CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

DISEÑAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, UBICADA EN LA COOPERATIVA JAIME ROLDÓS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Tecnológico en Administración Bancaria y Financiera.

Autor: Juan Carlos Rodríguez Carangui

Director: Ing. Analuisa Aguiar Armando Andrés

Quito, 2019

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 22 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **RODRIGUEZ CARANGUI JUAN CARLOS**, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **DISEÑAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO , UBICADA EN LA COOPERATIVA JAIME ROLDÓS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 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 AGUIAR ARMANDO ANDRES
Tutor de Proyectos

PIMBO BASTIDAS ANGELA MARÍA
Lector de Proyectos

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" CONSEJO DE CARRERA

SALAS JIMENEZ FRANCISCO
Delegado Unidad de Titulación

BURGA JADAN MARIA FERNANDA
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.

_____

Juan Carlos Rodríguez Carangui
CC 0302156260

Licencia de uso no comercial

Yo, Juan Carlos Rodríguez Carangui portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No. 0302156260 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 **DISEÑAR Y ELABORAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO, UBICADA EN LA COOPERATIVA JAIME ROLDÓS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019."** Con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA _____

NOMBRE Juan Carlos Rodríguez Carangui

CEDULA CC 0302156260

Quito, a los 16 de abril del 2019

AGRADECIMIENTO

Primero quiero dar la gracias a Dios por brindarme la vida, la salud y las fuerzas de seguir adelante día a día y sobre todo por tener una familia maravillosa que día a día se han vuelto en el motor de esta persona.

A mi padre a la distancia, que sacrifico a su familia con el único propósito de ver a sus hijos crecer y brindarnos las oportunidades de superarnos, gracias por su apoyo incondicional en cada uno de los pasos que hemos pasado.

Gracias a mi madre querida que a la distancia siempre se ha preocupado por el bienestar mío y de mi familia.

Gracias al Instituto Cordillera por la oportunidad, por sus maestros que no solo nos impartieron conocimientos, sino también sus consejos para ser a más de buenos profesionales, buenas personas y practicar sobre todo los valores en cada actividad de la parte laboral.

Muchas gracias a mi esposa amada, por tus consejos, apoyo, paciencia, ánimos, y más importante por encontrarle sentido a cada momento de la vida, enseñándome a disfrutar de cada momento y sobretodo fijarnos metas con el fin de ser mejores cada día.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres, a mi esposa e hija, ya que son el apoyo y la inspiración a seguir superándome cada día, y gracias a ellos cada meta propuesta se va cumpliendo. Agradezco a los maestros del Instituto Tecnológico Superior Cordillera por impartir sus conocimientos académicos, sus experiencias y sobre todo sus consejos, formando así damas y caballeros, más allá de buenos perfeccionales.

