variación constante, lo que hace que sea un factor preocupante, ya que hay muchas personas que prefieren estar en el subempleo, con el fin de generar algún tipo de ingreso a sus familias.

2.01.02.04 Subempleo.

El subempleo, que denomina a aquella situación en la cual un trabajador es empleado en un puesto inferior al que estaría capacitado en ocupar.

El subempleo es un estado de cosas frecuente que se plantea en diversos mercados laborales del mundo, especialmente cuando el contexto está atravesando una situación crítica que conlleva a la precarización de los trabajos. (Ucha, 2014, pág. 01)

Tabla 11
Subempleo

Fecha	Cantidad	Subempleo
dic-14	925774	12,87%
dic-15	1050646	14,01%
dic-16	1564825	19,87%
dic-17	1602909	19,82%
dic-18	1323724	16,49%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Patricia Saavedra

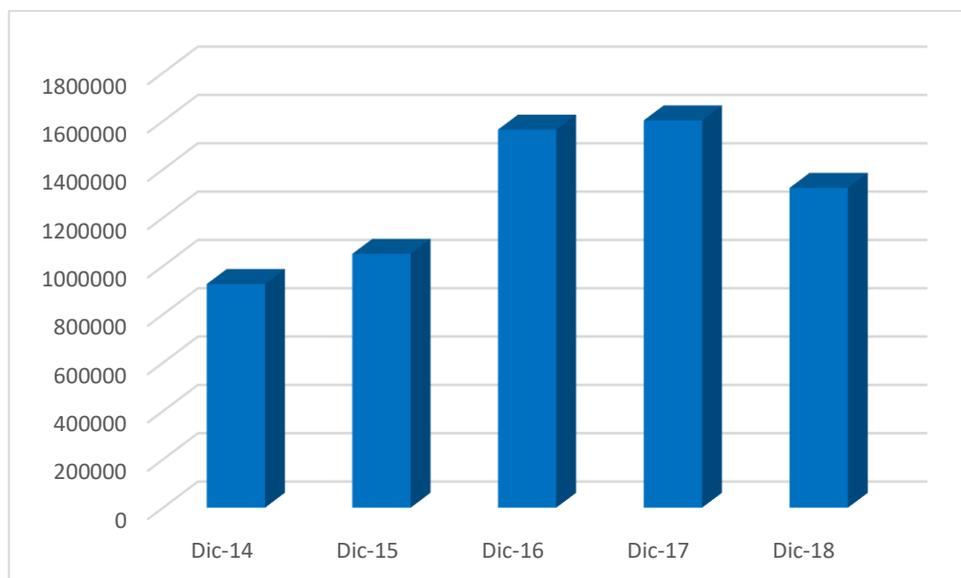


Figura 11 *Subempleo*

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Autor: Patricia Saavedra

El Subempleo en el país se puede observar que a pesar que tuvo un crecimiento en años pasados, en el último se obtuvo un decrecimiento lo cual es bueno, ya que con un subempleo alto se tiene menos poder de adquisición, estas personas dan preferencia a productos estrictamente necesario o de primera necesidad, a más que se puede observar que son personas que están en cargos inferiores a sus capacidades, lo que hace que generen menores ingresos, haciendo que afecte de forma negativa a la

microempresa, por el poder de adquisición que pueden tener al ser unos ingresos no estables o bajos.

2.01.03 Factor Legal.

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí. (Roció, 2018, pág. 01).

El presente proyecto se constituye como Persona Natural sin Contabilidad, ya que de acuerdo a los siguientes criterios:

Tabla 12

Parámetro de Persona No Obligada a llevar Contabilidad

Criterio	Valor
Capital	\$ 101.790,00
Ingresos	\$ 135.720,00
Gastos	\$ 169.650,00

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Autor: Patricia Saavedra

Por lo que expone anteriormente no cumple con los parámetros para llevar contabilidad. En este sentido, los permisos que se requieren para constituirse como Persona Natural No Obligada a Llevar Contabilidad son:

2.01.03.01 Permisos

❖ RUC.

- Original y copia de la cedula de ciudadanía.
- Registro del domicilio con una planilla de servicios básicos
- Factura o copia del arrendamiento del local.
- Formulario de llenado de la actividad a realizar.

Al momento de apertura el RUC se establece la razón social y nombre comercial del proyecto, en este caso son:

Razón social: Patricia Silvana Saavedra Rodríguez

Nombre comercial: Sumilimp

❖ **Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de las Actividades**

Económicas LUAE.

- Formulario de Solicitud para obtener la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas.
- Copia de RUC o RISE.
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación actualizada del
- Requisitos Adicionales, si el caso lo requiere:
- Rotulación

❖ **Permiso de Funcionamiento de los Bomberos.**

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

❖ **Carnet de salud.**

- Asistir a un centro de salud pública

2.01.04 Factor Tecnológico.

Un recurso tecnológico, por lo tanto, es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (como una computadora, una impresora u otra máquina) o intangibles (un sistema, una aplicación virtual). (Pérez & Merino, 2013, pág. 02).

Para el presente proyecto si se necesita de tecnología, sin embargo, esta no requiere que sea de punta, además, dicha tecnología se encuentra disponible en el país lo que es positivo para el proyecto ya que se evitarán costos inherentes a importación.

2.02 Entorno Local

“El desarrollo local se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas (hay y tenemos) de una comunidad, barrio o ciudad.”

(Arroyo, 2015, pág. 08)

2.02.01 Clientes.

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Thompson, 2009, pág. 01).

Tabla 13
Segmentación de Mercado

Variables	Respuesta
Ubicación	Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Edad	Mayor de 18 años
Genero	Mujeres y Hombres
Frecuencia de consumo	Diario, Semanal, Quincenal, Mensual y Anual
Clase Económica	Clase Media, Media Alta y Alta

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

2.02.02 Proveedores.

“Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.” (Pérez, 2010, pág 04).

Tabla 14
Proveedores

Nombre	Insumo	Factor De Compra
Colgate Palmolive Del Ecuador S.A.	Suavizantes	Calidad, Precio y Prestigio
	Lavavajillas en crema	
	Lavavajillas liquido	
	Desinfectantes	
	Jabón de Tocador	
	Suministros de Cuidado Personal	
Jaboneria Wilson S.A.	Detergente en polvo	Descuentos, Precio y Calidad
	Detergente Liquido	
	Desinfectantes	
	Jabón para ropa	
	Quitamanchas	
Dimabru Cia. Ltda	Desinfectantes	Precio y Descuento
	Lavavajillas en crema	
	Lavavajillas en liquido	
	Guantes	
	Estropajos	
	Desinfectantes	
La Fabril	Cloros	Calidad
	Jabón de ropa	
	Jabón de Tocador	
	Detergente en polvo	
	Detergente Liquido	
Industrial Papelera Ecuatoriana S.A. Inpaecsa	Papel Higiénico Económico para Hogares	Precio y Descuento
	Papel Higiénico para Hogares	

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

2.02.03 Competidores.

“Se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio.” (Pérez & Gardey, 2012, pág. 06)

Después de realizar una verificación in situ y mediante la técnica de la observación se determinó que si existe competencia, estos son:

Tabla 15
Competencia.

Empresa	Productos	Dirección
Mega Mercado Santa María	Productos de Consumo Masivo	San Francisco de Rumiurco y Av. Antonio Jose de Sucre San Francisco de Rumiurco y La Sagalita
Micro mercado Paulina	Alimentación/ limpieza/ Hogar	Rumiurco y La Sagalita
Corporación la Favorita	Ventas de Productos de consumo Masivo	Av. la Prensa Condado Shopping

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

2.03 Análisis FODA

La matriz de análisis DAFO o FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis DAFO permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. (Espinosa, 2013, pág. 09)

2.03.01 Matriz de Análisis Externos

El presente proyecto al ser un emprendimiento nuevo se pueden analizar los factores externos que son las Oportunidades y Amenazas, mas no los factores internos de la organización, ya que se necesitaría que el negocio tenga experiencia en el mercado para poder analizar los mismos.

Tabla 16
Matriz de Análisis Externos

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento poblacional zonal • Baja competencia zonal • Incentivos a microempresarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto Índice de Mercado Informal • Cambios de Políticas gubernamentales • Incrementos de impuestos

- Mercado descuidado por los servicios brindados

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Para el presente proyecto se puede tomar como una oportunidad, el crecimiento poblacional que tiene la parroquia El Condado, porque existe mayor demanda en productos de consumo masivo, lo cual es muy alentador para implementar un proyecto de Comercialización de Suministros de Limpieza, además que en la actualidad en la ubicación donde se pretende iniciar la actividades no se encuentra mayor competencia, haciendo de esto una oportunidad para poder ingresar al mercado de este sector.

Las posibles amenazas que puede tener la microempresa sería el crecimiento de la competencia que se podía dar en un futuro en los lugares aledaños, así como el cambio de las políticas gubernamentales, ya que el país se encuentra en una crisis económica, que conlleva a la toma de medidas como son el incremento de impuestos y podría afectar a la microempresa en cuanto al poder adquisitivo.

2.04 Propuesta Estratégica.

La Filosofía Institucional es el conjunto de ciertos elementos que nos van a permitir la identificación de la empresa con lo que es y lo que quiere lograr que, a su vez, permita desarrollar un núcleo de trabajo organizacional que identifica a todas las partes integrantes de la organización. (Bolado , 2015, pág. 05)

2.04.01 Misión

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas. (Thompson, 2017, pág. 11).

Ser una Comercializadora de Suministros de Limpieza, comprometida con sus clientes externos e internos, brindadores calidad, variedad y estrategias de precio, para satisfacción de sus necesidades.

2.04.02 Visión

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc. (Thompson, 2017, pág. 11).

Llegar a ser para el 2024 una microempresa reconocida líder en mercado de comercialización de Suministros de limpieza, siendo parte de la sociedad e innovando para cubrir sus necesidades, además de establecer una empresa en armonía con sus colaboradores.

2.04.04 Objetivos

“El objetivo es la aspiración, el propósito, el resultado a alcanzar, el para qué se desarrolla la investigación, que presupone el objeto transformado.” (Thompson, 2001, pág. 12).

2.04.04.01 Objetivo General

Establecer una microempresa para la Comercialización de suministros de limpieza a domicilio, determinando estrategias de precios, calidad y variedad de productos, para generar una adecuada utilidad que permita establecerse en el mercado.

2.04.04.02 Objetivos Específicos.

- Estar en mejora continua de los servicios de atención al cliente.

- Diseñar los procesos de distribución de la comercialización de suministros de limpieza.
- Innovar y mantenerse a la vanguardia ante la presencia de competidores y productos sustitutos.

2.04.04 Principios y Valores.

Para que la microempresa se desarrolle de una manera ética se asignan los siguientes lineamientos en principios y valores:

❖ Principios

- Trabajo en Equipo.
- Excelencia laboral
- Innovación
- Diversidad e igualdad de géneros en la microempresa
- Armonía Empresarial

❖ Valores.

- Responsabilidad con la sociedad y sus colaboradores.
- Transparencia en las transacciones diarias de la microempresa.
- Puntualidad con nuestros clientes en entrega de los productos adquiridos
- Solidaridad con la comunidad y colaboradores en cuanto lo necesiten.
- Respeto, dentro y fuera de la microempresa.

2.04.05 Gestión Administrativa.

El concepto “gestión administrativa” se refiere a las formas, estrategias y mecanismos diseñados con el fin de hacer cumplir los objetivos de una empresa, por lo que es primordial tener claro lo que queremos lograr como resultado del trabajo en la compañía. (Leal, 2018, pág 06).

La gestión administrativa es importante en la microempresa, ya que se puede describir como la cabeza de toda organización, siendo así de donde se parte para poner en marcha un negocio, determinando los estándares, metas y objetivos que todo colaborador debe seguir en común.

2.04.05.01 Organigrama Administrativo



Figura 12 Organigrama Administrativo
Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

2.04.05.02 Manual de Funciones

	
NOMBRE DEL CARGO: Gerente General/Administrador	
DEPENDENCIA: Área Gerencial/Administrativa	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> ● Tecnología en Administración Bancaria y Financiera, ● Por lo menos tener 2 años de experiencia ● Ser capaz de interpretar, analizar las directrices que le comunican los accionistas y las necesidades de los empleados. ● Debe ser ágil, responsable, oportuno, eficaz y efectivo. 	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ● Liderar sobre la aplicación del plan de negocios ● Liderar la gestión estratégica ● Resolver problemas institucionales con criterio analítico. ● Supervisar y controlar a los distintos departamentos de la empresa ● Ser el representante de la empresa 	

- Ser la autoridad máxima después de la junta de accionistas de la empresa.
- Dar el visto bueno para la contratación del personal para la empresa.
- Ser el intermediario para mantener el adecuado ambiente laboral de los empleados, dando apertura a la comunicación con los mismos.
- Responsable en el cumplimiento de metas u objetivos de la empresa.

Figura 13 Manual de Funciones Departamento Administrativo

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

2.04.06 Gestión Operativa.

Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. (Arnoletto & Carolina , 2009, pág. 08)

La gestión operativa de la microempresa es importante por el gran peso que lleva su proceso, ya que es en donde se realizan la manipulación de los productos, dependiendo de esta gestión para generar el servicio necesario para los clientes se encuentren satisfechos.

Por el giro del negocio del presente proyecto no se encuentran personal en esta área, ya que no es una microempresa productora, para lo cual solo se comercializan los productos, persona que se encuentra en la parte comercial.

2.04.07 Gestión Comercial

“En el sistema comercial, el Marketing es el nexo de unión entre las demandas de los consumidores reflejadas en el mercado y la oferta que realizan las empresas, entre las que se produce una relación de intercambio.” (Rafael, 2018, pág. 08)

La gestión Comercial es importante para un negocio, ya que es la principal fuente de ingresos a la microempresa, además que de este proceso depende la venta y la atención que tienen con el cliente, es la imagen que se presenta al exterior de la microempresa.

2.04.07.01 Organigrama Comercial



Figura 14 Organigrama Comercial

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

2.04.07.02 Manual de Funciones

	
NOMBRE DEL CARGO: Transportista/Chofer	
DEPENDENCIA: Área Operacional	
SUPERVISOR: Gerente General/Administrador	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> ● Bachillerato culminado, Licencia profesional tipo C. ● Mínimo tener 1 años de experiencia en cargo similares. ● Tener mínimo 20 puntos en la Licencia. ● Conocimiento de leyes de tránsito. ● Conocer la ciudad. 	
FUNCIONES	

- Cumplir con la entrega de la mercadería designada a diario.
- Minimizar infracciones de tránsito.
- Adecuado trato al cliente.
- Minimizar las devoluciones de mercadería.

Figura 15 Manual de Funciones Departamento Comercial

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

2.04.07.03 Marketing Mix

❖ Producto y/o Servicio

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades.”
(Rafael, 2017, pág. 05).

Los productos que se comercializaran son Suministros de limpieza, mismo que se pretende poner al alcance de todos ofreciendo un servicio a domicilio, el cliente tendrá que realizar una llamada, envié de correo o Whatsapp en donde se detallará el pedido, al procesarlo será entregado de inmediato en el domicilio convenido.

Para lo cual se podrá a disposición la siguiente gama de productos:

- Suavizantes
- Detergentes
- Desinfectantes
- Jabón de Tocador
- Jabón para ropa

- Lavavajillas
- Quitamanchas.
- **Logotipo de la Microempresa.**



Figura 16 Logotipo de la Microempresa.

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

- **Eslogan.**

Suministros de Limpieza a tus órdenes.

Figura 17 Eslogan

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

❖ **Plaza.**

Se le denominan a los canales de distribución de los productos. Es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente. La distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene los productos, los cuales pueden ser: el directo, comprador mayorista y tiendas de retail, entre otras maneras de distribución. (Acuña, 2013, pág 02).

La microempresa tendrá un canal de distribución directo como se muestra a continuación:

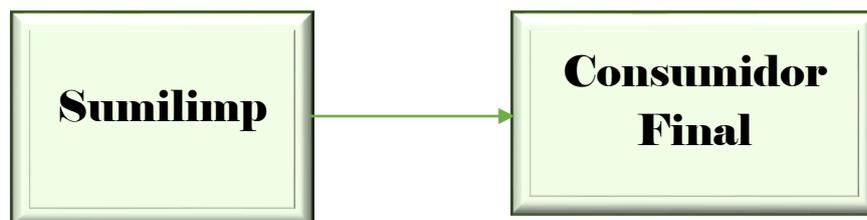


Figura 18 Canal de Distribución

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

❖ **Precio.**

“El precio es el valor en dinero en que se estima el costo de algo, sea un producto, bien o servicio. Como tal, proviene del latín pretĭum, que significa ‘precio’, ‘recompensa’.” (Graus, 2017, pág. 05)

Existen dos metodologías muy utilizadas para fijar el precio estas son:

- Precio con costeo se puede decir que es el estudio de todos los costos incurridos al producir un bien o servicio para determinar su costo total de producción al mismo que se le adiciona una margen de utilidad.
- Precio sombra representa el precio promedio en que se encuentran los productos en el mercado, es decir, es un promedio de la competencia.

Para fijar los precios para el presente proyecto se utilizarán los dos métodos, ya que se debe partir de los costos incurridos en la adquisición de los productos de comercialización, así como se debe realizar un estudio de mercado para establecer los precios que estén de acuerdo a la competencia, de ser el caso mejorarlo para que el cliente tenga preferencia con la microempresa en proyecto.

❖ **Promoción.**

“Son las estrategias que la empresa tiene realizar para que el público quiera consumir y comprar los productos se ofrezcan, esto es el convencimiento mediante la exaltación de las características del producto que se disponga.” (Acuña, 2013, pág 05).

Para la correcta comercialización se han determinado las siguientes estrategias de comercialización.