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……xviii

RESUMEN EJECUTIVO……xix

ABSTRACT……..xxi

CAPÍTULO I..... 1

1 Justificación..... 1

1.02 Antecedentes 2

CAPÍTULO II 4

2 Análisis Situacional..... 4

2.01 Ambiente Externo 4

2.01.01 Factor Económico. 5

2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)..... 5

2.01.01.03 Inflación 7

2.01.01.04 Inflación por Ciudades. 8

2.01.02.05 Riesgo País. 9

2.01.02.06 Tasa de Interés..... 10

2.01.02.07 Tasa de Interés Activa. 10

2.01.02.08 Tasa Pasiva. 12

2.01.02Factor Social..... 13

2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA). 13

2.01.02.02 Tasa de Empleo. 14

2.01.02.03 Desempleo. 15

2.01.02.04 Subempleo. 16

2.01.03Factor Legal 17

2.01.03.01 Permisos. 18

2.01.04 Factor Tecnológico..... 19

2.02 Entorno Local. 20

2.02.01 Cliente. 20

2.02.02Proveedores. 20

2.02.02 Competencia..... 21

2.03 Matriz de Factores Externos..... 22

2.04 Propuesta Estratégica 22

2.04.01 Misión. 23

2.04.02 Visión. 23

2.04.03 Objetivos. 24

2.04.03.01 Objetivo General 24

2.04.03.02 Objetivos Específicos 24

2.04.04 Principios y/o Valores 24

2.04.05 Gestión Administrativa 26

2.04.05.01 Organigrama Administrativo 26

2.04.05.02.01 Manual de Funciones del Departamento Administrativo 27

2.4.06 Gestión Operativa 27

2.04.07 Gestión Comercial 28

2.04.07.01 Organigrama Departamento de Ventas 28

2.04.07.02 Manual de Funciones del Vepartamento de Ventas. 28

2.04.07.03 Marketing Mix 29

CAPITULO III 33

3 Estudio de Mercado 33

3.1 Análisis del Consumidor 33

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra. 33

3.01.02 Técnicas de Obtención de Información 35

3.02 Demanda 44

3.02.01 Demanda Histórica 44

3.02.02 Demanda Actual 44

3.02.03 Demanda Proyectada 44

3.03 Oferta..... 46

3.03.01 Oferta Histórica..... 46

3.03.02 Oferta Actual..... 46

3.03.03 Oferta Proyectada..... 47

3.04 Productos Sustitutos..... 47

3.04.01 Oferta Histórica..... 48

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..... 49

CAPITULO IV..... 51

4. Estudio Técnico..... 51

4.01 Tamaño del Proyecto..... 51

4.01.01 Capacidad Instalada..... 51

4.01.02 Capacidad Optima..... 51

4.02 Localización..... 52

4.02.01 Macro – Localización..... 52

4.02.02 Micro –Localización..... 52

4.02.03 Localización Optima..... 53

4.03 Ingeniería del Producto..... 55

4.03.01 Definición del Bien 55

4.03.02 Distribución de Planta 55

4.03.03 Proceso Productivo 58

4.03.04 Maquinaria 60

4.03.05 Equipos 60

CAPÍTULO V 61

5. Estudio Financiero 61

5.01 Ingresos 61

5.01.01 Ingresos Operacionales 61

5.01.02 Ingresos no Operacionales 62

5.02 Costos 62

5.02.01 Costo de Ventas 62

5.02.02 Gastos Administrativos 65

5.02.03 Gastos de Ventas 66

5.02.04 Gastos Financieros 67

5.02.05 Costos Fijos 67

5.02.06 Costos Variables 68

5.03 Inversiones 69

5.03.01 Inversión Fija 69

5.03.02 Activos Fijos 70

5.03.03 Activos Nominales (diferidos) 70

5.03.04 Capital de Trabajo 70

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos 71

5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización) 71

5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación) 73

5.03.08 Estado de Situación Inicial 73

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años) 74

5.03.10 Flujo Caja 75

5.03.11 Balance general Proyectado 77

5.04 Evaluación Financiera 78

5.04.01 Tasa de descuento 78

5.04.02 VAN (Valor Actual Neto). 79

5.04.04 TIR (Tasa Interna de Retorno) 80

5.04.05 PRI (Período de Recuperación de la Inversión) 80

5.04.06 RBC (Relación Costo Beneficio) 81

5.04.06 Punto de Equilibrio 82

5.04.07 Análisis de Indices Financieros 83

CAPÍTULO VI 87

6. Análisis de Impactos 87

6.01 Impacto Ambiental 88

6.02 Impacto Económico 89

6.03 Impacto Productivo 90

6.04 Impacto Social..... 91

6.05 Matriz General de Impactos. 92

CAPÍTULO VII 94

7. Conclusiones y Recomendaciones 94

7.01 Conclusiones 94

7.02 Recomendaciones..... 94

BIBLIOGRAFÍA..... 96

ANEXO..... 100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto 5

Tabla 2 PIB Sectorial 6

Tabla 3 Inflación 7

Tabla 4 Inflación por Ciudades 8

Tabla 5 Riesgo País 9

Tabla 6 Tasa de Interés activa 11

Tabla 7 Tasa de Interés Pasiva 12

Tabla 8 Población Económicamente Activa 13

Tabla 9 Tasa de Empleo 15

Tabla 10 Tasa de Desempleo 16

Tabla 11 Tasa de Subempleo 17

Tabla 12: Nivel de Ingresos y Gastos 18

Tabla 13 Segmentación de Mercado 20

Tabla 14 Proveedores 21

Tabla 15 Competidores 22

Tabla 16 Matriz de Factores Externos 22

Tabla 17: Población 34

Tabla 18: Tabulación Pregunta 1 36

Tabla 19: Tabulación de Pregunta 2 37

Tabla 20: Tabulación de Pregunta 3 38

Tabla 21: Tabulación Pregunta 4 39

Tabla 22: Tabulación de Pregunta 5 40

Tabla 23: Tabulación de Pregunta 6 41

Tabla 24: Tabulación de Pregunta 7 42

Tabla 25: tabulación de Pregunta 8..... 43

Tabla 26: Datos de la Oferta Histórica..... 46

Tabla 27: Demanda 47

Tabla 28 Proyección de la Demanda..... 47

Tabla 29 Datos de la Oferta Histórica..... 48

Tabla 30 Oferta Actual..... 48

Tabla 31: Oferta Proyectada 49

Tabla 32: Demanda Histórica 50

Tabla 33: Demanda Actual..... 50

Tabla 34 Demanda Proyectada..... 51

Tabla 35: Balance..... 44

Tabla 36: Balance Proyectado..... 45

Tabla 37: Localización..... 45

Tabla 38 Tabla de Valores 51

Tabla 39 Ponderaciones 52

Tabla 40 Razón de Criterios..... 54

Tabla 41: Puntuaciones 56

Tabla 42: Dimenciones de Local Comercial..... 56

Tabla 43: Maquinaría..... 58

Tabla 44: Equipos a Necesitar 58

Tabla 45: Ingresos Operacionales..... 59

Tabla 46 Costo de Venta Productos de Limpieza Personal 62

Tabla 47 Costo de Venta de Producción de Limpieza del Hogar 62

Tabla 48 Costo de Venta Productos de Alimentación 63

Tabla 49 Fijación de Precios 65

Tabla 50 Total de Gasto Administrativo. 66

Tabla 51 Total de Gasto de Venta 66

Tabla 52: Tasas de Interés de las Inst. Financieras. 67

Tabla 53: Total de Gastos Fijos 68

Tabla 54: Costos Variables 68

Tabla 55: Activos Fijos 70

Tabla 56: Activos Nominales 70

Tabla 57: Capital de Trabajo 71

Tabla 58: Fuentes de Financiamiento 71

Tabla 59: Método de Amortización Alemán 72

Tabla 60: Tabla de Depreciaciones 73

Tabla 61: Estado de Siuación Inicial 74

Tabla 62: Estado de Resultados Proyectado 74

Tabla 63: Flujo de Caja Proyectado 76

Tabla 64: Balance General Proyectado 77

Tabla 65: Tasa de Descuento 79

Tabla 66: Resumen Flujo de Caja 80

Tabla 67 Punto de Equilibrio 82

Tabla 68 Comprobación Punto de Equilibrio 82

Tabla 69 Índices Financieros 85

Tabla 70 Valoración de Variables 88

Tabla 71 Impacto Ambiental 88

Tabla 72 Impacto Económico 89

Tabla 73 Impacto Productivo 90

Tabla 74 Impacto Social..... 91

Tabla 75 Impacto Matriz General de Impactos..... 92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Productos Interno Bruto..... 6

Figura 2 Inflación..... 7

Figura 3 Inflación por Ciudades..... 8

Figura 4 Riesgo País 10

Figura 5 Tasa de Interés Activa 11

Figura 6 Tasa de Interés Pasiva..... 12

Figura 7 Población Económicamente Activa..... 14

Figura 8 Tasa de Empleo 15

Figura 9 Tasa de Desempleo..... 16

Figura 10 Tasa de Subempleo..... 17

Figura 11 Organigrama Administrativo..... 26

Figura 12 Manual de Funciones Dep. Administrativo..... 27

Figura 13 Organigrama Dep. de Ventas..... 28

Figura 14 Manual de Funciones Dep. Ventas..... 28

Figura 15 Logo de la Microempresa..... 30

Figura 16 Canal de Distribución..... 31

Figura 17: Formula para Cálculo de la Muestra 34

Figura 18 Gráfico de datos de Pregunta 1..... 36

Figura 19 Grafico de datos de Pregunta 2..... 37

Figura 20 Gráfico de repuestas de Pregunta 3 38

Figura 21 Gráfico de respuestas de Pregunta 4..... 39

Figura 22 Gráfico de respuestas de Pregunta 5..... 40

Figura 23 Gráfico de respuestas de Pregunta 6..... 41

Figura 24 Grafico de respuestas de Pregunta 7 42

Figura 25 Gráfico de respuestas de Pregunta 8 43

Figura 26 Mapa de Quito 52

Figura 27 Mapa de la Cooperativa Jaime Roldos 53

Figura 28 Mapa de Cotocollao 53

Figura 29 Matriz SPL 56

Figura 30 Mapa del Local Comercial 57

Figura 31 Flujograma de Procesos 58

Figura 32 Flujograma de Procesos 59

Figura 33 Punto de Equilibrio 83

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Publicidad..... 102

Anexo 2 Encuesta 103

Anexo 3 Control de Mercadería..... 105

Anexo 4 Método Francés..... 107

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente proyecto es un estudio de factibilidad para la distribución de productos de consumo masivo. Dicho proyecto estará ubicado en el Barrio Cooperativa Jaime Roldós en el sector norte de la Ciudad de Quito.

El primer capítulo tiene como fin recolectar información y buscar antecedentes acerca el sector comercial, identificando las técnicas que se usan para la comercialización de los productos de consumo masivo.

En el segundo capítulo se realizó un estudio sobre los diferentes factores macroeconómicos y microeconómicos con el fin de determinar el ambiente en donde se va a desenvolver dicho proyecto.

El capítulo tres es donde se emplea una de las técnicas para la recolección de información como es la encuesta con el fin de conocer la aceptación del proyecto, cual es la preferencia que tienen los clientes, su frecuencia de consumo, adicionalmente se determina la demanda insatisfecha, dando a conocer el mercado donde se va a competir. Una vez con la información obtenida se puede establecer la capacidad óptima de la local, los equipos y herramientas a utilizar, se realizó también la distribución de planta.

En el capítulo cinco se realiza un trabajo financiero donde se identifica el valor total de la inversión, donde se establece el capital propio y el financiando, se identifica los gastos tanto operativos como administrativos, llegando a conocer si el proyecto es o no factible.

Analizando los resultados obtenidos se conoce si el proyecto es o no rentable, el tiempo en el cual se va a recuperar la inversión, la rentabilidad que va tener año a año.

Dentro del capítulo 6 se realiza un estudio sobre el análisis de impactos donde se conoce si el proyecto tiene un impacto positivo o negativo, tanto con el medio ambiente, con lo económico, productivo y social.

En el capítulo 7 se culmina con las conclusiones y recomendaciones del todo el trabajo realizando resaltando los puntos clave.

ABSTRACT

The present project is a feasibility study for the distribution of mass consumption products. This project will be located in the Jaime Roldós Cooperative District in the northern sector of the City of Quito.

The first chapter aims to collect information and search for information about the commercial sector, identifying the techniques used to commercialize consumer products.

In the second chapter, a study was carried out on the different macroeconomic and microeconomic factors in order to determine the environment in which the project will be developed.

Chapter three is where one of the techniques for collecting information such as the survey is used in order to know the acceptance of the project, which is the preference that customers have, their frequency of consumption, additionally the unsatisfied demand is determined , making known the market where you are going to compete. Once the information obtained is obtained, the optimum capacity of the premises, the equipment and tools to be used can be established, and the distribution of the plant was also carried out.

In chapter five a financial work is carried out where the total value of the investment is identified, where the own and financing capital is established, the operative and administrative expenses are identified, getting to know if the project is feasible or not.

Analyzing the results obtained, it is known whether the project is profitable or not, the time in which the investment is going to be recovered, the profitability that will have from year to year.

In chapter 6, a study is carried out on the analysis of impacts where it is known if the project has a positive or negative impact, both with the environment, with the economic, productive and social.

In chapter 7, the conclusions and recommendations of the whole work are finalized, highlighting the key points.

CAPÍTULO I

1 Justificación

En la actualidad, la falta de abastecimiento de productos de primera necesidad, los tiempos de espera para adquirirlos, la necesidad de varios proveedores para disponer de productos para la venta, la existencia de negocios sin competencia local y el incremento de precios de dichos productos son elementos que, relacionados entre sí, han generado que no se puede encontrar uno o varios productos en una sola tienda, la pérdida de clientes por no disponer un stock de mercadería, las molestias o confusión por retrasos en la llegada de sus pedidos, los clientes no pueden disponer siempre de los productos que necesitan y deben destinar una mayor cantidad de dinero para adquirirlos.

Lo mencionado anteriormente, permite evidenciar que, el presente proyecto es pertinente puesto que, busca un estudio de los productos de mayor demanda en el mercado local, tener un stock variado de productos para la venta, buscar a los proveedores que se ajusten a las necesidades, estar siempre pendiente de las necesidades de los clientes y fijar los precios de todos los productos a la venta.

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 implementación de una microempresa dedicada a la comercialización de productos de consumo masivo,

ubicada en la Cooperativa Jaime Roldós, Distrito Metropolitano de Quito, año 2019, 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 el Distrito Metropolitano de Quito la población ha tenido un crecimiento moderado en los últimos años, es así que zonas como la cooperativa Jaime Roldos, La Pisulí, La Planada, Velazco, entre otros varios del noroeste de la urbe ha ido incrementando el número de habitantes y por lo tanto el poder de adquisición de productos de consumo masivo tienen una mayor demanda.

> Como en todas las buenas historias de empresas exitosas, la Corporación Favorita empezó desde abajo. Lo que ahora es un conglomerado con 18 marcas y propietaria de 12 centros comerciales, nació hace más de 70 años como una bodega en el centro histórico de Quito donde se vendían jabones, velas y artículos de importación. Hoy despacha casi de todo y lidera la clasificación empresarial de Ecuador con unos ingresos por ventas de 2.467 millones de dólares (2.189 millones de euros) en 2015, a través de sus 135 locales de marca propia y decenas de filiales. Pero no es ajena a la crisis económica que atraviesa el país. (España, 2016, pág. 01)

Un ejemplo a seguir son las empresas que empezaron desde abajo, con perseverancia y dedicación fueron creciendo día a día hasta lograr ser una de las principales del país, siendo ahora los proveedores de productos de mayor demanda por el consumidor y logran cubrir en su mayoría con la demanda.

> En cifras, el aporte de la ciudad representa alrededor del 27% del producto interno bruto (PIB) nacional. Lidera la generación de empleo, el pago de tributos y la creación de empresas. 34-35 La ciudad es considerada la capital económica del país desde febrero de 2014, cuando un análisis de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) mostró que había superado en número de compañías y ventas al núcleo urbano formado por Guayaquil, Durán y Samborondón. Según el documento, las empresas de Quito habían vendido $ 68.797 millones en 2012, mientras que las firmas asentadas en la mencionada zona de la provincia del Guayas habían comercializado $ 42.445 millones el mismo año. Las

autoridades estatales registraban entonces la existencia de 733.977 empresas a escala nacional, de las cuales el 19% se encontraba en el Distrito Metropolitano, mientras que en Guayaquil y sus alrededores se encontraba el 14%. La ciudad también mostró liderazgo en cuanto al nivel de ventas, pues mientras a escala nacional el promedio creció 13% entre 2009 y 2012, los emprendimientos capitalinos aumentaron su comercialización un 15,12% en igual período. La Senplades mostraba a inicios de 2014 que la afiliación de trabajadores al Seguro Social (2,54 millones de personas) había crecido 13,6% a escala nacional, pero en Quito -la ciudad con mayor porcentaje de trabajadores en ocupación plena- había aumentado 12,48% y en Guayaquil 11,96%. Una situación que se habría mantenido los pasados cuatro años, según el Servicio de Rentas Internas (SRI) y la Superintendencia de Bancos. Las estadísticas muestran que Quito sigue vendiendo más: $ 65.650 millones, frente a $ 35.507 millones comercializados en el área de influencia de Guayaquil. De la misma manera, los datos sobre ahorro de los últimos tres años muestran que los habitantes de la capital guardaron $ 1.400 millones en ese tiempo, frente a los $ 1.200 millones de los moradores del puerto principal. Y del mismo modo, más empresas han optado por asentarse en el Distrito Metropolitano (99.900) en los últimos años en comparación con Guayaquil (87.200). (Telegrafo, 2016)

Los pequeños negocios que se han creado en la zona de estudio no cuentan con el abastecimiento suficiente de productos de consumo masivo, haciendo que las familias no puedan comprar o a su vez lo tengan que adquirir a un valor superior de lo que en verdad estos cuestan, la implementación de una comercializadora y distribuidora de productos de consumo masivo busca mejorar los índices de desempleo y mejoramiento del estilo de vida de las persona que habitan el lugar danto la oportunidad de empleo a las personas del sector .

CAPÍTULO II

2 Análisis Situacional

"El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno". (Salgado, 2009)

El análisis de situación inicial involucra el estudio interno de la empresa como de los factores externos con el fin de entender la situación a la que se enfrenta la empresa en un determinado periodo.