- Redes sociales, en donde se detallarán los productos en ventas, intentando llegar a la mayoría de usuarios de la Red Social más grande como es Facebook.

- Volantes publicitarios, se los utilizará en forma amigable con el ambiente, ya que se incluirá una promoción, misma que deberán presentar el volante para adquirir un descuento o beneficios adicionales.
- Catálogo de productos, que permita que el cliente conozca toda la oferta de del presente proyecto.

Se adjunta en el ANEXO 1, la publicidad que se estima utilizar, para la promoción de la microempresa.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

“El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.” (Shujel, 2017, pág. 01)

3.01 Análisis del Consumidor

El comportamiento del consumidor se define como el proceder de los interesados muestran al buscar, comprar, usar, evaluar y disponer de los bienes, ideas y servicios que satisfagan sus necesidades. Este actuar se refiere a la forma en que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos materiales, su dinero y su esfuerzo. (Antunez, 2016, pág. 2).

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra.

“El tamaño de la muestra se refiere al número de elementos que se incluirán en el estudio. Determinar el tamaño de la muestra es complejo e incluye diversas consideraciones cualitativas y cuantitativas.” (Malhotra , 2004, pág. 318).

❖ **Población** “el término población refiere al conjunto de personas que vive en un área geográfica determinada y cuyo número se calcula a instancias de una evaluación estadística.” (Ucha, 2009, pág. 01)

Tabla 17
Población

Lugar	Habitantes
Ecuador	17.267.986
Sierra	7.733.725
Pichincha	3.172.200
Quito	2.735.987
Cotacollao	31.623
Segmentación	23.499

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

❖ **Muestra** “La muestra estadística es el subconjunto de los individuos de una población estadística. Estas muestras permiten inferir las propiedades del total del conjunto”. (Perez & Merino, 2009, pág. 12)

Donde cada una de las siglas tienes el siguiente significado:

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

En donde:

n= Muestra

N= Tamaño de la población

p= Probabilidad de éxito (50%)

q= Probabilidad de fracaso (50%)

z= Nivel de confianza (95%)

E= Coeficiente de error (5%)

Con esto se reemplaza por valores y se obtienen el número de encuestas a realizarse en el área de estudio.

$$n = \frac{23499 * (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}{(23499 - 1)(0.05)^2 + (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}$$

$$n = 378$$

3.01.02 Técnicas de Obtención de Información.

Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada. (Batista, 2017, pág 35) .

- **Entrevista**

Como un acto comunicativo que se establece entre dos o más personas y que tiene una estructura particular organizada a través de la formulación de preguntas y respuestas. La entrevista es una de las formas más comunes y puede presentarse en diferentes situaciones o ámbitos de la vida cotidiana. (Bembibre C. , 2010, pág. 06)

- **Observación**

“La observación es la acción y efecto de observar (examinar con atención, mirar con recato, advertir). Se trata de una actividad realizada por los seres vivos para detectar y asimilar información” (Pérez & Gardey, 2009, pág. 01).

- **Encuesta**

Es una manera de recoger información sobre un tema en específico, donde a través de ella logramos analizar los datos que necesitamos para llegar a una conclusión o dar solución a un problema en concreto. (Riquelme, 2016, pág. 05)

Para el presente proyecto se tomará como herramienta de recolección de datos la encuesta, dado que se pretende llegar al máximo de personas, esto permitirá obtener la información precisa para la implementación de la microempresa, misma que se adjunta en el ANEXO 2.

3.01.03 Análisis de la Información

En el ámbito de la Investigación y de las Ciencias de la Información, se conoce como Análisis de la Información al proceso de decodificar los datos que contiene un documento específico, a través de operaciones de procesamiento, que permitan el acceso y recuperación de datos, en aras de traducirlo posteriormente a un lenguaje entendible, el cual es llamado epígrafe, a fin de realizar con un nuevo documento, llamado producto. (Taboola, 2016, pág. 25)

Se realiza la tabulación de la encuesta, para poder determinar las preferencia, oferta y demanda del mercado con el fin de establecer una microempresa flexible y con poder de adaptación al cliente y sus necesidades.

Pregunta 1. ¿Utiliza usted productos de limpieza en hogar u oficina?

Tabla 18
Consumo

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Si	378	100,00%
No	0	0,00%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

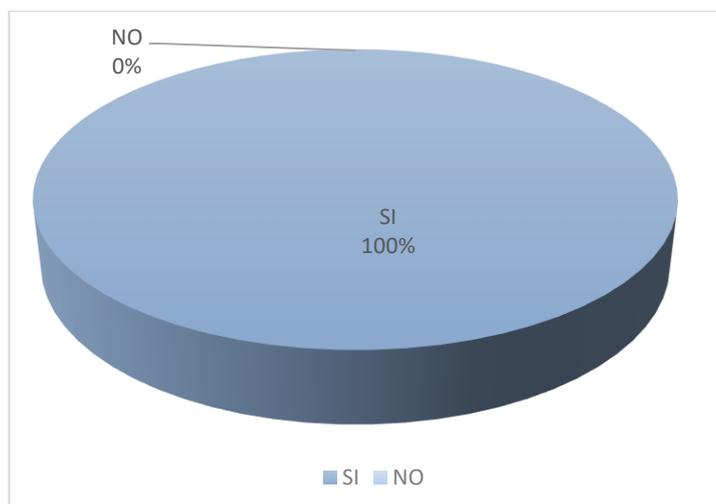


Figura 19 Consumo

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Del total de encuestas realizadas en la zona El Condado, todos dicen haber consumido Suministros de Limpieza, dando un total de consumo del 100%, lo cual es favorable para el presente proyecto ya que son productos que se puede determinar de consumo masivo y necesario para la vida cotidiana de las personas, además que es un productos de alta rotación evitando acumulación de stock en bodega.

Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia adquiere productos de limpieza?

Tabla 19

Frecuencia de Consumo

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Diario	19	5,03%
Semanal	87	23,02%
Quincenal	105	27,78%
Mensual	167	44,18%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

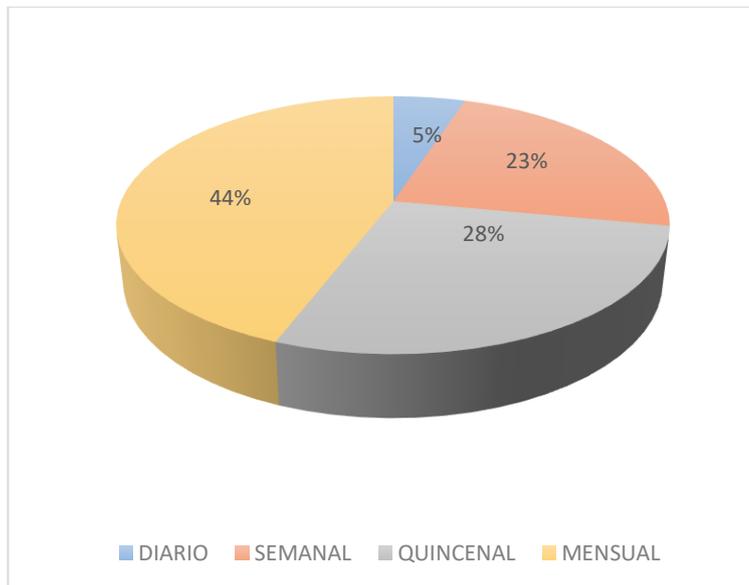


Figura 20 Frecuencia de Consumo

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Analizando el resultado ante la frecuencia de consumo se puede observar que el 44.18% de las personas hacen su adquisición mensualmente, siendo este el porcentaje mayor, es decir, el poder de adquisición se lo hace una vez al mes, para lo cual la micro empresa debe estimar esta frecuencia de consumo para establecer estrategias comerciales.

Pregunta 3. ¿Qué valor ha llegado pagar por suministros de limpieza?

Tabla 20

Gasto Promedio

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Hasta \$ 5	76	20,11%
Hasta \$ 10	187	49,47%
Hasta \$ 15	56	14,81%
Más de \$ 15	59	15,61%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

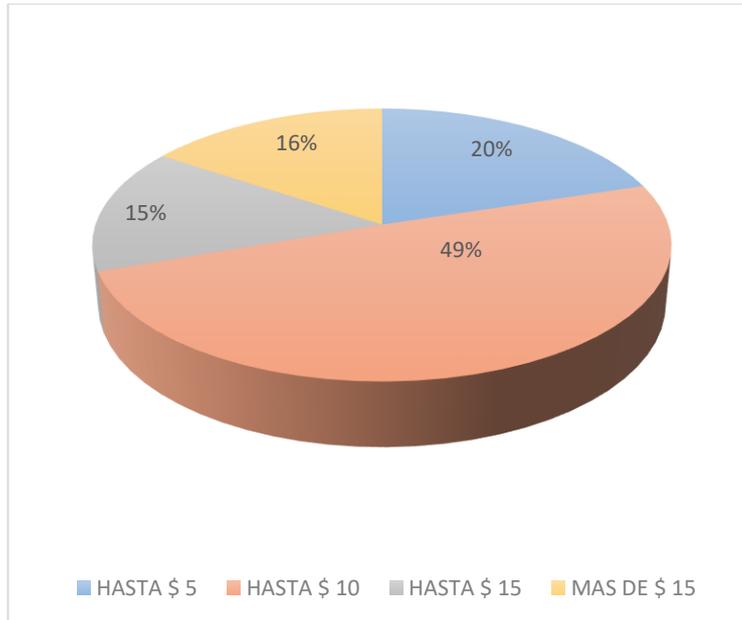


Figura 21 Gasto Promedio
Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

En la preguntas tres se puede determinar el valor que hogares y empresas invierten en la compra de Suministros de Limpieza, siendo que hasta \$10 tenga el mayor porcentaje con un 49%, por lo cual se puede determinar lo ingresos que podría obtener la microempresa, poder proyectarse en ventas, así como en los gastos, para establecer una microempresa que esté acorde al mercado ya establecido en la zona.

Pregunta 4. ¿Se siente satisfechos con los productos de Limpieza que existen en el mercado?

Tabla 21
Satisfacción del Cliente

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Si	127	33,60%
No	251	66,40%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

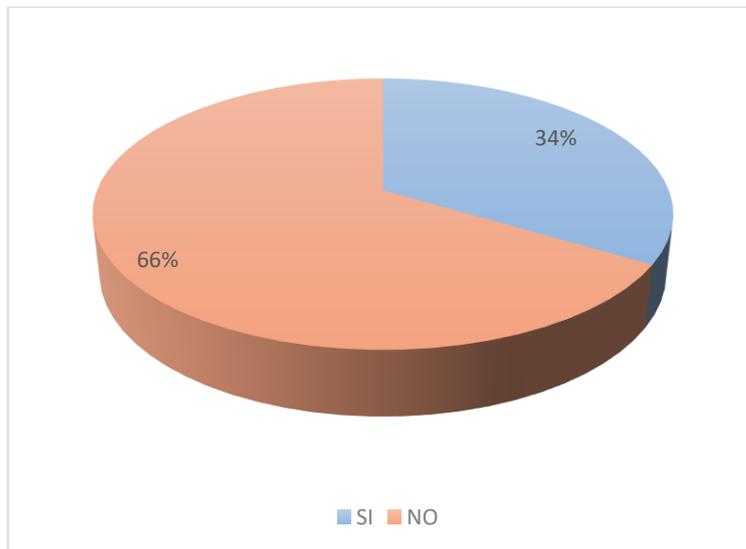


Figura 22 Satisfacción del Cliente

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Se puede determinar que en el sector El Condado se invidencia una insatisfacción de adquisición de suministros de limpieza del 66.40%, para lo cual de bueno para la implementación de la microempresa, ya que pretende llegar a la demanda insatisfecha para cubrir sus necesidades, además de ofrecer variedad de productos que cuenten con calidad y que esté al alcance de los economía d los usuarios.

Pregunta 5. ¿Estaría de acuerdo usted en la implementación de una empresa comercializadora de suministros de limpieza con servicio a domicilio en el sector el condado?

Tabla 22
Aceptación

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Si	339	89.68%
No	39	10.32%
Total	378	100%

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

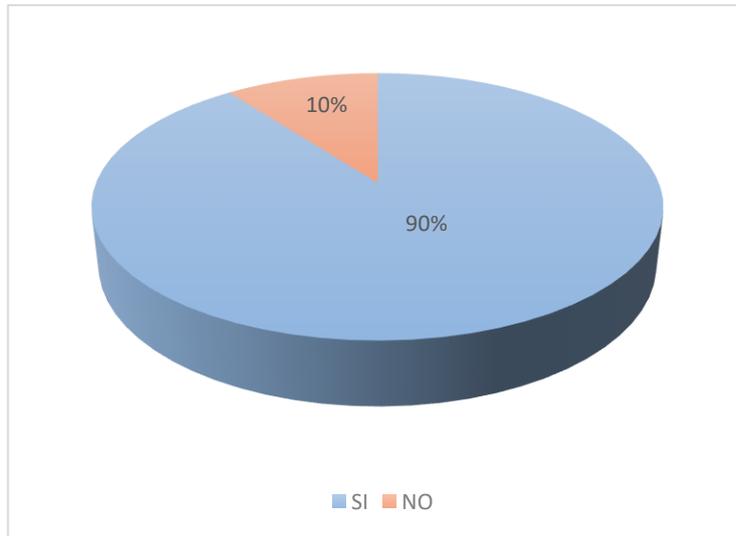


Figura 23 Aceptación
Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

En la pregunta cinco se realiza para determinar la aceptación que tendrá la implementación de una microempresa en la zona, ya que hay que estudiar los impactos que puede tener un nuevo negocio, en este caso se obtuvo un 90% de afirmación para establecerse en el sector el Condado.

Pregunta 6. ¿Cuándo usted adquiere Suministros de Limpieza es para?

Tabla 23
Utilización

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Oficinas	69	20.35%
Hogares	174	51.33%
Ambas	96	28.32%
Total	339	100.00%
N/a	39	-
Total	378	-

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

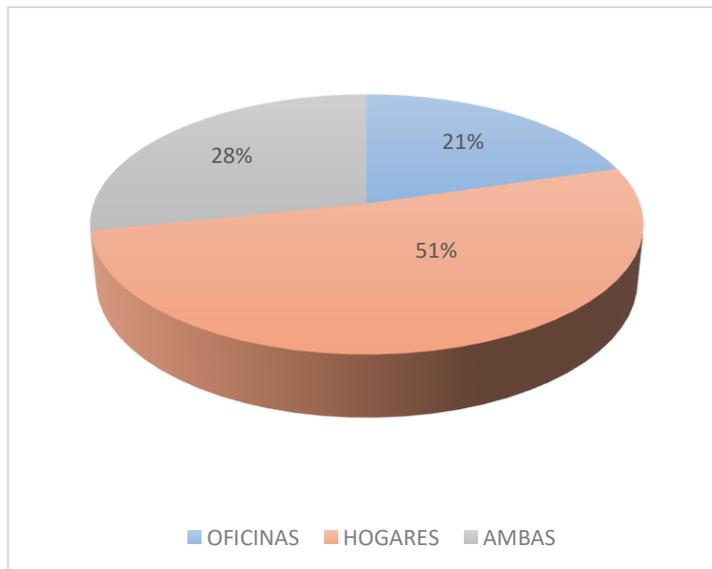


Figura 24 Utilización
Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

En la zona de El Condado las personas al momento de realizar la compra de Suministros de Limpieza la mayoría son adquiridos para ser utilizados en los hogares por lo cual se obtuvo un 51.33%, así como adquieren para oficinas, mediante lo cual se puede determinar a qué segmento del mercado se puede potenciar las ventas del negocio, se podría establecer una estrategia de marketing en la cual se base al consumo de suministro de limpieza en los hogares, además que hay que entregar variedad, calidad con precios accesibles a todo tipo de economía.

Pregunta 7. ¿Cómo los adquiere generalmente estos productos?

Tabla 24
Lugar de Adquisición

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Supermercados	93	27.43%
Comercializadoras	37	10.91%
Tiendas	145	42.77%
Bodegas	64	18.88%
Total	339	100.00%

N/a	39	-
Total	378	-

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

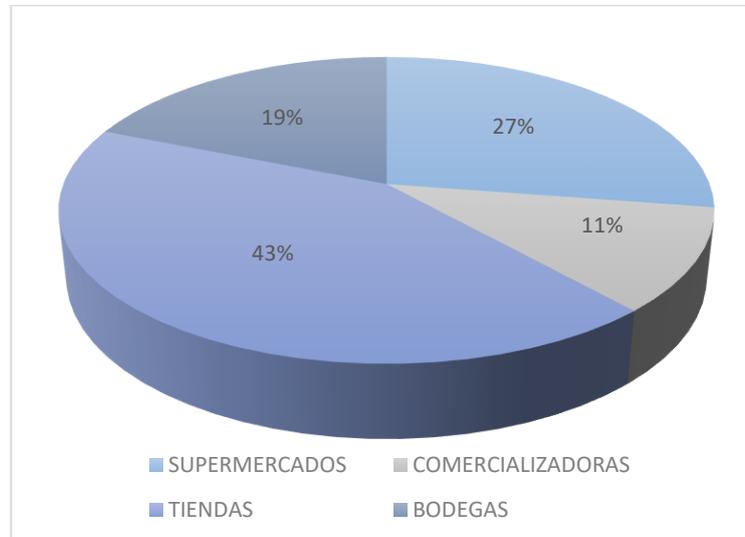


Figura 25 Lugar de Adquisición

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Según la encuesta realizada se puede observar que los Suministros de Limpieza se los adquieren en tiendas, esto se debe a la fácil adquisición, pero al ser un micro negocio no se puede obtener variedad, para lo cual con la implementación de la Comercializadora se pretende diversificar los productos.