2.01 Ambiente Externo

"Son todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema. Este entorno a su vez está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas conocidas como Microambiente y Macroambiente". (Malota, 2011, pág. 03).

El ambiente externo hace referencia a los cambios del sistema que de una u otra manera pueden afectar o beneficiar a la organización y su estudio pretende estar preparados y adaptados a dichos cambios.

Para la implementación de la microempresa se debe tener en cuenta el ambiente externo ya que no son factores estables y los cambios que tengan pueden beneficiar o a su vez afectar a la microempresa, es por eso que se necesita estar actualizado de cada uno de

los cambios que se vaya dando; para tomar la mejor decisión y poder adaptarse a dichas variables.

2.01.01Factor Económico.

En el factor económico se tomará en cuenta los cambios y variables que de una u otra manera pueden afectar al poder adquisitivo de la microempresa. El factor externo es muy variable, ya que depende exclusivamente de la política y los cambios en normas y leyes que se puedan dar, buscando reactivar la economía del país.

2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)

"El producto interno Bruto es el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos dentro de un país, en un periodo de tiempo determinado" (Casares , 2009, pág. 01)

Tabla 1
Producto Interno Bruto

Año	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*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

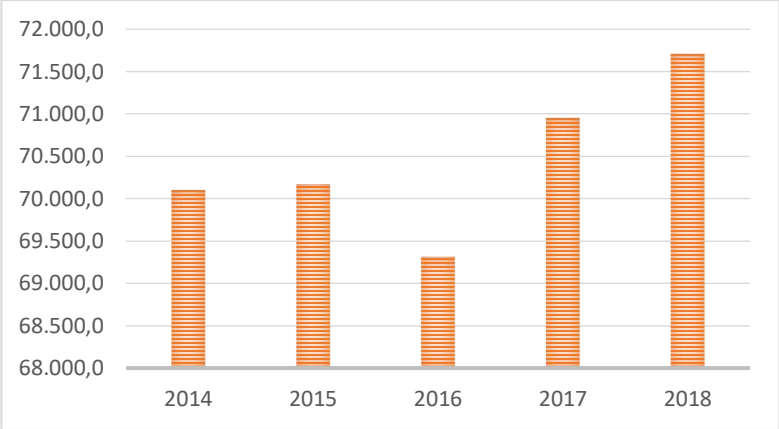


Figura 1 *Productos Interno Bruto*
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

En la figura del PIB demuestran los resultados que tiene el país durante los últimos cinco años, donde en año 2016 fue el que obtuvo un nivel más bajo, creciendo equilibradamente en el año 2017 y 2018, lo cual es un factor positivo para el proyecto, ya que demuestra que a mayor producción mayor consumo, concluyendo que el poder adquisitivo es mayor en los últimos años.

2.01.01.02 PIB Sectorial

En PIB sectorial hace referencia específicamente al mercado al que va a ser dirigido el proyecto, es este caso, al sector comercial.

Tabla 2
PIB Sectorial

Fechas	PIB	Variación
2013	6972,8	-
2014	7216,4	3,49%
2015	7265,3	-0,71%
2016	6880,9	-3,97%
2017	7252,8	5,40%

Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

2.01.01.03 Inflación

"El término inflación, en economía, se refiere al aumento de precios de bienes y servicios en un periodo de tiempo**."** (Nieto, 2010, pág. 01)

Tabla 3
Inflación

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*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

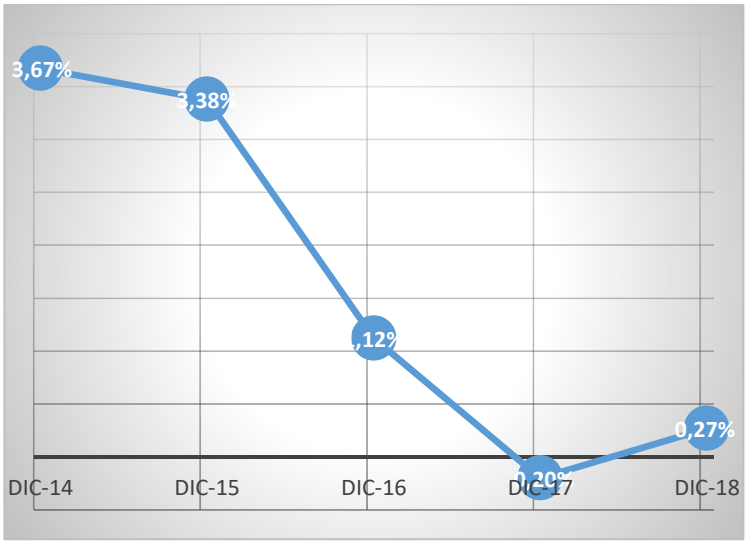


Figura 2 *Inflación*
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Los datos obtenidos de los últimos años indican que la inflación del país ha sido decreciente hasta llegar a niveles de deflación en el 2017, lo cual representa que los precios de los productos han ido a la baja.

Para el presente proyecto implica de una manera positiva, pues permite adquirir los gproductos de los diversos productores a los precios más cómodos.

Los niveles de inflación afectan al proyecto ya que al tener unos precios bajos no se logra tener una utilidad alta de la venta, donde se requiere aparte de ofrecer una variada gama de productos, una atención excelente y diferenciada.

2.01.01.04 Inflación por Ciudades.

Dentro de un país es necesario tomar en cuentas cuales son las ciudades que más influencia económica tienen dentro del país.

Se toma como referencia los datos de las principales ciudades de un país, en este caso a Quito, Guayaquil y Cuenca debido a que, son las ciudades más grandes y abarcan el mayor número de habitantes.

Tabla 4
Inflación por Ciudades

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

Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

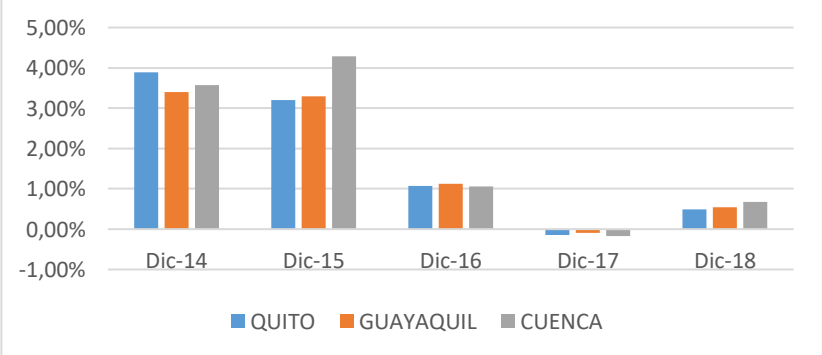


Figura 3 *Inflación por Ciudades*
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

La inflación de la ciudad de Quito representa niveles muy bajos permitiendo adquirir los diferentes productos para la venta a los mejores precios, sin embargo, al momento de la comercialización no se obtendrá una gran utilidad, puesto que los precios son generalizados.

2.01.02.05 Riesgo País.

"El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras**."** (Cordoba, 2011, pág. 02)

El riesgo país son las condiciones que tiene un país frente a otros países, su capacidad de cumplir sus obligaciones económicas frente al resto de naciones.

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*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

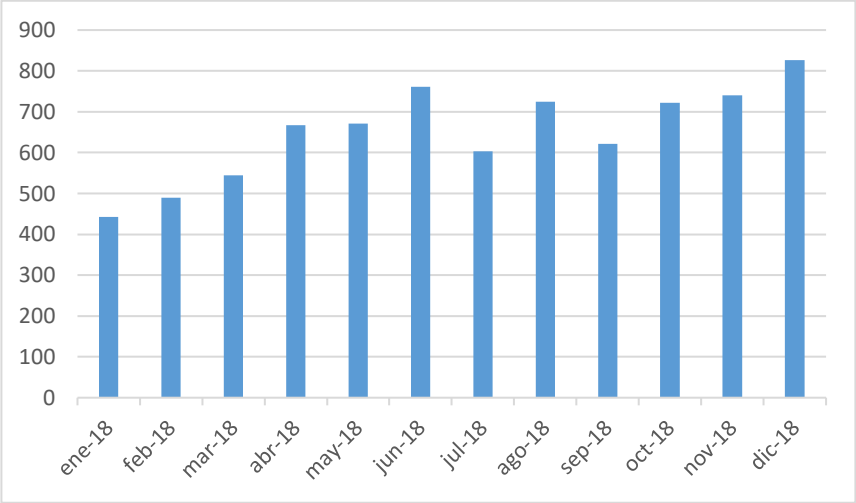


Figura 4 *Riesgo País*
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

En los últimos meses con los puntos de riesgo país están a alza lo que indica que se pierde la confianza frente al resto de países, así mismo dichos valores representan una desventaja al proyecto ya que las perspectivas de riesgo están creciendo.

2.01.02.06 Tasa de Interés

En términos económicos, la tasa de interés o tipo de interés es la cantidad que se abona en una unidad de tiempo por cada unidad de capital invertido. Es decir, es el precio que tiene nuestro dinero. (Luna, 2018, pág. 01)

2.01.02.07 Tasa de Interés Activa.

> Es 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 (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca. (Superintendencia de Bancos del Ecuador, 2016)

Se entiende como tasa de interés activa al dinero adicional que las personas o empresas deben pagar por los préstamos que solicitan a las instituciones financieras.

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*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

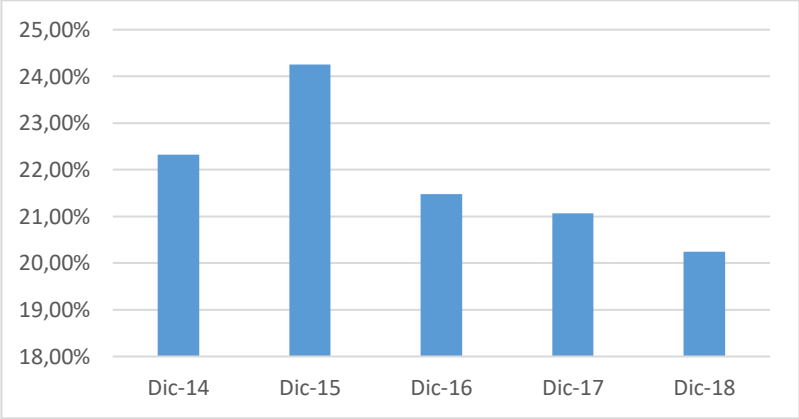


Figura 5 *Tasa de Interés Activa*
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

La tasa de interés activa dentro del país dispone de porcentajes elevados, sin embargo, son necesarios para tener la posibilidad económica para emprender con algún tipo de negocio, en el último año dichas tasas de interés disminuyen lo cual beneficia al presente proyecto ya que se tiene la facilidad de acceder a un crédito a una tasa de interés menor.

2.01.02.08 Tasa Pasiva.

La Tasa de Interés Pasiva es el tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros productos de similares características. Se conoce como pasiva porque se centra en las cuentas del pasivo de los bancos. (Nunes, 2015, pág. 01)

La tasa de interés es el valor que las instituciones financieras pagan por conceptos de intereses a las personas por el depósito de su dinero en un determinado periodo.

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*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

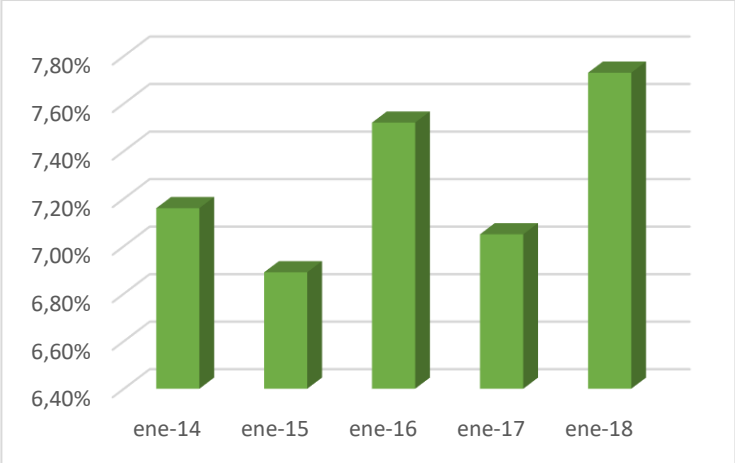


Figura 6 *Tasa de Interés Pasiva*
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

La tasa pasiva en primer lugar representa el costo de oportunidad del proyecto, en este caso dichos porcentajes son decrecientes, convirtiéndose en un factor negativo para el proyecto, ya que en el caso de excedentes de caja y decidir invertir dicha utilidad en una institución financiera la rentabilidad seria mínima.

2.01.02Factor Social.

Se entiende como factor social a todo aquello que puede afectar o beneficiar a una persona o a una sociedad en general, como el empleo, el número de personas que cuentan con un trabajo formal e informal, los cambios de leyes que pueden darse dentro del estado central o local.

2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA).

"Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)". (Ecuador en cifras, 2017, pág. 1).

La población económicamente hace referencia a todas las personas que están en condiciones de trabajar y cumplen con la edad suficiente para poderlo hacer y disponen al momento de un trabajo formal.

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 Censo*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

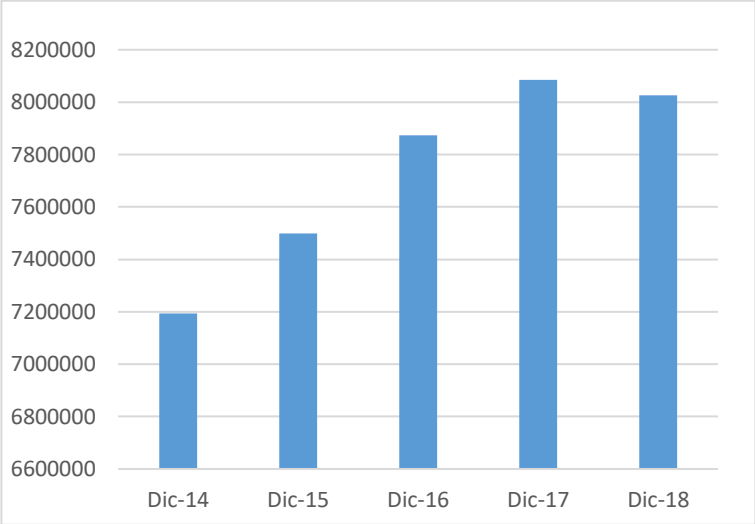


Figura 7 *Población Económicamente Activa*
Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

El país se encuentra con una tasa de población económicamente activa creciente de acuerdo a los datos de los últimos años, lo cual para el presente proyecto es un aspecto positivo porque el poder adquisitivo de las personas es mayor.