Pregunta 8. Los productos de Limpieza son de fácil adquisición en la Parroquia El Condado.

Tabla 25

Facilidad de Adquisición

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Si	72	21.24%
No	267	78.76%
Total	339	100.00%
N/a	39	-

Total	378	-
-------	-----	---

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

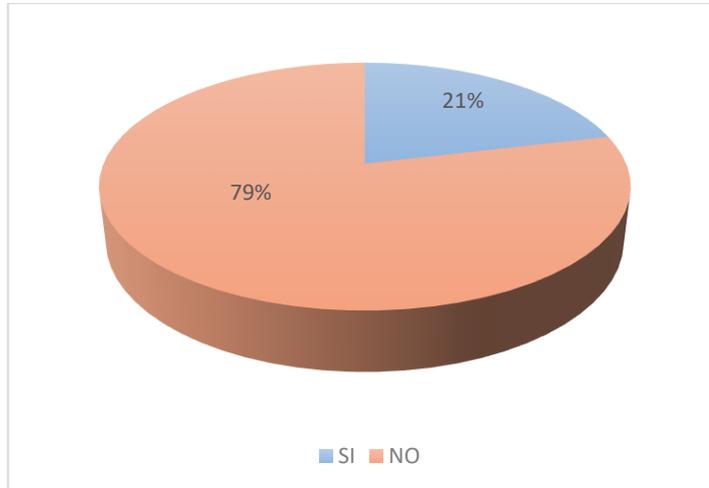


Figura 26 *Facilidad de Adquisición*
Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

Analizando la última pregunta de la encuesta se puede determinar que no hay una fácil adquisición de Suministro de Limpieza por lo cual el No se obtuvo un 78.76%, siendo esto uno de los factores la variedad, calidad y precio que se puede ofrecer en los pequeños negocios del lugar.

3.02 Demanda

La demanda, es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer la exteriorización de sus necesidades y deseos específicos. Además está condicionada por los recursos disponibles del consumidor o usuario, precio del producto, gustos y preferencias de los clientes, estímulos de marketing recibidos, área geográfica y disponibilidad de productos por parte de la competencia, entre otros factores. (Orjuela & Sandoval , 2002, pág. 56)

3.02.01 Demanda Histórica

Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de suministros de limpieza para hogares y oficinas con servicio de entrega a domicilio, ubicado en la Parroquia El Condado, Provincia de Pichincha, año 2019.

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 & Sandoval , 2002, pág. 62)

Tabla 26*Demanda Histórica*

Año	Demanda Histórica
2018	861.881
2017	838.611
2016	815.968
2015	793.937
2014	772.501

*Fuente: Investigación Propia**Autor: Patricia Saavedra*

3.02.02 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. (Orjuela & Sandoval , 2002, pág. 63).

Tabla 27*Datos para la Demanda*

Datos de la Oferta	Valor
Población Total	23499
Muestra Según Formula	378
Porcentaje Aceptación Del Proyecto	90%
Aceptación Del Proyecto	21074.5

*Fuente: Investigación Propia**Autor: Patricia Saavedra***Tabla 28***Demanda Actual*

Frecuencia	Porcentaje	Resultado	Anual
Diario	5%	1.059	381.348
Semanal	23%	4.850	252.225
Quincenal	28%	5.854	140.497
Mensual	44,18%	9.311	111.728
Demanda actual			885.798

*Fuente: Investigación Propia**Autor: Patricia Saavedra*

3.02.03 Demanda Proyectada

El objetivo de este análisis, es el de estimar el comportamiento de la demanda futura a partir de la demanda actual y pasada del producto en cuestión, de sus competidores y sustitutos según sea relevante. Es decir, se busca mostrar si existe una necesidad que puede ser satisfecha por un bien o servicio y cuáles son los factores que afectan su demanda (época, factores demográficos, socioeconómicos, etcétera). (Orjuela & Sandoval , 2002, pág. 72).

Tabla 29
Demanda Proyectada

Años	Demanda Proyectada
2020	909.715
2021	934.277
2022	959.502
2023	985.409
2024	1.012.015

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

3.03 Oferta

“Es las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables.” (Obando 2015, pág. 40).

3.03.01 Oferta Histórica

“El análisis del comportamiento histórico de la oferta del producto, se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro.” (Orjuela & Sandoval , 2002, pág. 141).

Tabla 30
Oferta Histórica

Año	Oferta Histórica
2018	289.574
2017	281.755
2016	274.148
2015	266.746
2014	259.544

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

3.03.02 Oferta Actual.

“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 & Sandoval , 2002, pág. 142).

Tabla 31
Oferta Actual

Oferta Actual	Valor
Población	23499
Aceptación	90%
Total	21.075

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

3.03.03 Oferta Proyectada

“El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto” (Orjuela & Sandoval , 2002, pág. 146)

Tabla 32
Oferta Proyectada

Años	Demanda Actual	Aceptación	Demanda Proyectada
2020	305,645	90%	275,080
2021	313,897	90%	282,508
2022	322,372	90%	290,135
2023	331,077	90%	297,969
2024	340,016	90%	306,014

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

3.04 Productos Sustitutos

Son aquellos productos similares, tanto en su utilidad de uso como en la necesidad que satisfacen del consumidor. Por lo tanto, el consumidor podrá preferir alguno de estos bienes en lugar al bien del proyecto, en caso que este último subiera de precio. (Orjuela & Sandoval , 2002, pág. 157)

Al realizar una investigación en el lugar donde se establecerá la microempresa se pueden determinar como productos sustitutos a los emprendimientos que se desarrollan en la zona, mismos que comercializan productos semejantes a los que se venderán en el negocio:

- Micromercado Paulina
- Tienda Mi Primo
- Variedades Olga
- Minimarket El Condado

3.04.01 Oferta Histórica

“El análisis del comportamiento histórico de la oferta del producto, se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro.” (Orjuela & Sandoval , 2002, pág. 141).

Tabla 33
Oferta Histórica

Año	Oferta
2018	17,164
2017	16,700
2016	16,249
2015	15,811
2014	15,384

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

3.04.02 Oferta Actual

La Oferta Actual de los productos sustitutos se determina con la observación In Situ en la zona aledaña donde se establecerá el local comercial de la microempresa, se determinó que existe pequeños negocios, los cuales ofrecen los productos de comercialización del negocio, siendo estos como productos sustitutos para la microempresa.

Tabla 34
Oferta Actual

Año	Total
2019	17,640

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

La demanda actual de los productos sustitutos de suministros de limpieza en el sector El Condado no se realiza de forma mayorista, dejando una gran parte de personas insatisfechas, que es a la cual la microempresa pretende llegar.

3.04.03 Oferta Projectada

“El objetivo de este análisis, es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto” (Orjuela & Sandoval , 2002, pág. 146)

Tabla 35
Oferta Projectada

Año	Oferta
2020	18,116
2021	18,605
2022	19,108
2023	19,624
2024	20,154

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

La proyección de los productos sustitutos no muestra una gran variedad en su oferta, eso quiere decir que es alentador para el proyecto, ya que se pretende vender al por mayor y menor, lo cual no se da en la zona donde se establecerá el local comercial.

3.05 Balance Oferta-Demanda

El análisis de balance entre oferta y demanda, permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto, la magnitud de la cobertura del déficit ya depende de los recursos que posea la entidad ejecutora o de su programación anual de inversiones, no necesariamente se debe cubrir el déficit ya que ello depende de las estrategias de cobertura con los grupos de usuarios. (León, 2007, pág 40).

3.05.01 Balance Actual.

El balance actual de un proyecto se lo obtiene de la diferencia de la demanda actual y de la oferta actual, teniendo como resultado la demanda insatisfecha.

En donde se puede decir que la demanda insatisfecha es:

Aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada. (Andía, 2011, pág. 05).

Tabla 36
Balance Actual

Año	Demanda	Oferta	D. Insatisfecha
2019	885.798	297.609	588.189

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

Se analiza que la demanda en el lugar de los productos de limpieza es mayor a la oferta que existe en el mercado, ya sea por facilidad de adquisición o por falta de variedad en los productos, el presente proyecto pretende llegar a cubrir un porcentaje de la demanda insatisfecha que existe en el lugar.

3.05.02 Balance Proyectado

El Balance Proyecto se parte de la diferencia de la demanda actual y Oferta Actual, obteniendo como resultado la demanda insatisfecha, y se proyecta para los 5 años posteriores, multiplicando para la tasa de crecimiento poblacional que existe.

Tabla 37
Balance Proyectado

Año	Demanda	Oferta	D. Insatisfecha
2020	909.715	305.645	604.070
2021	934.277	313.897	620.380
2022	959.502	322.372	637.130

2023	985.409	331.077	654.332
2024	1.012.015	340.016	671.999

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

En la tabla de Balance Proyectado se puede determinar la demanda insatisfecha que existe en el sector El Condado con relación a comercialización de suministros de limpieza, para lo cual al establecer una microempresa en el lugar se pretende cubrir una parte de la demanda Insatisfecha, llegando al cliente con calidad, variedad y precios que sean accesibles a las economías de cada hogar y oficinas de la zona.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

“Estudio técnico investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca , 2013, pág. 6).

4.01 Tamaño del Proyecto

“Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (Baca , 2013, pág. 100)

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Nunes, 2015, pág. 22).

Tabla 38
Capacidad Instalada

Descripción	Suavizantes	Detergentes	Desinfectantes	Jabón De Tocado	Jabón De Ropa	Lavavajillas	Quitamanchas
Diario	13	11	35	21	33	35	12
Semanal	65	55	175	105	165	175	60
Mensual	260	220	700	420	660	700	240
Anual	3120	2640	8400	5040	7920	8400	2880

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

4.01.02 Capacidad Óptima

Es el volumen máximo de producción que se pueda obtener con los recursos (dinero, equipo, personal, instalaciones) disponibles en el proyecto, definido en el primer año de proyección para ser alcanzado en el último año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. (Bracho, 2014, pág. 6).

Tabla 39
Capacidad Óptima

Descripción	Suavizantes	Detergentes	Desinfectantes	Jabón De Tocado	Jabón De Ropa	Lavavajillas
Diario	10	9	28	17	26	28
Semanal	52	44	140	84	132	140
Mensual	208	176	560	336	528	560
Anual	2496	2112	6720	4032	6336	6720

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

4.02 Localización

La elección de la ubicación del proyecto debe tomar en cuenta todos los elementos que puedan influir, como los aspectos económicos, estratégicos, de operación, sociales, entre

otros, contar con varias opciones para ubicar el nuevo negocio, permitira haver un comporativo entre ellas y determinar la que es mas rentabilidad promete al proyecto. (Cortes, 2012, pág. 04)

4.02.01 Macro

“La macrolocalización de un proyecto o empresa consiste en decidir la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; describe la zona geográfica general en la que se va a encontrar un proyecto.” (Corvo, 2018, pág. 01)

A continuación se detalla la macro localización del presente proyecto, misma que esta está definido por:

Tabla 40
Macro Localización

Información	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Parroquia	Cotocollao
Sector	El Condado

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra



Figura 27 Macro Localización

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Para determinar la mejor alternativa de ubicación del proyecto se realiza la siguiente tabla de ponderación, considerando varios factores. Los puntajes vienen dados por la siguiente tabla:

Tabla 41*Ponderación de Factores*

1	Muy Malo
2	Malo
3	Bueno
4	Muy Bueno
5	Excelente

Fuente: Investigación Propia**Autor:** Patricia Saavedra**Tabla 42***Localización Óptima*

Factores	Peso	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Cercanía							
Clientes	18%	3	0,54	3	0,54	5	0,90
Costos	10%	2	0,20	3	0,30	4	0,40
Ubicación	9%	3	0,27	2	0,18	5	0,45
Competencia	5%	3	0,15	4	0,20	2	0,10
Accesibilidad	15%	2	0,30	3	0,45	3	0,45
Cercanía de los							
Proveedores	19%	3	0,57	2	0,38	3	0,57
Infraestructura	13%	4	0,52	4	0,52	4	0,52
Visibilidad	11%	2	0,22	2	0,22	5	0,55
Total	100%	TOTAL	2,77	TOTAL	2,79	TOTAL	3,94

Fuente: Investigación Propia**Autor:** Patricia Saavedra

Como se puede evidenciar en la tabla número 38, la mejor ubicación de la microempresa es la alternativa tres, es decir, en: Pedro de la Peña y Cantón Cárdenas. Esta ubicación cuenta con 102 metros cuadrados.



Figura 29 Localización Óptima.

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

4.03 Ingeniería del Producto

La ingeniería del proyecto se puede decir que, en términos técnicos, existen diversos procesos productivos opcionales, que son los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital. En esta misma parte se engloban otros estudios, como el análisis y la selección de los equipos necesarios, dada la tecnología elegida; en seguida, la distribución física de tales equipos en la planta, así como la propuesta de la distribución general, en la que se calculan todas y cada una de las áreas que formarán la empresa. (Baca , 2013, pág. 6)

4.03.01 Definición del Bien

“En esta parte debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Esto debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la secretaría de Estado o ministerio correspondiente.” (Baca , 2013, pág. 27).

Los productos que se comercializarán son Suministros de limpieza, mismo que se pretende poner al alcance de todos ofreciendo un servicio a domicilio, el cliente tendrá que realizar una llamada, envió de correo o Whatsapp en donde se detallará el pedido, al procesarlo será entregado de inmediato en el domicilio convenido.

Para lo cual se podrá a disposición la siguiente gama de productos:

- Suavizantes

- Detergentes
- Desinfectantes
- Jabón de Tocador
- Jabón para ropa
- Lavavajillas
- Quitamanchas.

4.03.02 Distribución de la Bodega y el Almacén

“Proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores”. (Baca , 2013, pág. 116).

Para utilizar criterios adecuados de distribución se utilizará la matriz SLP que obedece a los siguientes criterios:

Tabla 43

Código de Cercanía

Código	Observación
A	Muy necesario
E	Necesario
I	Importante
O	Ordinario
U	Irrelevante
X	Innecesario
XX	Muy innecesario

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Tabla 44

Razón de Cercanía

Código	Razón
1	Por proceso
2	Conveniencia
3	Seguridad
4	Higiene
5	Ruido

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

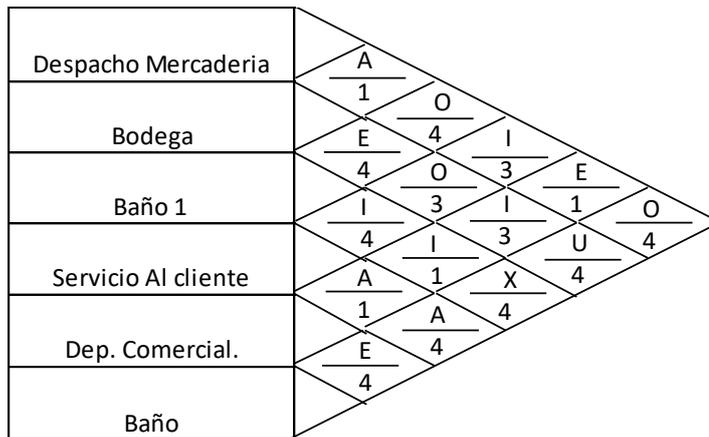


Figura 30 Matriz SLP.

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

En base a la Matriz SLP realizada, podemos determinar el siguiente plano general de la microempresa.

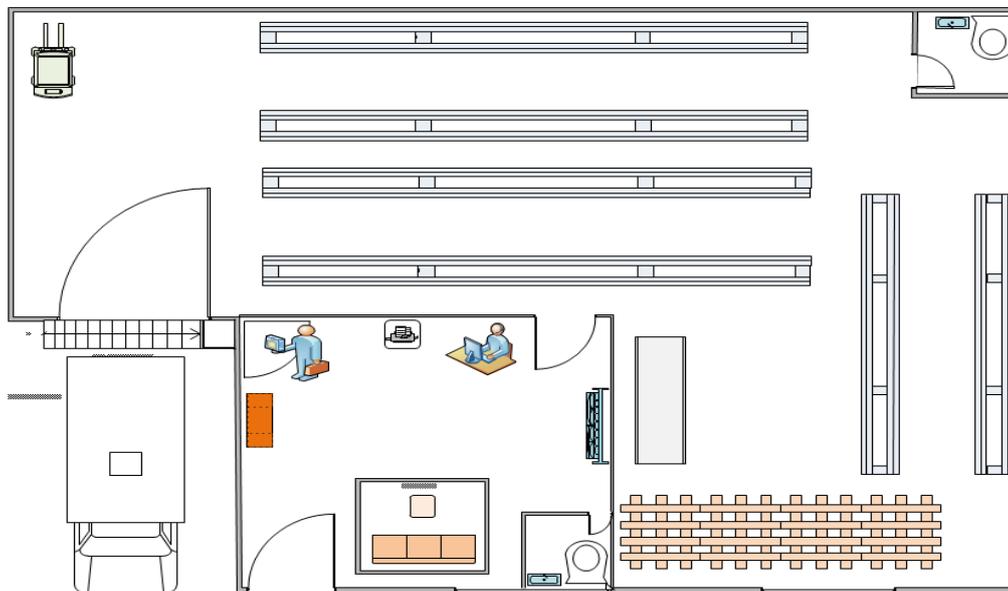


Figura 31 Distribución de la Planta

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Cada departamento está distribuido de la siguiente manera específica:

Tabla 45

Distribución de la Planta

Departamento	Área metros ²
Baño 1	3
Baño 2	3
Bodega	50
Despacho de mercadería	9
Atención al cliente	29

Sala de espera	8
Total	102

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

4.03.03 Proceso Comercial

“Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios.” (Rivadeneira, 2012)

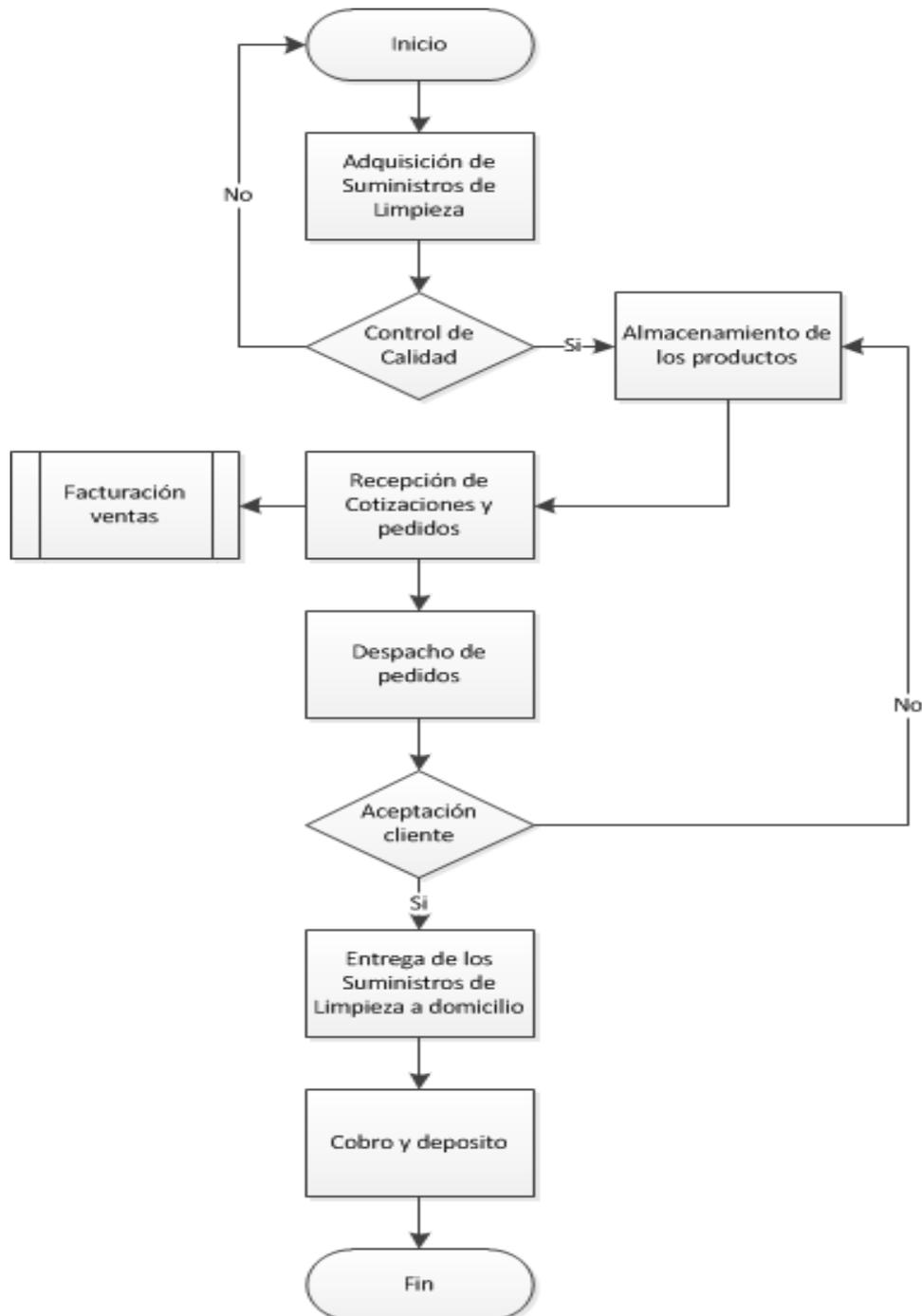


Figura 32 Flujo Grama de Procesos
Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

Para asegurar que el proceso se cumpla siempre y para asegurar la calidad del servicio se han implementado fichas y lineamientos de control. Estos, se presentan en el ANEXO 3.

4.03.04 Muebles

Las propiedades, planta y equipo son bienes tangibles que tienen por objeto:

a) el uso o usufructo de los mismos en beneficio a la entidad; b) la producción de artículos para su venta o para el uso de la propia entidad, y c) la prestación de servicios a la entidad, a su clientela o al público en general. La adquisición de estos bienes denota el propósito de utilizarlos y no de venderlos en el curso normal de las operaciones de la entidad. (Góngora, 2019, pág. 03)

Tabla 46

Muebles

Ítem	Cantidad
Perchas	6
Pallets para Mercadería	4
Transpaleta manual	1
Exhibidores	3

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

4.03.05 Equipos.

“Un equipo, por otra parte, es un conjunto de personas o cosas que está organizado para cumplir con un objetivo determinado. Cada integrante del equipo tiene una función y satisface una cierta necesidad.” (Pérez & Gardey, 2012, pág. 02)

Tabla 47

Equipos

Ítem	Cantidad
Escritorios	3
PC`s	3
Impresora	1
Archivador	2
Teléfono	2
Silla	3
Sillón sala de Espera	1

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

4.03.05 Vehículos.

“Cuenta real de activo no circulante. Son los vehículos que tiene la empresa para usos diferentes al reparto de mercancía y traslados varios.” (Hernández, 2005, pág. 01).

Tabla 48
Vehículos

Ítem	Cantidad
Vehículo (Moto)	2

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

CAPÍTULO V

5. Estudio financiero

5.01 Ingresos

“En sentido económico, los ingresos son los caudales que entran en poder de una persona o de una organización. Un sujeto puede recibir ingresos (dinero) por su actividad laboral, comercial o productiva”. (Pérez & Merino, 2010, pág. 01).

5.01.01 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa.

Por lo general, toda empresa esta dedicada a uno o más actividades económicas principales, y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales. (Mora, 2013, pág. 05)

Tabla 49
Ingresos Operacionales

Producto	Suavizantes	Detergentes	Desinfectantes	Jabón de tocador	Jabón para ropa	Lavavajillas	Quitamanchas
Cantidad	2496	2112	6720	4032	6336	6720	2304
Precio	\$ 2.84	\$ 2.50	\$ 1.85	\$ 2.29	\$ 0.80	\$ 1.60	\$ 1.39
Ingresos Operacionales	\$ 7,088.64	\$ 5,278.38	\$ 12,448.80	\$ 9,228.80	\$ 5,096.96	\$ 10,752.00	\$ 3,197.44
Ingreso Total primer Año	\$ 53,091.02						

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Los ingresos operacionales de la microempresa están comprendidos por la venta de los productos que se comercializarán como son: detergentes, lavavajillas, jabón de tocador y de ropa, quitamanchas, suavizantes y desinfectantes.

5.01.02 Ingresos no Operacionales

“Registra el valor de los ingresos obtenidos por el ente económico en la venta ocasional de ciertos bienes que no corresponden propiamente al desarrollo ordinario de sus operaciones” (Suarez, 2009, pág. 01).

5.02 Costos

“Es el dinero que una empresa invierte para la producción de algún artículo o prestación de algún servicio.” (Porporatto, 2015, pág. 02)

5.02.01 Costo de Ventas

Se puede determinar al costo de venta como la inversión en materia prima o productos que realiza un negocio para su comercialización, para satisfacer a las necesidades de los clientes, con el fin de obtener un beneficio económico a través de realiza su venta.

Estimando que el presente proyecto tiene como objetivo ofrecer al público variedad, calidad y precio se hace un estudio de mercado, estimando las preferencias y productos de mayor consumo para entregar al cliente las mejores marcas, siempre estimando que estén al alcance de la economía de la población.

Tabla 500
Costo de Ventas (Jabón de Tocado)

Productos	Costos Adquisición Unitario	
Jabon Jolly Citrus 300gr	\$	1.00
Jabon Jolly Floral 300gr	\$	1.00
Jabon Jolly Herbal 300gr	\$	1.00
Jabon Palmolive Granada 3x120g	\$	1.15
Jabon Protex Omega3 3x110g Co01136a	\$	1.75
Jabon Protex Omega3 3x110g Co01136a	\$	1.50
Jabon Protex Fresh Antibacterial 3x110g	\$	1.50
Jabon Protex Fresh Antibacterial 3x110g	\$	1.60
Jabon Protex Fresh Antibacterial 3x110g	\$	1.05
Promedio	\$	1.28

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Tabla 51
Costo De Ventas (Suavizantes)

Productos	Costos Adquisición Unitario
Suavizante Suavitel Rosa Y Canela 430ml	\$ 0.65
Suavizante Suavitel Manzana Y Frutos Rojos 430ml	\$ 0.65
Suavizante Perla Serenidad 400ml	\$ 0.65
Suavizante Cierto Doy Pack 1lt	\$ 1.25
Suavizante Suavitel Fresca Primavera 900ml	\$ 1.50
Suavizante Cierto Lavanda 1000ml	\$ 1.50
Suavizante Suavitel Fresca Promavera 1000ml	\$ 2.20
Suavizante Perla Ternura 2lt	\$ 2.80
Suavizante Perla Armonia 2lt	\$ 2.80
Suavizante Perla Serenidad 2lt	\$ 2.80
Promedio	\$ 1.68

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Tabla 512
Costo de Ventas (Lavavajillas)

Productos	Costos Adquisición Unitario
Lavavajilla Lava 1000 Verde	\$ 1.50
Lavavajilla Lava 1000gr Rosado	\$ 1.50
Lavavajilla Lava 250gr Rosado	\$ 0.40
Lavavajilla Lava 250gr Verde	\$ 0.40
Lavavajilla Lava 500 Rosado	\$ 0.75
Lavavajilla Lava 500 Verde	\$ 0.75
Lavavajilla Lava Avena 12x1000gr	\$ 1.50
Lavavajilla Lava Avena 36x250gr	\$ 0.50
Lavavajilla Lava Avena 500gr	\$ 0.80
Lavavajilla Axion Crema Limon 500g	\$ 0.80
Axion Aloe Crema 235gr	\$ 0.42
Axion Crema Limon 235gr	\$ 0.42
Axion Avena Y Vit E Crema 450 Gr	\$ 0.95
Axion Avena Y Vit E Crema 450 Gr	\$ 1.60
Promedio	\$ 0.88

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Tabla 53
Costo de Ventas (Detergentes)

Productos	Costos Adquisición Unitario
Detergente Ciclon Oxy 200gr	\$ 0.50
Detergente Ciclon Oxy 600gr	\$ 1.10
Detergente Ciclon Floral 200gr	\$ 0.50
Detergente Ciclon Frutal 200gr	\$ 0.50
Detergente Ciclon Frutal 600gr	\$ 1.10
Detergente Ciclon Limon 200gr	\$ 0.50
Detergente El Macho Floral 900gr	\$ 1.50
Detergente Cierto Brisas 360gr	\$ 0.50
Detergente Cierto Floral 1900gr	\$ 3.50
Detergente Cierto Brisas 1900gr	\$ 3.50
Detergente Deja Multiaccion 1kg	\$ 1.95
Detergente Deja Multiaccion 350gr	\$ 0.60
Detergente Deja Floral 2kg	\$ 3.50
Promedio	\$ 1.48

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Tabla 524
Costo de Ventas (Desinfectantes)

Productos	Costos Adquisición Unitario
Desinfectante Olimpia Eucalipto 1800ml	\$ 2.25
Desinfectante Olimpia Manzana 1800ml	\$ 2.25
Desinfectante Olimpia Campina 450ml	\$ 0.60
Desinfectante Olimpia Eucalipto 450ml	\$ 0.60
Desinfectante Olimpia Canela 900ml	\$ 0.95
Desinfectante Estrella Lavanda 450ml	\$ 0.75
Desinfectante Fabuloso Manzana 1lt	\$ 1.10
Desinfectante Fabuloso Bebe 1lt	\$ 1.10
Desinfectante Fabuloso Lavanda 500ml	\$ 0.70
Desinfectante Fabuloso Manzana 500ml	\$ 0.70
Desinfectante Estrella Lavanda 450ml	\$ 0.70
Desinfectante Estrella Lavanda 750ml	\$ 0.90
Promedio	\$ 1.05

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Tabla 55
Costos de Ventas (Jabón para ropa)

Productos	Costos Adquisición Unitario
Jabon Perla Bebe Celeste	\$ 0.35
Jabon Perla Blanco	\$ 0.30
Jabon Barra Macho 480gr Blco Suppigante	\$ 0.55
Lavatodo Azul 240 Gr	\$ 0.30
Lavatodo Floral 500gr	\$ 0.70
Lavatodo Limon 245 G	\$ 0.40
Lavatodo Naranja De 500gr	\$ 0.70
Lavatodo Naranja Mandarina 250gr	\$ 0.40
Jabon Macho Grande Azul 510107	\$ 0.30
Promedio	\$ 0.44

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Tabla 56
Costo de Ventas (Quitamanchas)

Productos	Costos Adquisición Unitario
Ultra Quitamanchas Blanco 180 Gr 90 Gr	\$ 1.05
Ultra Quitamanchas Blanco 180 Gr 90 Gr	\$ 1.05
Cloro Gel Estrella 1000 MI	\$ 1.15
Cloro Original El Macho 12x 1000ml	\$ 0.70
Cloro Original El Macho 24 X500ml	\$ 0.35
Clorox Ropa Blancos 1lt	\$ 1.65
Clorox Ropa Blancos 450	\$ 0.80
Clorox Ropa Blancos Sach 150cc	\$ 0.30
Clorox Jumbo Pureza Citr Sachet 270ml	\$ 0.18
Promedio	\$ 0.80

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Ya establecidos los costos de ventas se puede determinar y establecer los precios de ventas al público, los cuales son:

Tabla 53
Fijación de precios.

Productos	Pvp
Suavizante Suavitel Rosa Y Canela 430ml	1,25
Suavizante Suavitel Manzana Y Frutos Rojos 430ml	1,25
Suavizante Perla Serenidad 400ml	1,25
Suavizante Cierta Doy Pack 1lt	2,25
Suavizante Suavitel Fresca Primavera 900ml	2,50
Suavizante Cierta Lavanda 1000ml	2,50
Suavizante Suavitel Fresca Primavera 1000ml	3,90

Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de suministros de limpieza para hogares y oficinas con servicio de entrega a domicilio, ubicado en la Parroquia El Condado, Provincia de Pichincha, año 2019.

Suavizante Perla Ternura 2lt	4,50
Suavizante Perla Armonia 2lt	4,50
Suavizante Perla Serenidad 2lt	4,50
Detergente Ciclon Oxy 200gr	1,00
Detergente Ciclon Oxy 600gr	1,80
Detergente Ciclon Floral 200gr	1,00
Detergente Ciclon Frutal 200gr	1,10
Detergente Ciclon Frutal 600gr	1,80
Detergente Ciclon Limon 200gr	0,80
Detergente El Macho Floral 900gr	2,50
Detergente Cierto Brisas 360gr	0,99
Detergente Cierto Floral 1900gr	5,75
Detergente Cierto Brisas 1900gr	5,75
Detergente Deja Multiaccion 1kg	3,25
Detergente Deja Multiaccion 350gr	1,00
Detergente Deja Floral 2kg	5,75
Desinfectante Olimpia Eucalipto 1800ml	3,75
Desinfectante Olimpia Manzana 1800ml	3,75
Desinfectante Olimpia Campina 450ml	1,25
Desinfectante Olimpia Eucalipto 450ml	1,25
Desinfectante Olimpia Canela 900ml	1,75
Desinfectante Estrella Lavanda 450ml	1,25
Desinfectante Fabuloso Manzana 1lt	1,99
Desinfectante Fabuloso Bebe 1lt	1,99
Desinfectante Fabuloso Lavanda 500ml	1,25
Desinfectante Fabuloso Manzana 500ml	1,25
Desinfectante Estrella Lavanda 450ml	1,25
Desinfectante Estrella Lavanda 750ml	1,5
Jabon Jolly Citrus 300gr	1,9
Jabon Jolly Floral 300gr	1,9
Jabon Jolly Herbal 300gr	1,9
Jabon Palmolive Granada 3x120g	2,25
Jabon Protex Omega3 3x110g Co01136a	3,15
Jabon Protex Omega3 3x110g Co01136a	2,5
Jabon Protex Fresh Antibacterial 3x110g	2,5
Jabon Protex Fresh Antibacterial 3x110g	2,75
Jabon Protex Fresh Antibacterial 3x110g	1,75
Jabon Perla Bebe Celeste	0,65
Jabon Perla Blanco	0,6
Jabon Barra Macho 480gr Blco Supgigante	0,99
Lavatodo Azul 240 Gr	0,5
Lavatodo Floral 500gr	1,25
Lavatodo Limon 245 G	0,65
Lavatodo Naranja De 500gr	1,25
Lavatodo Naranja Mandarina 250gr	0,75
Jabon Macho Grande Azul 510107	0,6

Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de suministros de limpieza para hogares y oficinas con servicio de entrega a domicilio, ubicado en la Parroquia El Condado, Provincia de Pichincha, año 2019.

Lavavajilla Lava 1000 Verde	2,5
Lavavajilla Lava 1000gr Rosado	2,5
Lavavajilla Lava 250gr Rosado	0,99
Lavavajilla Lava 250gr Verde	0,99
Lavavajilla Lava 500 Rosado	1,4
Lavavajilla Lava 500 Verde	1,4
Lavavajilla Lava Avena 12x1000gr	2,5
Lavavajilla Lava Avena 36x250gr	0,99
Lavavajilla Lava Avena 500gr	1,5
Lavavajilla Axion Crema Limon 500g	1,5
Axion Aloe Crema 235gr	0,99
Axion Crema Limon 235gr	0,99
Axion Avena Y Vit E Crema 450 Gr	1,5
Axion Avena Y Vit E Crema 450 Gr	2,65
Ultra Quitamanchas Blanco 180 Gr 90 Gr	1,80
Ultra Quitamanchas Blanco 180 Gr 90 Gr	1,80
Cloro Gel Estrella 1000 Ml	1,99
Cloro Original El Macho 12x 1000ml	1,25
Cloro Original El Macho 24 X500ml	0,75
Clorox Ropa Blancos 1lt	2,50
Clorox Ropa Blancos 450	1,50
Clorox Ropa Blancos Sach 150cc	0,50
Clorox Jumbo Pureza Citr Sachet 270ml	0,40

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

5.02.02 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas. Estos gastos están relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual. Los salarios de los altos ejecutivos y los costos de los servicios generales como la contabilidad son ejemplos de gastos administrativos. (Riquelme , 2017, pág. 13).