2.01.02.02 Tasa de Empleo.

"Se conoce como tasa de empleo a la razón entre la población ocupada y la población económicamente activa (que está en condiciones de formar parte del mercado laboral". (Perez, 2013, pág. 01)

Se entiende como empleo a la actividad que realizan las personas con el fin de percibir una remuneración o ingresos a cambio de prestas sus servicios laborales a empresas públicas o privadas.

Tabla 9
Tasa de 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 Censo*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

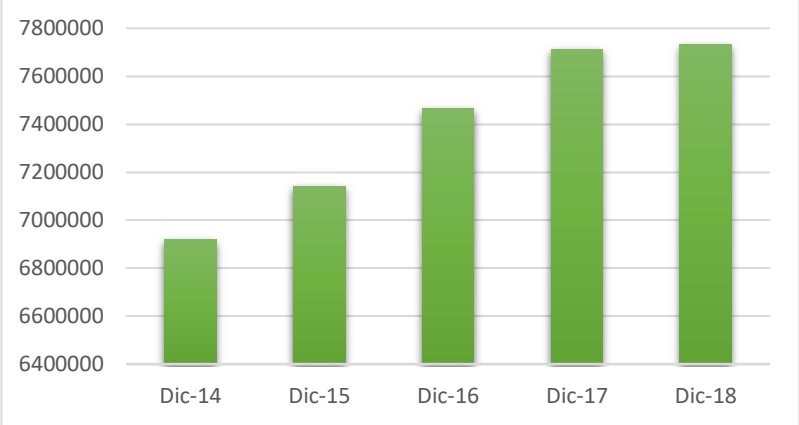


Figura 8 *Tasa de Empleo*
Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

La tasa de empleo en el país crece en el último año, donde es un factor positivo para el proyecto ya que a mayores ingresos de una familia mayor es el poder adquisitivo de las personas y eso indica que existen mayores probabilidades de que consuman lo que oferta el presente proyecto.

2.01.02.03 Desempleo.

“El término desempleo alude a la falta de trabajo. Un desempleado es aquel sujeto que forma parte de la población activa (se encuentra en edad de trabajar) y que busca empleo sin conseguirlo.” (Porto, 2009)

Es importante para el proyecto conocer la evolución del desempleo en el país, la situación actual y si el desempleo ha incrementado o disminuido en los últimos años.

Tabla 10
Tasa de Desempleo

Fecha	Cantidad	Porcentaje
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 Censo*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

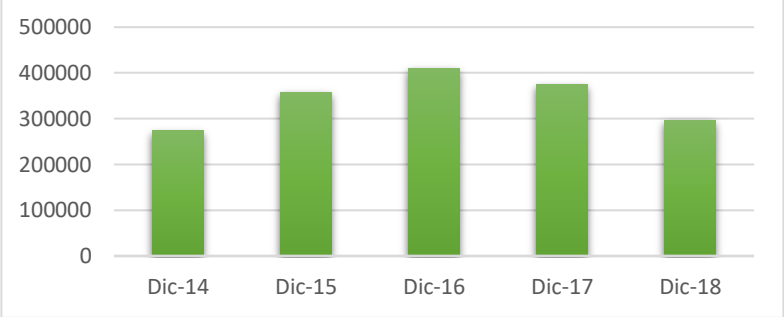


Figura 9 *Tasa de Desempleo*
Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

El desempleo aumenta en el país en el último año siendo un factor negativo para el presente proyecto ya que la sociedad al no tener una fuente de ingresos fija, prioriza el consumo de productos básicos para satisfacer sus principales necesidades.

2.01.02.04 Subempleo.

"El subempleo se da en el momento en que alguien que cuenta con determinadas capacidades para cierta ocupación, o cargo o puesto de trabajo pero que no se ocupa plenamente." (Rombiola, 2012, pág. 01)

El subempleo significa que un profesional no puede conseguir un trabajo en su rama de especialización y no tiene otra opción que optar por un trabajo fuera de su profesión.

Tabla 11
Tasa de Subempleo

Fecha	Cantidad	Subempleo
Dic-14	925774	12,87%
Dic-15	1050646	14,01%
Dic-16	1564825	19,87%
Dic-17	1602909	19,80%
Dic-18	1323724	16,50%

Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

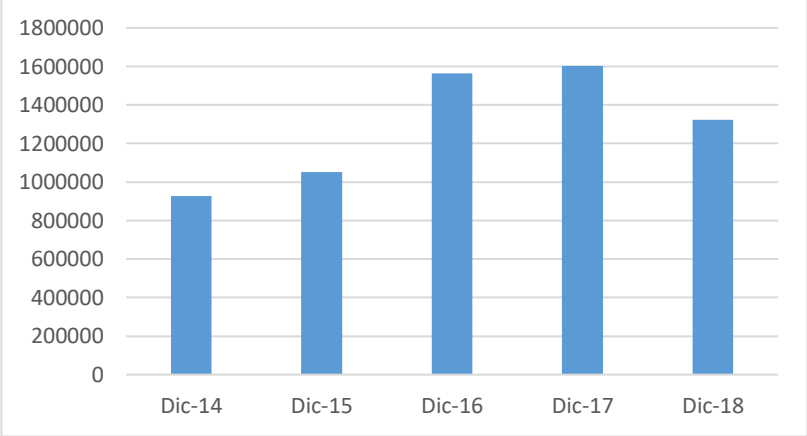


Figura 10 *Tasa de Subempleo*
Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

La tasa de subempleo dentro del país ha disminuido en el último año, siendo aún un porcentaje alto de profesionales que no pueden conseguir empleo en sus ramas de especialización, afectando al proyecto ya que las familias priorizan sus consumos

2.01.03Factor Legal

Al momento de pensar en apertura cualquier tipo de negocio se requiere cumplir con los diferentes entes de control y legalizar todo tipo de permiso y documentación necesaria con el fin de evitar multas o suspensiones.

Para el caso del presente proyecto se considera adecuado que el mismo se forme como persona natural sin contabilidad dado los siguientes criterios:

Tabla 12
Nivel de Ingresos y Gastos

Tipo	Monto
Capital	$ 180.000,00
Ingresos	$ 300.000,00
Gastos	$ 240.000,00

Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Una vez realizada la investigación sobre el factor legal se conoce de los principales permisos que se requieren para el funcionamiento.

2.01.03.01 Permisos.

- **Registro Único de Contribuyentes. (RUC.)**
  - Original y copia de cédula.
  - Planilla de servicios básicos.
  - Factura de telefonía fija o móvil, internet o televisión pagada.
  - Contrato o factura de arrendamiento.
  - Dirección de la ubicación.