Tabla 54

Gastos Administrativos

Periodo	Gasto Administrativo Anual
2020	\$ 11,377.96
2021	\$ 11,565.70
2022	\$ 11,756.53
2023	\$ 11,950.51
2024	\$ 12,147.70

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Como gastos administrativos se consideraron:

- Sueldo administrativos, en este rubro se estima el sueldo de administrador
- Gasto de arriendo, se estima el arriendo del local en el cual va a funcionar la microempresa
- Gasto de Servicios Básicos, este rubro está conformado por consumo de energía eléctrica, agua potable, teléfono e internet.
- Gasto Suministros, se conforma por consumos de papelería y suministros de limpieza para mantenimiento de la microempresa.

5.02.03 Gastos de Ventas

“Son todos los gastos que tienen relación directa con la promoción, realización y desarrollo del volumen de las ventas”. (Lara, 2009, pág. 02)

Tabla 55
Gasto de Ventas

Periodo	Gasto De Ventas Anual
2020	\$ 6,970.23
2021	\$ 7,085.24
2022	\$ 7,202.14
2023	\$ 7,320.98
2024	\$ 7,441.77

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Como rubro de ventas se puede considerar a los siguientes gastos:

- Gasto Sueldo Ventas, este rubro está conformado el sueldo del transportista, mismo que se estima que deberá realizar las ventas de los productos.
- Gasto Publicidad, este rubro está conformado por la realización de publicidad como es: volantes y catálogo de productos.

5.02.04 Gastos Financieros

“Se entiende como gastos financieros todos aquellos en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas.” (Buján, 2014).

Se procede a realizar un estudio de mercado de las instituciones financieras para determinar el mejor interés para poder realizar el préstamo, se presenta a continuación el detalle de las instituciones financieras y sus tasas de interés activas.

Tabla 56
Instituciones Financieras

Instituciones	Tasa De Interés
Cooperativa Atuntaqui	22.00%
Cooperativa Alianza Del Valle	20.50%
Banco Pichincha	25.33%
Banco Internacional	21.00%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Analizando el interés de las instituciones financiera se llega a determinar que el mejor interés mantiene la Cooperativa Alianza del Valle con un 20,50% de interés anual, mismo que beneficia a la microempresa a economizar al momento de recurrir al financiamiento.

5.02.05 Costos Fijos

“Son aquellos que permanecen constantes dentro de un período determinado, sin importar si cambia el volumen de producción. Como ejemplo de ellos están: depreciación por medio de línea recta, arrendamiento de la planta, sueldo de jefe de producción.” (Rojas Medina, 2007, pág. 11).

Tabla 57
Costos Fijos

Gastos		Valores
Gastos Administrativos	\$	11,377.96
Gastos De Ventas (Parte Fija)	\$	6,970.23
Total Costos Fijos	\$	18,348.19

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

5.02.06 Costos Variables

“Son aquellos que cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado.” (Roja Medina , 2007, pág. 11).

Tabla 58
Costos Variables

Productos	Costos Adquisición Unitario
SUAVIZANTE SUAVITEL ROSA Y CANELA 430ML	0,65
SUAVIZANTE SUAVITEL MANZANA Y FRUTOS ROJOS 430ML	0,65
SUAVIZANTE PERLA SERENIDAD 400ML	0,65
SUAVIZANTE CIERTO DOY PACK 1LT	1,25
SUAVIZANTE SUAVITEL FRESCA PRIMAVERA 900ML	1,5
SUAVIZANTE CIERTO LAVANDA 1000ML	1,5
SUAVIZANTE SUAVITEL FRESCA PROMAVERA 1000ML	2,2
SUAVIZANTE PERLA TERNURA 2LT	2,8
SUAVIZANTE PERLA ARMONIA 2LT	2,8
SUAVIZANTE PERLA SERENIDAD 2LT	2,8
DETERGENTE CICLON OXY 200GR	0,5
DETERGENTE CICLON OXY 600GR	1,1
DETERGENTE CICLON FLORAL 200GR	0,5
DETERGENTE CICLON FRUTAL 200GR	0,5
DETERGENTE CICLON FRUTAL 600GR	1,1
DETERGENTE CICLON LIMON 200GR	0,5
DETERGENTE EL MACHO FLORAL 900GR	1,5
DETERGENTE CIERTO BRISAS 360GR	0,5
DETERGENTE CIERTO FLORAL 1900GR	3,5
DETERGENTE CIERTO BRISAS 1900GR	3,5
DETERGENTE DEJA MULTIACCION 1KG	1,95
DETERGENTE DEJA MULTIACCION 350GR	0,6
DETERGENTE DEJA FLORAL 2KG	3,5
DESINFECTANTE OLIMPIA EUCALIPTO 1800ML	2,25
DESINFECTANTE OLIMPIA MANZANA 1800ML	2,25
DESINFECTANTE OLIMPIA CAMPINA 450ML	0,6
DESINFECTANTE OLIMPIA EUCALIPTO 450ML	0,6

DESINFECTANTE OLIMPIA CANELA 900ML	0,95
DESINFECTANTE ESTRELLA LAVANDA 450ML	0,75
DESINFECTANTE FABULOSO MANZANA 1LT	1,1
DESINFECTANTE FABULOSO BEBE 1LT	1,1
DESINFECTANTE FABULOSO LAVANDA 500ML	0,7
DESINFECTANTE FABULOSO MANZANA 500ML	0,7
DESINFECTANTE ESTRELLA LAVANDA 450ML	0,7
DESINFECTANTE ESTRELLA LAVANDA 750ML	0,9
JABON JOLLY CITRUS 300GR	1
JABON JOLLY FLORAL 300GR	1
JABON JOLLY HERBAL 300GR	1
JABON PALMOLIVE GRANADA 3X120G	1,15
JABON PROTEX OMEGA3 3X110G CO01136A	1,75
JABON PROTEX OMEGA3 3X110G CO01136A	1,5
JABON PROTEX FRESH ANTIBACTERIAL 3X110G	1,05
JABON PERLA BEBE CELESTE	0,35
JABON PERLA BLANCO	0,3
JABON BARRA MACHO 480GR BLCO SUPGIGANTE	0,55
LAVATODO AZUL 240 GR	0,3
LAVATODO FLORAL 500GR	0,7
LAVATODO LIMON 245 G	0,4
LAVATODO NARANJA DE 500GR	0,7
LAVATODO NARANJA MANDARINA 250GR	0,4
JABON MACHO GRANDE AZUL 510107	0,3
LAVAVAJILLA LAVA 1000 VERDE	1,5
LAVAVAJILLA LAVA 1000GR ROSADO	1,5
LAVAVAJILLA LAVA AVENA 12X1000GR	1,5
LAVAVAJILLA LAVA AVENA 36X250GR	0,5
LAVAVAJILLA LAVA AVENA 500GR	0,8
LAVAVAJILLA AXION CREMA LIMON 500G	0,8
AXION ALOE CREMA 235GR	0,42
AXION CREMA LIMON 235GR	0,42
AXION AVENA Y VIT E CREMA 450 GR	0,95
AXION AVENA Y VIT E CREMA 450 GR	1,6
ULTRA QUITAMANCHAS BLANCO 180 GR 90 GR	1,05
ULTRA QUITAMANCHAS BLANCO 180 GR 90 GR	1,05
COLORO GEL ESTRELLA 1000 ML	1,15
COLORO ORIGINAL EL MACHO 12X 1000ML	0,7
COLORO ORIGINAL EL MACHO 24 X500ML	0,35
COLOROX ROPA BLANCOS 1LT	1,65
COLOROX ROPA BLANCOS 450	0,8
COLOROX ROPA BLANCOS SACH 150CC	0,3
COLOROX JUMBO PUREZA CITR SACHET 270ML	0,18

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de suministros de limpieza para hogares y oficinas con servicio de entrega a domicilio, ubicado en la Parroquia El Condado, Provincia de Pichincha, año 2019.

Al ser una microempresa dedicada a la comercialización de suministros de limpieza los costos variables se pueden determinar que son todos los productos que el negocio adquiriera para vender al público en general.

5.03 Inversiones

“Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias.” (Bembibre V. , 2009, pág. 01)

5.03.01 Inversión Fija

“Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un años y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.” (Bautista, 2011, pág. 05)

5.03.02 Activos Fijos

Hace referencia a aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. Se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales, equipamiento, herramientas y utensilios con los que no se va a comercializar, es decir, que no se van a convertir en líquido al menos durante el primer año. (Visiers, 2017, pág. 03).

Tabla 59
Activos Fijos

Activos	Costo Total
Maquinarias	\$ 350.00
Muebles Y Enseres	\$ 1,989.00
Equipos De Computación	\$ 1,348.50
Vehículo	\$ 3,200.00
Total	\$ 6,887.50

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

Al establecer la microempresa se considera unos activos fijos de \$ 6887.50, mismos que en el transcurso del tiempo se estima que sufren desgaste por su utilización, a cambio de generar los ingresos.

5.03.03 Activos Nominales (diferidos)

Estas inversiones se realizan en bienes y servicio intangibles que son indispensables del proyecto o empresa, pero no intervienen directamente en la producción. Por ser intangibles, a diferencia de las inversiones fijas, están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo. (Bautista, 2011, pág. 10).

Tabla 60
Activos Nominales

Activos	Valor
Gastos Constitución	\$ 200.00
Permisos	\$ 120.00
Consultorías	\$ 100.00
Total	\$ 420.00

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Como activos nominales se considera un valor de \$420.00, los cuales están englobados los permisos como: La LUAE, Permiso de Funcionamiento de los Bomberos, por no ser un bien tangible sufren desgaste a través de la amortización.

5.03.04 Capital de Trabajo.

“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año.” (Ynfante T., 2009, pág. 01)

Tabla 61
Capital de Trabajo

Detalle	Valor
Costo De Producción	\$ 30,117.14
Gasto Administrativo	\$ 11,377.96
Gasto De Ventas	\$ 6,970.23
Capital De Trabajo Anual	\$ 48,465.33
Días Del Año	\$ 360.00
Capital Trabajo Diario	\$ 134.63
Días De Desfase	\$ 30.00
Capital De Trabajo Real	\$ 4,038.78

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

El Capital de Trabajo estimado para el proyecto es de \$ 4038,78 mismos que están estimado para el funcionamiento de un mes de la microempresa, tiempo en el cual se estima ya ejercer sus actividades de ventas para poder financiar su funcionamiento para un futuro.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

“Las fuentes de financiación serán las vías que utilice la empresa para conseguir fondos. Para que la empresa pueda mantener una estructura económica, es decir, sus bienes y derechos, serán necesario unos recursos financieros.” (López D. , 2018, pág. 19).

Tabla 62
Financiamiento

Fuente	Aporte	Participación
Capital Propio	\$ 6,346.28	56%
Financiado	\$ 5,000.00	44%
Total	\$ 11,346.28	100%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

En el presente proyecto se estima tener una inversión propia del 56% del Capital de Trabajo, siendo necesario acudir a un préstamo con una institución financiera por

\$ 5000.00 el cual se pretende realizar para cubrir el Capital de Trabajo Real para establecer el negocio, mismo que se estima financiarlo a 48 meses plazo, accediendo la institución financiera que tenga el interés más bajos del mercado.

5.03.06 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización).

La amortización financiera se refiere a reintegrar un capital, generalmente un pasivo (un préstamo por ejemplo), a través de la distribución de pagos en el tiempo. Aunque también se puede acordar el pago de todo el préstamo de una sola vez. (Pedrosa, 2018).

❖ **Método Alemán** se caracteriza por pagar los tipos de interés de manera anticipada en cada cuota. Cabe destacar que los tipos de interés a pagar se calculan sobre el saldo pendiente de pagar, el cual va disminuyendo paulatinamente a lo largo del tiempo.

Se presenta las condiciones de financiamiento que se tendrá en el proyecto.

Tabla 63

Condiciones de Financiamiento

Condiciones	Valor
Capital	\$ 5,000.00
Plazo	48
Tasa	20.50%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Estableciendo el capital y el porcentaje de interés se realiza la tabla de amortización la cual está hecha en base al método alemán, se escoge este sistema de amortización porque se puede observar que se paga un valor menos por intereses al final del crédito, esto hace que se optimice recurso para la microempresa, misma que se presenta a continuación.

Tabla 64
Amortización Método Alemán

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Devol. Capital	Saldo Final
0	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 5,000.00
1	\$ 5,000.00	\$ 85.42	\$ 189.58	\$ 104.17	\$ 4,895.83
2	\$ 4,895.83	\$ 83.64	\$ 187.80	\$ 104.17	\$ 4,791.67
3	\$ 4,791.67	\$ 81.86	\$ 186.02	\$ 104.17	\$ 4,687.50
4	\$ 4,687.50	\$ 80.08	\$ 184.24	\$ 104.17	\$ 4,583.33
5	\$ 4,583.33	\$ 78.30	\$ 182.47	\$ 104.17	\$ 4,479.17
6	\$ 4,479.17	\$ 76.52	\$ 180.69	\$ 104.17	\$ 4,375.00
7	\$ 4,375.00	\$ 74.74	\$ 178.91	\$ 104.17	\$ 4,270.83
8	\$ 4,270.83	\$ 72.96	\$ 177.13	\$ 104.17	\$ 4,166.67
9	\$ 4,166.67	\$ 71.18	\$ 175.35	\$ 104.17	\$ 4,062.50
10	\$ 4,062.50	\$ 69.40	\$ 173.57	\$ 104.17	\$ 3,958.33
11	\$ 3,958.33	\$ 67.62	\$ 171.79	\$ 104.17	\$ 3,854.17
12	\$ 3,854.17	\$ 65.84	\$ 170.01	\$ 104.17	\$ 3,750.00
13	\$ 3,750.00	\$ 64.06	\$ 168.23	\$ 104.17	\$ 3,645.83
14	\$ 3,645.83	\$ 62.28	\$ 166.45	\$ 104.17	\$ 3,541.67
15	\$ 3,541.67	\$ 60.50	\$ 164.67	\$ 104.17	\$ 3,437.50
16	\$ 3,437.50	\$ 58.72	\$ 162.89	\$ 104.17	\$ 3,333.33
17	\$ 3,333.33	\$ 56.94	\$ 161.11	\$ 104.17	\$ 3,229.17
18	\$ 3,229.17	\$ 55.16	\$ 159.33	\$ 104.17	\$ 3,125.00
19	\$ 3,125.00	\$ 53.39	\$ 157.55	\$ 104.17	\$ 3,020.83
20	\$ 3,020.83	\$ 51.61	\$ 155.77	\$ 104.17	\$ 2,916.67
21	\$ 2,916.67	\$ 49.83	\$ 153.99	\$ 104.17	\$ 2,812.50
22	\$ 2,812.50	\$ 48.05	\$ 152.21	\$ 104.17	\$ 2,708.33
23	\$ 2,708.33	\$ 46.27	\$ 150.43	\$ 104.17	\$ 2,604.17
24	\$ 2,604.17	\$ 44.49	\$ 148.65	\$ 104.17	\$ 2,500.00
25	\$ 2,500.00	\$ 42.71	\$ 146.88	\$ 104.17	\$ 2,395.83
26	\$ 2,395.83	\$ 40.93	\$ 145.10	\$ 104.17	\$ 2,291.67
27	\$ 2,291.67	\$ 39.15	\$ 143.32	\$ 104.17	\$ 2,187.50
28	\$ 2,187.50	\$ 37.37	\$ 141.54	\$ 104.17	\$ 2,083.33
29	\$ 2,083.33	\$ 35.59	\$ 139.76	\$ 104.17	\$ 1,979.17
30	\$ 1,979.17	\$ 33.81	\$ 137.98	\$ 104.17	\$ 1,875.00
31	\$ 1,875.00	\$ 32.03	\$ 136.20	\$ 104.17	\$ 1,770.83
32	\$ 1,770.83	\$ 30.25	\$ 134.42	\$ 104.17	\$ 1,666.67
33	\$ 1,666.67	\$ 28.47	\$ 132.64	\$ 104.17	\$ 1,562.50
34	\$ 1,562.50	\$ 26.69	\$ 130.86	\$ 104.17	\$ 1,458.33
35	\$ 1,458.33	\$ 24.91	\$ 129.08	\$ 104.17	\$ 1,354.17
36	\$ 1,354.17	\$ 23.13	\$ 127.30	\$ 104.17	\$ 1,250.00
37	\$ 1,250.00	\$ 21.35	\$ 125.52	\$ 104.17	\$ 1,145.83
38	\$ 1,145.83	\$ 19.57	\$ 123.74	\$ 104.17	\$ 1,041.67
39	\$ 1,041.67	\$ 17.80	\$ 121.96	\$ 104.17	\$ 937.50
40	\$ 937.50	\$ 16.02	\$ 120.18	\$ 104.17	\$ 833.33
41	\$ 833.33	\$ 14.24	\$ 118.40	\$ 104.17	\$ 729.17
42	\$ 729.17	\$ 12.46	\$ 116.62	\$ 104.17	\$ 625.00

43	\$ 625.00	\$ 10.68	\$ 114.84	\$ 104.17	\$ 520.83
44	\$ 520.83	\$ 8.90	\$ 113.06	\$ 104.17	\$ 416.67
45	\$ 416.67	\$ 7.12	\$ 111.28	\$ 104.17	\$ 312.50
46	\$ 312.50	\$ 5.34	\$ 109.51	\$ 104.17	\$ 208.33
47	\$ 208.33	\$ 3.56	\$ 107.73	\$ 104.17	\$ 104.17
48	\$ 104.17	\$ 1.78	\$ 105.95	\$ 104.17	\$ 0.00

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

- **Método Francés.** El sistema de amortización francés es aquel que se caracteriza por ser un sistema de amortización de cuotas constantes.