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

  - **Razón social:** Juan Carlos Rodríguez Carangui
  - **Nombre comercial:** Distribuidora Rodríguez Saavedra

- **LUAE. Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de actividades económicas en el DMQ (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 Titular o Representante Legal.
- Rotulación: Rótulo existente. - Dimensiones y fotografía de la fachada del local.

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

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC

2.01.04 Factor Tecnológico.

"La tecnología, por su parte, hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico." (Porto, 2014, pág. 01)

El factor tecnológico es indispensable dentro de una organización puesto que ayuda a facilitar ciertos procesos, cada empresa debe ir adaptándose de acuerdo a los avances tecnológicos y lograr cubrir las necesidades de los clientes en menor tiempo y optimizando recursos. Para el presente proyecto si se requiere de tecnología, sin embargo, no es necesario de grandes inversiones en la misma. Además, la tecnología requerida si se encuentra en el país lo que implica que no se necesitara de importar lo que se vuelve un aspecto positivo para el proyecto.

2.02 Entorno Local.

"El entorno empresarial, por su parte, señala al marco externo que influye en el desarrollo de la actividad de una empresa." (Merino, 2009, pág. 01)

2.02.01 Cliente.

"Es un Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles". (Alvarado, 2011, pág. 01)

Se entiende como cliente a la persona que adquiere un bien o un servicio a cambio de un valor monetario, esta adquisición puede ser utilizada para un consumo personal o para ser comercializado a terceras personas.

Para el caso de los clientes, se ha realizado una segmentación previa para definir un perfil básico de los mismos, esta es:

Tabla 13
Segmentación de Mercado

Variable	Respuesta
Genero	Masculino y Femenino
Edad	Mayores a 18 años
N: Ingresos	medio, medio alto, alto
Frecuencia de compra	15 días
Ubicación	La Roldos, Pisuli

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

2.02.02Proveedores.

"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". (Porto, 2014, pág. 01)

Como proveedor se entiende a la persona u organización que está en la capacidad de abastecer a una organización o grupo de personas, ofreciendo ciertos tipos de productos

para cubrir las necesidades de los demandantes. Los posibles proveedores del presente proyecto serán:

Tabla 14
Proveedores

Proveedor	Producto	Motivo De Compra
La Fabril	Higiene	Demanda de Productos
Asertia Comercial	Limpieza	Precios
Arca Andina	Bebidas	Preferencia
Cervecería Nacional	Bebidas	Demanda de Productos
Grupo Familia	Limpieza	Demanda de Productos
Calbaq	Limpieza	Demanda de Productos

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Dentro de los posibles proveedores se debe tomar en cuenta diferentes factores como variedad de productos, calidad, los precios de cada uno de ellos, facilidad de entrega, demanda con el fin de disponer de un stock de mercadería que pueda rotar constante.

2.02.02 Competencia.

"La competencia es un contexto que aparece cuando los actores económicos tienen libertad para participar del mercado a través de la oferta y la demanda de productos y servicios." (Gardey, 2012, pág. 01)

Se conoce como competencia a las personas u organizaciones que están en la capacidad de ofrecer productos o servicios similares o sustitutos a los clientes los cuales toman la decisión de compra dependiendo de los precios, promociones, etc.

Después de haber realizado una inspección in situ y mediante la técnica de la observación se han identificado a los posibles competidores dentro de la zona:

Tabla 15

Competidores

Nombre	Dirección
Pañalera Belén	La Roldos N-85 y OE11A
Abarrotes Don Luis	La Roldos Sector el Consejo
Comercial Buendía	San Francisco de Rumiurcu

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

2.03 Matriz de Factores Externos

En el presente proyecto se ve necesario analizar únicamente los factores externos ya que son los que afectan o benefician en el presente y se debe tener claro cómo afrontarlos; los factores internos no son necesarios ser estudiados ya que el proyecto no está en marcha aun.

Tabla 16
Matriz de Factores Externos

Oportunidades	Amenazas
1. Crecimiento en el mercado local.	1. Incremento de precios de productos
2. Productos con alta demanda	2. Nuevos competidores
3. Captar clientes de parroquias cercanas	3. Productos sustitutos
4. Variación de productos para la venta	4. Incremento de Inseguridad
5. Ubicación estratégica para la vena	

Realizado por: *Juan Carlos Rodríguez*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

El análisis de los productos externos ayuda a conocer los factores positivos y negativos que involucran al proyecto y tener un plan para sacar provecho de las oportunidades que se presenten, así mismo tener una estrategia para no caer o ser víctima de las amenazas que van a aparecer en cualquier momento.

2.04 Propuesta Estratégica

> Cuando hablamos de una planeación estratégica es cuando planteamos específicamente las metas a lograr así como también sabemos que debemos que tomar riesgos, no se puede dejar en ultimo termino que podemos cometer errores pero al igual saber corregirlos tener opciones si en algún momento la estrategia no se concluye como se dispuso. (Lopez, 2013, pág. 01)

La propuesta estratégica involucra a cada uno de los trabajadores de una empresa ya que toma en cuenta sus metas, como la visión que tiene la empresa y cuál es el plan a seguir para llegar a dicha meta, así también cuales son las dificultades que debe afrontar y los caminos a seguir.

2.04.01 Misión.

> La misión define principalmente cual es nuestra labor o actividad en el mercado, además se puede completar haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor o actividad. (Espinoza, 2012, pág. 1)

"Distribuidora Rodríguez Saavedra" tiene la siguiente misión:

Ser una microempresa dedicada a la comercialización y distribución de productos de primera necesidad, con el fin de generar ganancias para sus propietarios, ayudando a la sociedad con la generación de empleo, cumpliendo todas las leyes y normas establecidas.

2.04.02 Visión.

> La visión define las metas que pretendemos conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, puesto que la propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador. Para la definición de la visión de nuestra empresa, nos ayudará responder a las siguientes preguntas: ¿Qué quiero lograr?, ¿dónde quiero estar en el futuro?, ¿para quién lo haré?, ¿ampliaré mi zona de actuación? (Espinoza, 2012, pág. 01)

Distribuidora Rodríguez Saavedra tiene la siguiente visión:

Llegar a ser en el año 2024 una empresa competitiva en el sector norte de la ciudad, logrando la fidelidad de los clientes, teniendo una línea de negocio establecida, logrando cubrir toda necesidad de los clientes.

2.04.03 Objetivos.

Los objetivos constituyen el eje de la organización para alcanzar sus metas propuestas, estos objetivos deben ser medibles para ser evaluados dependiendo de la situación de la empresa y los cambios que deba afrontar.

2.04.03.01 Objetivo General

"Distribuidora Rodríguez Saavedra" se encarga de comercializar y distribuir productos de consumo masivo con el fin de obtener ingresos para sus propietarios y servir a la comunidad ofertando fuentes de empleo.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Estudio constante en el tema coberturas con el fin de cubrir con todos los pedidos de los clientes en el menor tiempo posible.
- Innovación y variación de productos con el fin que el cliente tenga alternativas de consumo.
- Presentación de nuevas líneas de productos con el fin que el cliente tenga varias opciones de compra.