Para lo cual se anexa la tabla de amortización con método Francés. ANEXO 4

5.03.07 Depreciaciones (tabla de depreciación).

“La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo.” (Vásquez, 2016, pág. 26).

Tabla 65

Depreciaciones

Activos	Vida Útil	Costo Total	2020	2021	2022	2023	2024
Maquinarias	10	350.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00
Muebles Y Enseres	10	1,989.00	198.90	198.90	198.90	198.90	198.90
Equipos De Computación	3	1,348.50	449.50	449.50	449.50	0.00	0.00
Vehículo	5	3,200.00	640.00	640.00	640.00	640.00	640.00
TOTAL		6,887.50	1,323.40	1,323.40	1,323.40	873.90	873.90

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

5.03.08 Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial de puede entender con un registro contable en el cual se establece el Activo, Pasivo y Patrimonio con el cual la microempresa inicia sus operaciones.

Tabla 66
Estado De Situación Inicial

Empresa Sumilimp	
Estado De Situación Inicial	
Al 31 De Diciembre De 2019	
Caja	\$ 4,038.78
Total Activos Corrientes	\$ 4,038.78
Maquinaria	\$ 350.00
Depreciación Acumulada Maquinaria	\$ 0.00
Muebles y Enseres	\$ 1,989.00
Depreciación Acumulada Muebles y Enseres	\$ 0.00
Equipos De Computo	\$ 1,348.50
Depreciación Acumulada Equipos Computo	\$ 0.00
Vehículos	\$ 3,200.00
Depreciación Acumulada Vehículos	\$ 0.00
Total Activos Fijos	\$ 6,887.50
Gasto Constitución	\$ 420.00
Amortización Acumulada Gasto Constitucional	\$ 0.00
Total Activos Diferidos	\$ 420.00
Total Activos	\$ 11,346.28
Deuda Bancaria	\$ 5,000.00
Total Pasivo	\$ 5,000.00
Capital	\$ 6,346.28
Utilidad Retenida	\$ 0.00
Total Patrimonio	\$ 6,346.28
Total Pasivo + Total Patrimonio	\$ 11,346.28

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).

El Estado de resultados es uno de los estados financieros básicos e importantes que se elaboran en el sistema contable, el cual muestra cuánto se perdió o cuánto se ganó en un período de tiempo determinado, es decir el resultado del ejercicio. De esta manera podemos darnos cuenta como operó la empresa durante el periodo y como obtuvo sus resultados positivos o negativos. (Duque, 2017, pág. 08).

Tabla 67
Estado de Resultados Proyectado

Empresa Sumilimp					
Estado De Resultados Proyectado					
Del 2020 Al 2024					
	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	\$ 53,091.02	\$ 53,967.02	\$ 54,857.47	\$ 55,762.62	\$ 56,682.70
Costo De Producción	\$ 30,117.14	\$ 30,614.08	\$ 31,119.21	\$ 31,632.68	\$ 32,154.62
Utilidad Bruta	\$ 22,973.87	\$ 23,352.94	\$ 23,738.26	\$ 24,129.94	\$ 24,528.09
Gasto Administrativo	\$ 11,377.96	\$ 11,565.70	\$ 11,756.53	\$ 11,950.51	\$ 12,147.70
Gasto De Ventas	\$ 6,970.23	\$ 7,085.24	\$ 7,202.14	\$ 7,320.98	\$ 7,441.77
Depreciación	\$ 1,323.40	\$ 1,323.40	\$ 1,323.40	\$ 873.90	\$ 873.90
Amortización	\$ 84.00	\$ 84.00	\$ 84.00	\$ 84.00	\$ 84.00
Utilidad Operativa	\$ 3,218.28	\$ 3,294.61	\$ 3,372.19	\$ 3,900.55	\$ 3,980.72
Gasto Interés	\$ 907.55	\$ 651.30	\$ 395.05	\$ 138.80	\$ 0.00
Utilidad Antes De Participación Trabajadores	\$ 2,310.73	\$ 2,643.30	\$ 2,977.14	\$ 3,761.75	\$ 3,980.72
Impuestos 15%	\$ 346.61	\$ 396.50	\$ 446.57	\$ 564.26	\$ 597.11
Utilidad Antes De Participación I.R.	\$ 1,964.12	\$ 2,246.81	\$ 2,530.57	\$ 3,197.49	\$ 3,383.61
Impuesto A La Renta P.N.N.O.C	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Utilidad Neta	\$ 1,964.12	\$ 2,246.81	\$ 2,530.57	\$ 3,197.49	\$ 3,383.61

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

En el estado de Resultado Proyectado se puede observar, los ingresos, gastos y costos que la microempresa tendrá en tiempo determinado, así como también las ganancias que se pretenden obtener en el transcurso de los 5 años futuros.

5.03.10 Flujo Caja

“El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado.” (Kiziryán, 2018).

Tabla 68
Flujo de Caja

EMPRESA SUMILIMP						
FLUJO DE CAJA						
DEL 2019 AL 2024						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Utilidad Operativa	\$ 0.00	\$ 3,218.28	\$ 3,294.61	\$ 3,372.19	\$ 3,900.55	\$ 3,980.72
+ Depreciaciones	\$ 0.00	\$ 1,323.40	\$ 1,323.40	\$ 1,323.40	\$ 873.90	\$ 873.90
+ Amortizaciones	\$ 0.00	\$ 84.00	\$ 84.00	\$ 84.00	\$ 84.00	\$ 84.00
- Impuestos	\$ 0.00	\$ 346.61	\$ 396.50	\$ 446.57	\$ 564.26	\$ 597.11
= Flujo De Efectivo Operacional	\$ 0.00	\$ 4,279.07	\$ 4,305.51	\$ 4,333.02	\$ 4,294.19	\$ 4,341.51
- Inversión Activos Fijos	-\$ 6,887.50	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
+ Recuperación Activos Fijos	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 3,575.43
= Total Gastos De Capital	-\$ 6,887.50	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 3,575.43
- CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 4,038.78	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Recuperación De Capital De Trabajo	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 4,038.78
= Total Capital De Trabajo	-\$ 4,038.78	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 4,038.78
- Inversión Activos Nominales	-\$ 420.00					
= Flujo De Caja Del Proyecto	-\$ 11,346.28	\$ 4,279.07	\$ 4,305.51	\$ 4,333.02	\$ 4,294.19	\$ 11,955.71
+ Préstamo	\$ 5,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
- Gasto Interés	\$ 0.00	\$ 907.55	\$ 651.30	\$ 395.05	\$ 138.80	\$ 0.00
- Devolución De Capital	\$ 0.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 0.00
= Flujo De Caja Del Inversionista	-\$ 6,346.28	\$ 2,121.52	\$ 2,404.21	\$ 2,687.97	\$ 2,905.39	\$ 11,955.71

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

El flujo de caja muestra las fluctuaciones económicas que la microempresa Sumilimp estima obtener en sus 5 años posteriores, demostrando que el ingreso generado alcanza para cubrir la deuda adquirida para establecer el negocio.

5.03.11 Balance General Proyectado.

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto). (Pérez & Merino, 2009, pág. 10).

Tabla 69
Balance General Proyectado

Empresa Sumilimp						
Balance General Proyectado						
Cuenta	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Caja	\$ 4,038.78	\$ 6,160.30	\$ 8,564.51	\$ 11,252.47	\$ 14,157.86	\$ 26,113.58
Total Activos Corrientes	\$ 4,038.78	\$ 6,160.30	\$ 8,564.51	\$ 11,252.47	\$ 14,157.86	\$ 26,113.58
Maquinaria	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 0.00
Depreciación Acum Maquina	\$ 0.00	\$ 35.00	\$ 70.00	\$ 105.00	\$ 140.00	\$ 0.00
Equipos De Muebles y Enseres	\$ 1,989.00	\$ 1,989.00	\$ 1,989.00	\$ 1,989.00	\$ 1,989.00	\$ 0.00
Depreciación Acum Muebles y Enseres	\$ 0.00	\$ 198.90	\$ 397.80	\$ 596.70	\$ 795.60	\$ 0.00
Equipos De Computo	\$ 1,348.50	\$ 1,348.50	\$ 1,348.50	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Depreciación Acum Equipos Computo	\$ 0.00	\$ 449.50	\$ 899.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Vehículos	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 0.00
Depreciación Acum Vehículos	\$ 0.00	\$ 640.00	\$ 1,280.00	\$ 1,920.00	\$ 2,560.00	\$ 0.00
Total Activos Fijos	\$ 6,887.50	\$ 5,564.10	\$ 4,240.70	\$ 2,917.30	\$ 2,043.40	\$ 0.00
Gasto Constitución	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00
Amortización Acumulada Gto Constitución	\$ 0.00	\$ 84.00	\$ 168.00	\$ 252.00	\$ 336.00	\$ 420.00
Total Activos Diferidos	\$ 420.00	\$ 336.00	\$ 252.00	\$ 168.00	\$ 84.00	\$ 0.00
Total Activos	\$ 11,346.28	\$ 12,060.40	\$ 13,057.21	\$ 14,337.77	\$ 16,285.26	\$ 26,113.58
Deuda Bancaria	\$ 5,000.00	\$ 3,750.00	\$ 2,500.00	\$ 1,250.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Total Pasivo	\$ 5,000.00	\$ 3,750.00	\$ 2,500.00	\$ 1,250.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Capital	\$ 6,346.28	\$ 6,346.28	\$ 6,346.28	\$ 6,346.28	\$ 6,346.28	\$ 6,346.28
Utilidad Retenida	\$ 0.00	\$ 1,964.12	\$ 4,210.93	\$ 6,741.50	\$ 9,938.98	\$ 19,767.30
Total Patrimonio	\$ 6,346.28	\$ 8,310.40	\$ 10,557.21	\$ 13,087.77	\$ 16,285.26	\$ 26,113.58
Total Pasivo + Total Patrimonio	\$ 11,346.28	\$ 12,060.40	\$ 13,057.21	\$ 14,337.77	\$ 16,285.26	\$ 26,113.58

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

5.04 Evaluación financiera

5.04.01 Tasa de descuento

“La tasa de descuento se utiliza para “descontar” el dinero futuro. Es muy utilizado a la hora de evaluar proyectos de inversión. Nos indica cuánto vale ahora el dinero de una fecha futura.” (Vásquez, 2019, pág. 01).

Existen dos formas de calcular la tasa de descuento, mismas que se detallan continuación.

- **TMAR (Tasa Mínima Atractiva De Retorno).**

La TMAR hace referencia al porcentaje que se espera recuperar al invertir en un determinado negocio, es por ello que se convierte en tasa mínima atractiva de retorno, este método es utilizado para proyectos nuevos que se pretenden establecer en el mercado.

- **WACC (Coste Promedio Ponderado Del Capital).**

Este método se lo utiliza en empresa ya establecidas en el mercado, es una forma de valoración de empresas, su evolución se estima todas las fuentes de financiamiento de la empresa sean estas ajenas o propias, es decir mide la variación que tiene el flujo de caja y la capacidad que tiene un negocio para cubrir sus deudas.

Al ser una microempresa nueva en el mercado la tasa de descuento que se aplica es la TMAR que a continuación se detalla:

Tabla 70

Tasa De Descuento

Factor	Porcentaje
Inflación Promedio	1,65%
Tasa De Riesgo País	6,51%
Prima De Riesgo	3%
Total	11,16%

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). (Velayos, 2017, pág. 06).

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujo de Efectivo}}{(1 + TMAR)^n} + (\text{Inversión})$$

$$VAN = \frac{2121,52}{(1 + 0,1116)^1} + \frac{2404,21}{(1 + 0,1116)^2} + \frac{2687,97}{(1 + 0,1116)^3} + \frac{2905,39}{(1 + 0,1116)^4} + \frac{11955,71}{(1 + 0,1116)^5} + (-11346,28)$$

$$VAN = \frac{2121,52}{1,11} + \frac{2404,21}{1,24} + \frac{2687,97}{1,37} + \frac{2905,39}{1,53} + \frac{11955,71}{1,70} + (-11346,28)$$

$$VAN = 1911,28 + 1938,88 + 1962,02 + 1898,95 + 7032,77 + (-11346,28)$$

$$VAN = 20345,16 + (-11346,28)$$

$$VAN = 8998,88.$$

Al determinar la VAN se puede observar que el proyecto es viable ya que el valor obtenido es mayor a cero.

5.04.04 TIR (Tasa Interna de Retorno).

“La Tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.” (Sevilla, 2017, pág. 01).

$$TIR = VAN = 0$$

$$0 = \frac{2121,52}{(1 + TIR)^1} + \frac{2404,21}{(1 + TIR)^2} + \frac{2687,97}{(1 + TIR)^3} + \frac{2905,39}{(1 + TIR)^4} + \frac{11955,71}{(1 + TIR)^5} + (-11346,28)$$

$$TIR = 34,60\%$$

Al aplicar la TIR se puede determinar que es mayor a la tasa de descuento lo cual se puede confirmar que el presente proyecto es rentable.

5.04.05 PRI (Período de recuperación de la inversión)

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

(Váquiro, 2010, pág. 01).

Tabla 71*Resumen Flujo de Caja*

Periodo	Flujo De Caja	Flujo Descontado	Flujo Acumulado
2019	-\$ 11.346,28	-\$ 11.346,28	-\$ 11.346,28
2020	\$ 4.279,07	\$ 3.849,47	-\$ 7.496,81
2021	\$ 4.305,51	\$ 3.484,40	-\$ 4.012,41
2022	\$ 4.333,02	\$ 3.154,60	-\$ 857,80
2023	\$ 4.294,19	\$ 2.812,47	\$ 1.954,66
2024	\$ 11.955,71	\$ 7.044,22	\$ 8.998,88

Fuente: Investigación Propia**Autor:** Patricia Saavedra

$$PRI = \text{AÑO ULTIMO ACUMULADO } (-) + \frac{[\text{ULTIMO FLUJO ACUMULADO } (-)]}{\text{SIGUIENTE FLUJO DESCONTADO}}$$

$$PRI = 4 + \frac{1954,66}{7044,22}$$

$$PRI = 4 + 0,27748$$

$$PRI = 4,28$$

En el periodo de recuperación de la inversión se obtuvo que se recupera la inversión realizada en el proyecto en 4 años 3 meses y 8 días, estimando que el presente proyecto tienen 5 años de vida útil se puede determinar que el proyecto es recuperable ya que el tiempo de recuperación es menor al del proyecto.

5.04.06 RBC (Relación costo beneficio)

La relación Beneficio-Coste (B/C) compara de forma directa los beneficios y los costes. Para calcular la relación (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costes también descontados. (Ucañan, 2015, pág. 01).

$$RBC = \sum \frac{FF}{(1 + TMAR)^1} + \dots \dots / Inversión$$

$$RBC = \frac{2121,52}{(1 + 0,1116)^1} + \frac{2424,21}{(1 + 0,1116)^2} + \frac{2687,97}{(1 + 0,1116)^3} + \frac{2905,39}{(1 + 0,1116)^4} + \frac{11955,71}{(1 + 0,1116)^5} / (-11346,28)$$

$$RBC = 1908,53 + 1961,88 + 1956,95 + 1902,88 + 7044,21 / (-11346,28)$$

$$RBC = \frac{14774,45}{11346,28}$$

$$RCB = 1,30$$

Realizando el cálculo de relación costo beneficio se puede identificar que por cada dólar invertido que se realice en el proyecto se obtendrá 0,30 centavos de dólar como beneficio.

5.04.06 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales (de producción y de operación); esto significa que el volumen de ventas o ingresos, igualan a los costos totales de la empresa, por lo que no se reportan utilidades, pero tampoco pérdida, como se dice coloquialmente: se quedan tablas. (Cortés, 2012).

Tabla 72
Punto de Equilibrio

Producto	Suavizantes	Detergentes	Desinfectantes	Jabón De Tocador	Jabón De Ropa	Lavavajillas	Quitamanchas	Total
Cantidad	2496.00	2112.00	6720.00	4032.00	6336.00	6720.00	2304.00	30720.00
Porcentaje	0.08	0.07	0.22	0.13	0.21	0.22	0.08	1.00
Precio Uni	2.84	2.50	1.85	2.29	0.80	1.60	1.39	
Costo Uni	1.68	1.48	1.05	1.28	0.44	0.88	0.80	
Margen Contrib	1.16	1.02	0.80	1.01	0.36	0.72	0.58	
Margen Contribu %	0.09	0.07	0.18	0.13	0.07	0.16	0.04	0.75
Costos Fijos	18348.19							
Pto Equili	24535							
Pto Equil Especi	1993	1687	5367	3221	5060	5367	1840	24535

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Para demostración del punto de equilibrio se procede hacer una tabla en donde será de comprobación para determinar que sea igual a cero donde se cruzan las líneas en la gráfica.

Tabla 73
Comprobación Punto de Equilibrio

Cantidad	Ingreso Total	Costo Venta Total	Costo Fijo	Costo Total	Util / Perdida
100.00	172.82	98.04	18348.19	18446.23	-18273.40
3000.00	5184.67	2941.13	18348.19	21289.32	-16104.65
12000.00	20738.68	11764.51	18348.19	30112.70	-9374.02
24535.00	42401.38	24053.20	18348.19	42401.38	0.00
36000.00	62216.03	35293.53	18348.19	53641.72	8574.32
45000.00	77770.04	44116.91	18348.19	62465.10	15304.94
48000.00	82954.71	47058.04	18348.19	65406.23	17548.49

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

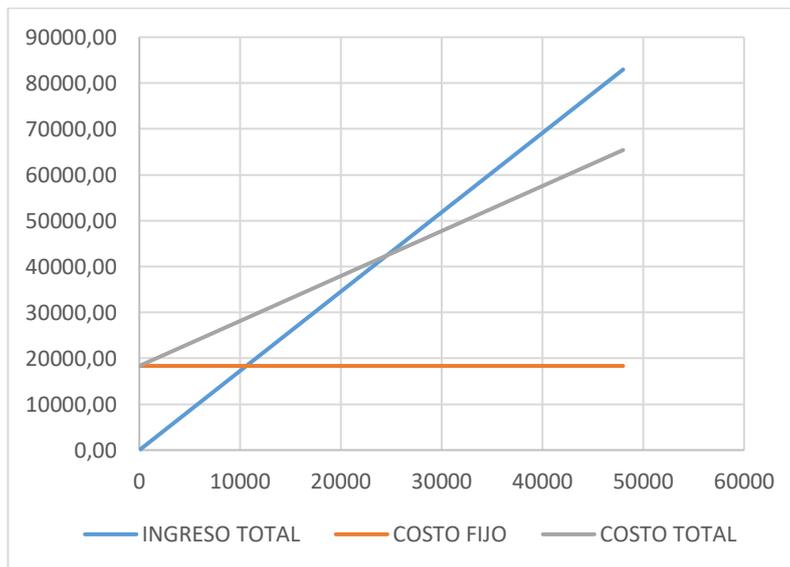


Figura 33 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

Al determinar el punto de equilibrio del presente proyectos se estima vender más que 24535 unidades para generar utilidades, ya que el punto de equilibrio muestra el cruce en donde no genera ni pérdida ni ganancia, es decir, se produce, se cubre los gastos, pero no generar utilidades para la microempresa.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

- **Relación Pasivo Activo.**

“La razón de endeudamiento es una relación financiera que indica el porcentaje de activos de una empresa que se proporciona con respecto a la deuda.” (Buján A. , 2016, pág. 01).

- **Relación Patrimonio Activo.**

También puede ser llamada razón de autonomía este indicador mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por los propietarios, está a su vez es complementaria del índice de la relación de pasivo activo, ya que su sumatoria deber ser igual a 1 o 100%.

- **Margen Bruto.**

“El margen bruto es el beneficio directo que obtiene una empresa por un bien o servicio, es decir, la diferencia entre el precio de venta (sin IVA) de un producto y su coste de producción.” (Sevilla, 2018, pág. 02)

- **Margen Operativo.**

“El beneficio neto mide la rentabilidad de las empresas después de considerar todos los costos.” (Buján A. , 2016, pág. 06)

- **Margen Neto.**

Este indicador muestra a la empresa el porcentaje de utilidad que deja a sus propietarios, es decir ya descontando los gastos que conlleva el funcionamiento de la misma.

- **ROE.**

“Este ratio mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad; es decir, el ROE trata de medir la capacidad que tiene la

empresa de remunerar a sus accionistas” (Lorenzana, ¿En qué consiste el ROE y para qué sirve?, 2014, pág. 03).

- **ROA.**

“Se utiliza para medir la eficiencia de los activos totales de la misma independientemente de las fuentes de financiación utilizadas y de la carga fiscal del país en el que la empresa desarrolla su actividad principal.” (Lorenzana, 2013, pág. 04)

Tabla 74
Índices Financieros

Indicadores	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Relación Pasivo Activo	44,07%	31,09%	19,15%	8,72%	0,00%	0,00%
Relación Patrimonio Activo	55,93%	68,91%	80,85%	91,28%	100,00%	100,00%
Margen Bruto	N/A	0,43	0,43	0,43	0,43	0,43
Margen Operativo	N/A	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07
Margen Neto	N/A	0,04	0,04	0,05	0,06	0,06
ROE	N/A	30,95%	35,40%	39,87%	50,38%	53,32%
ROA	N/A	16,29%	17,21%	17,65%	19,63%	12,96%

Fuente: *Investigación Propia*

Autor: *Patricia Saavedra*

Una vez determinado lo índices financieros se puede establecer que:

Al analizar la Relación del Pasivo con el Activo se obtiene un 44,07%, el porcentaje indica la proporción del activo que se encuentra financiado por terceros, ya sean por créditos financieros y compara a crédito.

La Relación del Patrimonio Activo muestra que por cada dólar invertido en los Activo 0,55 centavos corresponde a financiamiento propio de la microempresa.

El margen bruto se determina del cálculo de la las ventas obtenidas menos su costo de ventas y se obtienen el beneficio de la microempresa, es decir, se optime 0.43 centavos de ganancia sobre la ventas realizadas, este a su sirve para cubrir gastos administrativos, ventas y financieros.

En el margen operativo se puede determinar que para cubrir todos los gastos de financiamiento se obtiene un 0.06, mismos que muestra un beneficio para microempresa.

El margen neto muestra que ya descontando todos los costos y gastos de operación de la microempresa se obtendrá un 0.04 que representa un beneficio para el propietario del proyecto, es decir, es la ganancia.

Al determinar el ROE de la microempresa se obtienen un 30,95% lo cual demuestra que está por encima de la tasa de interés pasiva, por lo que se puede confirmar que es una proyecto viable.

La rentabilidad sobre el Activo se obtiene un 16,29%, lo cual indica que por cada dólar invertido en la empresa se obtiene una ganancia de 0.16 centavos.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

En el análisis de impactos se puede determinar los diferentes alteraciones que un proyecto puede tener como son los impactos sociales, ambiental, económico, político, tecnológicos, productivos entre otros. En este análisis se muestra los impactos tanto positivos como negativos.

Para el presente proyectos se analizarán los siguientes impactos:

- Impacto Ambiental.
- Impacto Económico.
- Impacto Productivo
- Impacto Social

Estos impactos serán medidos de acuerdo a la matriz que se detalla a continuación:

Tabla 75

Ponderación de Impactos

Nivel de Impacto	Calificación
Alto negativo	-3
Medio negativo	-2
Bajo negativo	-1
No existe impacto	0
Bajo positivo	1
Medio positivo	2
Alto positivo	3

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

6.01 Impacto Ambiental.

El concepto de Impacto Ambiental refiere al efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos, en términos más técnicos, podríamos decir que el impacto ambiental es aquella alteración de la línea de base como consecuencia de la acción antrópica o de eventos de tipo natural. (Ucha, 2009, pág. 54).

Tabla 76
Impacto Ambiental

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de desechos			X					-1
Contaminación visual			X					-1
Reciclaje						X		2
Manejo de residuos							X	3
Contaminación del aire						X		2
TOTAL			-2		0	4	3	5

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total Generado}}{\text{Numero de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{5}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1$$

En la matriz anteriormente se pudo obtener un promedio de 1, es decir impacto bajo positivo, si bien no es una calificación alta pero de igual manera su impacto es positivo.

Este puntaje se obtuvo en base a los factores que tienen las tabla y cuál es su impacto en este caso la microempresa tiene dos impacto negativos como son la generación de residuos y la contaminación visual, para lo cual se fomenta el reciclaje y el buen manejo de desecho, que se busca la disminución de un impacto negativo en el medio ambiente.

6.02 Impacto Económico

“Un estudio de impacto económico sirve para medir la repercusión de cualquier actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico en el país o región afectada por dicho proyecto.” (López, 2013, pág. 13).

Tabla 77
Impacto Económico

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Rentabilidad del proyecto					X			1
Aumento de capital						X		2
Crecimiento en el mercado						X		2
Innovación e implementación de tecnología					X			1
Reinversión del capital					X			1
TOTAL	0	0	0	0	3	4	0	7

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total Generado}}{\text{Numero de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{7}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1,40 = 2$$

Observando la matriz del impacto Económico se obtiene un promedio de 2 lo cual significa impacto medio positivo.

Si bien el proyecto es rentable, no lo es en grandes proporciones, lo cual hace que el proyecto genera ingresos para desarrollar sus operaciones y cubrir todos sus gastos, esto hace que haya un aporte con el crecimiento del capital, para abrir la posibilidad de desarrollarse dentro del mercado, mismo que ayude con la generación de nuevas ideas para innovar en nuevos negocios y en tecnología necesaria.

6.03 Impacto Productivo

El impacto productivo es la forma en que el negocio pone en marcha sus operaciones, muchas de la veces este proceso tienen técnicas y efectos con la finalidad sea efectivo.

Tabla 78
Impacto Productivo

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Comercialización productos nacionales						X		2
Uso de tecnología					X			1
Aportar al PIB sectorial					X			1
Buen trato a los proveedores							X	3
Desarrollo laboral						X		2
TOTAL	0	0	0	0	2	4	3	9

Fuente: Investigación Propia
Autor: Patricia Saavedra

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total Generado}}{\text{Numero de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{9}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1,80 = 2$$

En cuanto al impacto productivo que tendrá el presente proyecto es de 2, es decir, medio positivo.

El impacto productivo, se desarrolla en base a las estrategias que tenga la microempresa con el trato a sus proveedores, además que se busca la comercialización de productos de primera calidad, con preferencia en productos nacionales, así como con precio justo, para el crecimiento del negocio en el mercado, aportando al PIB sectorial y nacional, para beneficio mutuos, es decir, tanto para el estado, el propietario y los colaboradores laborables de la microempresa.

6.04 Impacto Social.

“Se trata del resultado o la consecuencia de una determinada acción en una comunidad.” (Peréz, 2018, pág. 01).

Tabla 79
Impacto Social

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Precios justos al cliente							X	3
Responsabilidad social						X		2
Crecimiento comunitario					X			1
Pago de impuestos							X	3
Generación fuente de empleo						X		2
TOTAL	0	0	0	0	1	4	6	11

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total Generado}}{\text{Numero de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{11}{5}$$

$$\text{Promedio} = 2,20 = 3$$

En el impacto Social se obtiene un promedio de 3, es decir, alto positivo.

En la microempresa pretende un crecimiento empresarial, así como el de su sociedad, por eso que el impacto social, busca ser poseer responsabilidad social, como es en el pago de sus impuesto, velando por su comunidad y que el impacto sea positivo en el lugar que la rodea, así como también se busca ofrecer estabilidad laboral y oportunidades de nuevo empleos, para aportar a disminuir el índice de desempleo que existe en el país.

6.04 Matriz General de Impactos.

Tabla 80

Matriz General de Impactos

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Ambiental					X			1
Impacto Económico						X		2
Impacto Productivo						X		2
Impacto Social							X	3
TOTAL	0	0	0	0	1	4	3	8

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total Generado}}{\text{Numero de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{8}{4}$$

$$\text{Promedio} = 2$$

El impacto que el microempresa Sumilimp presenta en promedio es de 2, es decir, un impacto medio positivo, lo cual es alentador.

Al obtener un impacto positivo demuestra que el presente proyecto es viable para ser puesto en marcha, ya que no genera un impacto negativo ante lo ambiental, social, productivo y económico, siendo una empresa que aporta al crecimiento del PIB sectorial, así como a la economía del país, al generar nuevas plazas de empleo.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones.

- Para establecer una microempresa es necesario realizar un estudio técnico ya que en este se puede mostrar si el proyecto es viable y ver cuál es la mejor estrategia para que perdure en el tiempo.
- Al realizar un estudio de mercado, se analiza los diferentes productos que existen en el mercado, así como se determina cuáles son las necesidades que la sociedad, para lo cual se realizan diferentes formas de muestreo, obteniendo las preferencias del consumidor.
- Para ingresar en el mercado es necesario, estudiar la preferencias del consumidor, así como las necesidades que ellos tienen, para lo cual la microempresa busque satisfacer y ofrecer variedad de productos donde el cliente tenga la opción de escoger, ya que se estima entregar calidad, variedad así como precios justos que se acomoden a la economía de cada familia.
- Muchas de las microempresa descuidan al mercado, ya sea por poner énfasis en otras cosas, dejando un mercado insatisfecho, esto genera que muchas de los negocios fracasen, el presente proyecto tienen la finalidad de entregar al cliente la mejor forma de trato para que este a su vez satisfaga sus necesidades.

7.02 Recomendaciones

- En el mercado actual se puede encontrar la variedad de competencia lo cual hace que un nuevo proyecto dificulte su ingreso al mercado, para lo cual la sobrevivencia de la microempresa es propia, es decir, hay que desarrollar formas y estrategias de llegar al cliente para que este a su vez genere fidelidad hacia el negocio.
- En un mercado tan competitivo es necesario estar constantemente en mejora continua, es decir, desarrollar innovación, ya sea en tecnología o nuevas estrategias, siempre con el fin de generar nuevos ingresos para el negocio que ayuden a ser una microempresa estable y con alto desarrollo empresarial en un futuro.
- Lo recomendable para todo negocio es trabajar con productos de primera calidad, además de un adecuado trato al cliente que garanticen su satisfacción.
- Se recomienda elaborar estrategia y procedimientos de buen manejo de la mercadería, para que no genere inconvenientes de desabastecimiento o a su vez tener inventario sin rotar exponiéndose a que ciertos productos caduquen y generen pérdida para la microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, M. (25 de 07 de 2014). *¿Qué es el sistema de amortización francés?*. recuperado el 28 de febrero del 2019, de Rankia:
<https://www.rankia.com/blog/mejores-hipotecas/2399623-que-sistema-amortizacion-frances>
- Andía, W. (2011). *La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública*. Recuperado el 02 de febrero de 2019, de UAEM:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>
- Arnoletto, A. (2009). *La gestión operativa*. Recuperado el 25 de enero de 2019, de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
- Baca , G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Recuperado el 30 de enero de 2019, de Evaluacion de Proyectos:
http://iindustrialitp.com.mx/msamuel.lopezr/Evaluacion_de_Proyectos_7ma_Ed_Gabriel_Baca_Urbina.pdf
- Bautista, I. (2011). *Clasificación de la Inversiones*. Recuperado el 04 de abril de 2019, de Escuela Superior Huejutla:
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf
- Bembibre, C. (2010). *Definición de Entrevista*. Recuperado el 10 de marzo de 2019, de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/entrevista-2.php>
- Bembibre, V. (2009). *Definición de Inversiones*. Recuperado el 05 de abril de 2019, de Definición ABC:
<https://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>
- Bracho, M. (2014). *Tamaño Óptimo Del Proyecto*. Recuperado el 10 de marzo de 2019, de Slideshare: <https://es.slideshare.net/rosmarozueth/tema-2-37107573>
- Buján, A. (05 de 10 de 2016). *Razón de endeudamiento*. Obtenido de <https://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-razon-de-endeudamiento.html>
- Buján, C. (2014). *Los Gastos Financieros: Qué Son y Cómo Se Deducen*. Recuperado el 15 de abril de 2019, de Anfix: <https://blog.anfix.com/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/>
- Cortés, A. (2012). *Punto de equilibrio*. Recuperado el 19 de abril de 2019, de UVEG:
<http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura/90/Lectura2Puntodeequilibrio.pdf>

- Corvo, T. (2018). *Macrolocalización: Factores, Para Qué Sirve y Ejemplo*. Recuperado el 25 de marzo de 2019, de Liferder: <https://www.liferder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>
- Duque, J. (2017). *Estado de resultados*. Recuperado el 19 de abril de 2019, de ABC Finanzas: <https://www.abcf finanzas.com/administracion-financiera/estados-financieros/estado-de-resultados>
- Hernández, A. (2005). *Cuentas contables, clasificación, concepto y descripción*. Recuperado el 20 de abril de 2019, de Gestiopolis. com: <https://www.gestiopolis.com/cuentas-contables-clasificacion-concepto-y-descripcion/>
- López. (2013). *Ventajas de un estudio de impacto económico*. Recuperado el 01 de marzo de 2019, de Economía: <https://nosoloeconomia.com/ventajas-de-un-estudio-de-impacto-economico/>
- Lorenzana, D. (2013). *¿Qué es el ROA de una empresa?*. Recuperado el 22 de abril de 2019, de Pymes Autonomos: <https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/que-es-el-roa-de-una-empresa>
- Lorenzana, D. (2014). *¿En qué consiste el ROE y para qué sirve?* Obtenido de <https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/en-que-consiste-el-roe-y-para-que-sirve>
- Mora, J. (2013). *Ingresos operacionales*. Recuperado el 22 de abril de 2019, de Prezi: <https://prezi.com/azwhmo3eitls/grupo-41-ingresos-operacionales/>
- Nunes, P. (2015). *Capacidad Instalada*. Recuperado el 04 de marzo de 2019, de Knoow: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Pedrosa, S. (2018). *Amortización financiera*. Recuperado el 23 de marzo de 2019, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/amortizacion-financiera.html>
- Pérez , & Merino. (2013). *Recursos Tecnológicos*. Recuperado el 27 de febrero de 2019, de Definición: <https://definicion.de/recursos-tecnologicos/>
- Peréz , J., & Merino, M. (2017). *Definición de Ingresos*. Recuperado el 18 de abril de 2019, de Definición: <https://definicion.de/ingresos/>
- Rafael, T. (2018). *Gestion Comercial*. Recuperado el 29 de enero de 2019, de Blogspot: <http://rafaeltrucios.blogspot.com/2017/09/gestion-comercial-importancia-analisis-definicion-gestor.html>
- Riquelme, M. (2016). *Encuesta: ¿Que es y Como Hacerla?*. Recuperado el 14 de marzo de 2019, de Web.empresas: <https://www.webyempresas.com/encuesta-que-es-y-como-hacerla/>

- Sevilla, A. (2017). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Recuperado el 25 de abril de 2019, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Suarez, J. (2009). *Capítulo 9: ingresos Operacionales*. Recuperado el 25 de abril de 2019, de Mailxmail: <http://www.mailxmail.com/curso-contabilidad-practica-5-estado-ganancias-perdidas/ingresos-no-operacionales-ventas>
- Ucañan, R. (2015). *Cálculo de la relación Beneficio Coste (B/C)*. Recuperado el 25 de abril de 2019, de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/calculo-de-la-relacion-beneficio-coste/>
- Vásquez, R. (2016). *Depreciación*. Recuperado el 22 de abril de 2019, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>
- Velayos, V. (2017). *Valor actual neto (VAN)*. Recuperado el 22 de abril de 2019, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Visiers, R. (2017). *El activo fijo. Tipos y características*. Recuperado el 19 de abril de 2019, de EAE: <https://retos-directivos.eae.es/el-activo-fijo-tipos-y-caracteristicas/>
- Ynfante T. (2009). *Capital de Trabajo*. Recuperado el 18 de abril de 2019, de Gestipolis.com: <https://www.gestipolis.com/capital-de-trabajo/>

ANEXOS

ANEXO 1. PUBLICIDAD

Volante Publicitario.



SUMILIMP

SUMINISTROS DE LIMPIEZA A TUS ORDENES

SERVICIO A DOMICILIO DE FORMA OPORTUNA

PRECIO, CALIDAD Y VARIEDAD

Dirección: Pedro de la Peña y
Cantón Cárdenas (referencia:
entrada a la Roldós)

PEDIDOS:
Telf: 0985910752 - 3382182
correo: sumulimp@gmail.com

**PRESENTA ESTE
VOLANTES Y
OPTEN UN 5%
DE DESCUENTO
EN TU COMPRA**

Catalogo de Productos.



Contamos con líneas de productos como desinfectantes, quitamanchas, detergentes, y mucho mas...

Contacto

Oficinas

(02) 3382182
Pedro de la Peña y Cantón Cárdenas

Patricia Saavedra

0985910752
Propietario

PEDIDOS

Correo:
sumilimp@gmail.com

BUCANOS EN FACEBOOK

SUMILIMP

SUMINISTROS DE LIMPIEZA A LAS ORDENES

PRECIO, CALIDAD Y VARIEDAD



SERVICIO A DOMICILIO



LAVAVAJILLAS

VARIEDAD, PRECIO Y CALIDAD



Suavizante Perla 2lt	\$4,50
Suavizante Perla 2lt	\$4,50
Suavizante Perla 2lt	\$4,50
Detergente Ciclon 200gr	\$1,00
Detergente Ciclon 600gr	\$1,80
Jabon Jolly 300gr	\$1,90
Jabon Protex 3x110g	\$2,50
Lavatodo Azul 240 Gr	\$0,50
Lavatodo Floral 500gr	\$1,25
Lavavajilla Lava 1000gr	\$2,50
Lavavajilla Lava 250gr	\$0,99
Axion Crema 235gr	\$0,99
Axion Avena 450 Gr	\$ 1,50
Axion Avena 650 Gr	\$ 2,65
Ultra Quitaman 180 Gr.	\$1,80
Clorox Blancos 1lt	\$2,50
Clorox Ropa 450	\$1,50



JABON DE TOCADOR Y DE ROPA

HAS TU PEDIDO, VENTA AL POR MAYOR Y MENOR

Contamos servicio a Domicilio.

**SUMILIMP
A TUS
ORDENES**



Anexo 1 Publicidad

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

ANEXO 2. ENCUESTA

Encuesta para levantamiento de información para la implementación de una empresa Comercializadora de suministros de limpieza para hogares y oficinas. Ubicado en la parroquia de El Condado.

Instrucciones:

Lea cuidadosamente cada pregunta y escoja una sola opción de respuesta.

Genero.

Masculino _____

Femenino _____

1. ¿Utiliza usted productos de limpieza en hogar u oficina?

Si _____

No _____

2. ¿Con que frecuencia adquiere productos de limpieza?

Diario _____

Semanal _____

Quincenal _____

Mensual _____

3. ¿Qué valor ha llegado pagar por suministros de limpieza?

Hasta 5 _____

Hasta 10 _____

Hasta 15 _____

Más de 15 _____

4. ¿Se siente satisfechos con los productos de Limpieza que existen en el mercado?

Si _____

No _____

5. ¿Estaría de acuerdo usted en la implementación de una empresa comercializadora de suministros de limpieza con servicio a domicilio en el sector el condado?

Si _____

No _____

**** Si su respuesta fue no la encuesta ha terminado******

6. ¿Cuándo usted adquiere Suministros de Limpieza es para?

Oficinas _____

Hogares _____

Ambos _____

7. ¿Cómo los adquiere generalmente estos productos?

Supermercados _____

Comercializadoras _____

Tiendas _____

Bodegas _____

8. Los productos de Limpieza son de fácil adquisición en la Parroquia El Condado.

Si _____

No _____

Anexo 2 Encuesta

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

- **Implementos de Seguridad Industrial.**

Se dota de implementos de seguridad industrial, que permita el adecuado desplazamiento en la bodega sin riesgo de sufrir un accidente laboral.

Botas punta de acero.



Chaleco reflectivo.



Cascos.



ANEXO 4. MÉTODO FRANCÉS

MÉTODO FRANCÉS					
PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	CUOTA	DEVOLUCION CAPITAL	SALDO FINAL
0	0.00	0.00	0.00	0.00	5000.00
1	5000.00	85.42	153.49	68.07	4931.93
2	4931.93	84.25	153.49	69.23	4862.70
3	4862.70	83.07	153.49	70.42	4792.28
4	4792.28	81.87	153.49	71.62	4720.66
5	4720.66	80.64	153.49	72.84	4647.82
6	4647.82	79.40	153.49	74.09	4573.73
7	4573.73	78.13	153.49	75.35	4498.38
8	4498.38	76.85	153.49	76.64	4421.74
9	4421.74	75.54	153.49	77.95	4343.79
10	4343.79	74.21	153.49	79.28	4264.51
11	4264.51	72.85	153.49	80.63	4183.88
12	4183.88	71.47	153.49	82.01	4101.86
13	4101.86	70.07	153.49	83.41	4018.45
14	4018.45	68.65	153.49	84.84	3933.61
15	3933.61	67.20	153.49	86.29	3847.32
16	3847.32	65.73	153.49	87.76	3759.56
17	3759.56	64.23	153.49	89.26	3670.30
18	3670.30	62.70	153.49	90.79	3579.52
19	3579.52	61.15	153.49	92.34	3487.18
20	3487.18	59.57	153.49	93.91	3393.26
21	3393.26	57.97	153.49	95.52	3297.75
22	3297.75	56.34	153.49	97.15	3200.59
23	3200.59	54.68	153.49	98.81	3101.78
24	3101.78	52.99	153.49	100.50	3001.29
25	3001.29	51.27	153.49	102.21	2899.07
26	2899.07	49.53	153.49	103.96	2795.11
27	2795.11	47.75	153.49	105.74	2689.37
28	2689.37	45.94	153.49	107.54	2581.83
29	2581.83	44.11	153.49	109.38	2472.45
30	2472.45	42.24	153.49	111.25	2361.20
31	2361.20	40.34	153.49	113.15	2248.05
32	2248.05	38.40	153.49	115.08	2132.97
33	2132.97	36.44	153.49	117.05	2015.92
34	2015.92	34.44	153.49	119.05	1896.87
35	1896.87	32.40	153.49	121.08	1775.79
36	1775.79	30.34	153.49	123.15	1652.64
37	1652.64	28.23	153.49	125.25	1527.38
38	1527.38	26.09	153.49	127.39	1399.99
39	1399.99	23.92	153.49	129.57	1270.42

40	1270.42	21.70	153.49	131.78	1138.63
41	1138.63	19.45	153.49	134.04	1004.60
42	1004.60	17.16	153.49	136.33	868.27
43	868.27	14.83	153.49	138.65	729.62
44	729.62	12.46	153.49	141.02	588.60
45	588.60	10.06	153.49	143.43	445.17
46	445.17	7.60	153.49	145.88	299.28
47	299.28	5.11	153.49	148.37	150.91
48	150.91	2.58	153.49	150.91	0.00

Anexo 4 Método Francés

Fuente: Investigación Propia

Autor: Patricia Saavedra

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: SAAVEDRA RODRIGUEZ PATRICIA SILVANA.docx (D51172289)
Submitted: 4/27/2019 8:07:00 PM
Submitted By: paty.saave.proyecto@gmail.com
Significance: 8 %

Sources included in the report:

Sandra Vanessa Quintanilla.docx (D51140870) Pamela
Vannessa Cevallos Ramos.pdf (D37116402) proyecto de
tesis Jacqueline Gualoto.docx (D38680988) Bayron
David Diaz Cacuango.pdf (D37111599) ALEXANDRA
SEVILLA.pdf (D51142473)
elizabeth gualavisi tutillo.pdf (D37047201)
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v14_n2/pdf/a09v14n2.pdf
a16f8552-2128-4964-8045-1f8f8e680945
13d3d2fa-4ae1-43be-ac3e-c45286962bca

Instances where selected sources appear:

28



Ing. Analuisa Aguiar Armando Andrés

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRES									
SAAVEDRA RODRIGUEZ PATRICIA SILVANA									
ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA									
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA COMERCIALIZADORA DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA PARA HOGARES Y OFICINAS CON SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO, UBICADO EN LA PARROQUIA EL CONDADO, PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2019									
Quito, 22 de mayo del 2019 18:35:43									
ACUMULATIVO									
MODALIDAD: INCUBADORA EMPRESARIAL									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	PERIODO:		OBSERVACION	ESTADO SC	
					HORA FIN	HORAS			
1	158241	2019-01-09	13:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-09 14:00:00	1,00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y NORMAS APA. SE SOLICITA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO	
2	158255	2019-01-12	12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-12 22:00:00	10,00	DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO	
3	158242	2019-01-09	14:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-09 15:00:00	1,00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y NORMAS APA. SE SOLICITA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO	
4	158256	2019-01-13	12:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-13 22:00:00	10,00	DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO	
5	158243	2019-01-16	13:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-16 14:00:00	1,00	SE APRUEBA LA JUSTIFICACION INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS SITUACIONAL.	PROCESADO	
6	158257	2019-01-19	12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL AMBIENTE EXTERNO Y AVANCES DEL ANALISIS INTERNO.	PROCESADO	
7	158244	2019-01-16	14:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-16 15:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANTECEDENTE INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ENTORNO LOCAL Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO	
8	158258	2019-01-20	12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-20 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL ENTORNO LOCAL Y AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO	
9	158245	2019-01-23	13:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-23 14:00:00	1,00	SE APRUEBA EL AMBIENTE EXTERNO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS INTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO	
10	158260	2019-01-26	12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-26 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL ANALISIS INTERNA Y AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO	
11	158246	2019-01-23	14:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-23 15:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ENTORNO LOCAL INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS FODA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO	
12	158261	2019-01-27	12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-27 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL ANALISIS FODA Y AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO	
13	158247	2019-01-30	13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-01-30 14:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS INTERNO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO	
14	158262	2019-02-02	12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-02 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO	
15	158248	2019-01-30	14:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-01-30 15:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO	
16	158263	2019-02-03	12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-03 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO	
17	158249	2019-02-06	13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-06 14:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANALISIS DEL CONSUMIDOR INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA.	PROCESADO	
18	158264	2019-02-09	12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-09 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y AVANCES DEL BALANCE OFERTA - DEMANDA.	PROCESADO	

Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de suministros de limpieza para hogares y oficinas con servicio de entrega a domicilio, ubicado en la Parroquia El Condado, Provincia de Pichincha, año 2019.

19	158250	2019-02-06	INSITU	2019-02-06 14:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-06 15:00:00	1,00	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DE LA OFERTA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.	PROCESADO
20	158266	2019-02-10	AUTONOMA	2019-02-10 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-10 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO. SE APRUEBA PROYECTO. SE SOLICITA AVANCES DE BALANCE OFERTA. DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACIÓN.	PROCESADO
21	158251	2019-02-13	INSITU	2019-02-13 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-13 14:00:00	1,00	SE APRUEBA PROYECTO. SE SOLICITA AVANCES DE BALANCE OFERTA. DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACIÓN.	PROCESADO
22	158267	2019-02-16	AUTONOMA	2019-02-16 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-16 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL BALANCE OFERTA. DEMANDA Y AVANCES DE LOCALIZACIÓN. SE APRUEBA ANÁLISIS DE LA DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE TAMAÑO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO.	PROCESADO
23	158252	2019-02-13	INSITU	2019-02-13 14:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-13 15:00:00	1,00	SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA. DEMANDA Y AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO Y AVANCES DE LOCALIZACIÓN. SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA. DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOCALIZACIÓN Y SE ENVIAN CORRECCIONES.	PROCESADO
24	158268	2019-02-17	AUTONOMA	2019-02-17 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-17 22:00:00	10,00	CORRECCIONES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO Y AVANCES DE LOCALIZACIÓN. SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA. DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOCALIZACIÓN Y SE ENVIAN CORRECCIONES.	PROCESADO
25	158253	2019-02-20	INSITU	2019-02-20 13:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-20 14:00:00	1,00	CORRECCIONES DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.	PROCESADO
26	158270	2019-02-23	AUTONOMA	2019-02-23 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-23 22:00:00	10,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DEL TAMAÑO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES INGRESOS.	PROCESADO
27	158254	2019-02-20	INSITU	2019-02-20 14:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-20 15:00:00	1,00	CORRECCIONES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y AVANCES DE CALCULO DE INGRESOS.	PROCESADO
28	158271	2019-02-24	AUTONOMA	2019-02-24 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-24 22:00:00	10,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN Y DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANÁLISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES.	PROCESADO
29	167003	2019-02-27	INSITU	2019-02-27 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-02-27 15:00:00	2,00	CORRECCIONES DEL CUADRO DE INGRESOS Y AVANCES DE CUADRO DE INVERSIONES	PROCESADO
30	167020	2019-03-03	AUTONOMA	2019-03-03 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-03 22:00:00	10,00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN: VAN, TIR, PRL, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
31	167005	2019-03-06	INSITU	2019-03-06 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-06 15:00:00	2,00	CORRECCIONES DEL CUADRO DE INVERSIONES Y AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
32	167022	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-10 22:00:00	10,00	SE APRUEBA EL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN: VAN, TIR, PRL, RCB, PUNTO DE EQUILIBRIO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO.	PROCESADO
33	167007	2019-03-13	INSITU	2019-03-13 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-13 15:00:00	2,00	CORRECCIONES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO Y AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL.	PROCESADO
34	167023	2019-03-17	AUTONOMA	2019-03-17 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-17 22:00:00	10,00		PROCESADO

Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de suministros de limpieza para hogares y oficinas con servicio de entrega a domicilio, ubicado en la Parroquia El Condado, Provincia de Pichincha, año 2019.

35	167009	2019-03-20	INSITU	2019-03-20 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-20 15:00:00	2.00	SE APRUEBAN LOS CALCULOS DE LOS INDICADORES DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS VAN, TIR, PRL, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO.	PROCESADO
36	167024	2019-03-24	AUTONOMA	2019-03-24 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-24 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO AMBIENTAL Y AVANCES DEL IMPACTO ECONOMICO	PROCESADO
37	167011	2019-03-27	INSITU	2019-03-27 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-03-27 15:00:00	2.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO.	PROCESADO
38	167026	2019-03-31	AUTONOMA	2019-03-31 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-03-31 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO ECONOMICO Y AVANCES DEL IMPACTO PRODUCTIVO	PROCESADO
39	167013	2019-04-03	INSITU	2019-04-03 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-03 15:00:00	2.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.	PROCESADO
40	167027	2019-04-07	AUTONOMA	2019-04-07 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-07 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL. ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	PROCESADO
41	167016	2019-04-10	INSITU	2019-04-10 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-10 15:00:00	2.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CORRECCIONES DE MEJORA EN LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO	PROCESADO
42	167028	2019-04-14	AUTONOMA	2019-04-14 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-14 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	PROCESADO
43	167017	2019-04-17	INSITU	2019-04-17 13:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-17 14:00:00	1.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE APRUEBA TAMBIEN LAS CONCLUSIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO
44	167018	2019-04-17	INSITU	2019-04-17 14:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-17 15:00:00	1.00	SE REVISAN LAS RECOMENDACIONES DEL PROYECTO Y SE ENVIAN LISTO PARA PRESENTACION DEL PRIMER BORRADOR FISICO.	PROCESADO
							TOTAL HORAS:	240	
		 ANALUISY AGUILAR ARMANDO ANDRES TUTOR CI: 1720917218		 SAA ANDREA RODRIGUEZ PATRICIA SILVANA ALUMNO CI: 173352447		 SAA S. JIMENEZ FRANCISCO VINICIO DELEGADO CI: 1713480670		FECHA: 29-05-2019	

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **SAAVEDRA RODRIGUEZ PATRICIA SILVANA**, portador de la cédula de identidad N° 1723352447, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 28 de mayo del 2019



Sra. Mariela Balseca
CAJA



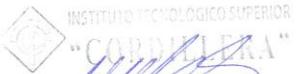
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**

28 MAY 2019

8,5 JBS

COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**

CONSEJO DE CARRERA

Ing. Francisco Salas
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**

DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Bancaria y Financiera
Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA



BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

Ing. William Parra
BIBLIOTECA



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

28 MAY 2019

Sra. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

*Nuestro reto formar seres humanos con iguales
derechos, deberes y obligaciones*