2.04.04 Principios y/o Valores

Para que la empresa desarrolle sus actividades dentro de un marco ético se propone que la microempresa se alinee a los siguientes principios y valores:

❖ **Principios.**

Los principios son la parte fundamental de toda empresa junto a los valores, ya que estos representan la imagen de la empresa y sus colaboradores, su comportamiento y

manera de actuar frente a sus competidos, clientes, proveedores y a todas las personas que los rodean.

Para la "Distribuidora Rodríguez Saavedra" los principales valores son:

- Trabajo en equipo: Alivianando el trabajo para todos los colaboradores.
- Transparencia: Frente a los colaboradores y clientes.
- Solidaridad: Para los colaboradores y el medio que nos rodean
- Atención al cliente: Lograr que el cliente se sienta conforme y satisfecho con la atención de todo el equipo de trabajo.

❖ **Valores**

Los valores se entienden como la manera de actuar de las personas en los diferentes escenarios de la vida y tomar las decisiones correctas independientemente de las circunstancias en las que se encuentre. Para el presente proyecto los principales valores a practicar diariamente son:

- **Respeto:** Acatar y aceptar las ideas y decisiones del resto de personas.
- **Puntualidad:** Entrega del producto en el menor tiempo posible.
- **Compromiso de mejora:** Innovación constante y ser una empresa adaptable al avance de la tecnología.
- **Honestidad:** Seriedad con los clientes sin ofrecer productos o promociones que la empresa no está en la capacidad de cumplir.

2.04.05 Gestión Administrativa

"La administración es un proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar, desempeñada para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos." (Terry, 2011, pág. 01)

Para el presente proyecto la gestión administrativa es fundamental ya que debe existir la persona capaz de tomar las decisiones de la empresa, así mismo velar por los intereses de la misma, saber guiar al equipo de trabajo y poder ser la imagen de la empresa frente a los clientes y proveedores.

2.04.05.01 Organigrama Administrativo

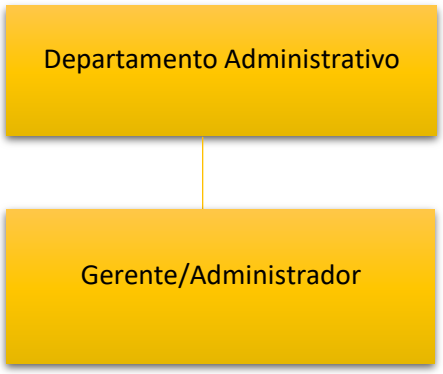


Figura 11 *Organigrama Administrativo*
Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

2.04.05.02.01 Manual de Funciones del Departamento Administrativo.

	Distribuidora Rodríguez Saavedra
Cargo	Gerente General
Requisitos académicos	Tecnología en Banca y Finanzas
Experiencia laboral	Mínimo 3 años
Funciones	
1	Gestionar el correcto funcionamiento de los departamentos
2	Toma de decisiones que beneficien a la empresa
3	Negociación con los proveedores precios, plazos de pago, facilidades
4	Buscar y negociar con clientes potenciales
5	Analizar y proponer mejoras continuas
6	Ser la persona encarga de mantener un ambiente de trabajo adecuado

Figura 12 *Manual de Funciones Dep. Administrativo*
Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

2.4.06 Gestión Operativa

> "La importancia del área de Operaciones o Producción radica en que comprende todo el proceso detallado y complejo para la fabricación de productos o la implementación de servicios, que al final es lo que vende la empresa y lo que le representa sus ingresos más significativos". (Valdez, 2017, pág. 01)

El departamento de operaciones es el encargado del correcto manejo de la mercadería que la empresa adquiera o venda, manejando un sistema de inventarios adecuado, verificando la vida útil década uno de los productos, y manejando la bodega con orden y limpieza.

2.04.07 Gestión Comercial.

"La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing." (Nunez, 2015, pág. 01)

El departamento de ventas es importante para la empresa ya que tiene la principal tarea que es vender todos los productos disponibles y dar a conocer a "Distribuidora Rodríguez Saavedra" frente a los clientes y posibles clientes.

2.04.07.01 Organigrama Departamento de Ventas

Figura 13 *Organigrama Dep. De Ventas*
Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

2.04.07.02 Manual de Funciones del Departamento de Ventas.

	Distribuidora Rodríguez Saavedra
Cargo	Vendedor/ Cajero
Requisitos académicos	Bachiller comercial
Experiencia laboral	Mínimo 3 años
Funciones	
1	Vender
2	Adecuado control de cartera
3	Excelente relación con los clientes
4	Presentar y dar a conocer los nuevos productos a los clientes
5	Aumentar la base de datos de clientes

Figura 14 *Manual de Funciones Dep. Ventas*
Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

2.04.07.03 Marketing Mix

- **Producto.**

> El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. (Farber, 1994, pág. 37)

Los productos que el presente proyecto va a tener para su comercialización son variados con el fin que el cliente tenga opciones de compra tomando en cuenta la calidad y los precios, entre los mismo se encuentran productos de aseo personal como jabones, desodorantes, gel de peinar, cepillo y pasta de dientes, cremas humectantes, papel higienice, pañales, así mismo en el aseo del hogar se dispondrá de productos como lavavajillas, desinfectantes, cloros, ambientales, servilletas, en el caso de alimentos se dispondrá de azúcar y arroz de marcas reconocidas.

"DISTRIBUIDORA RODRIGUEZ SAAVEDRA"; este nombre representado por la unión de dos familias con mentalidad emprendedora que buscan establecerse en el sector comercial ofreciendo una variedad de productos de primera necesidad.

- **Logotipo de la Microempresa.**

El logotipo es un elemento fundamental para todo tipo de negocio ya que por medio del mismo se identifica o se logra reconocer a la empresa y su función dentro del mercado.

Figura 15 *Logo de la Microempresa*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Carlos Rodríguez*

La figura del león y el color concha de vino representan la voluntad y la fuerza de una familia para emprender un negocio, el color concha de vino se elige por el olfato para los negocios y la visión hacia el futuro.

- **Eslogan**

El eslogan representa el compromiso que tiene la empresa con sus clientes y se dispone a cumplir con cada una de las palabras que en el representan.

Distribuidora "Rodríguez Saavedra" presenta el siguiente eslogan.

"Comprometidos con el servicio, la calidad y su tiempo".

❖ **Plaza.**

> La plaza comprende las actividades de la empresa que ponen al producto a disposición de los consumidores meta. La mayoría de los productores trabajan con intermediarios para llevar sus productos al mercado. Estos intermediarios su vez, utilizan los canales de distribución consisten en un conjunto de individuos y organizaciones involucradas en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor. (Kotler, 2010, pág. 1)

Distribuidora Rodríguez Saavedra estará ubicada en la parroquia el Condado, específicamente en el barrio Cooperativa Jaime Roldos, de donde se puede aprovechar

la cercanía a barrios vecinos como son Pisulí, La Planada, Rancho Bajo entre otros y se puede acceder rápidamente sin tener que lidiar con el tráfico de la ciudad cumpliendo con las entregas en el menor tiempo posible.

- **Canales de Distribución.**

En el caso del presente proyecto se emplea dos canales de distribución:

El canal directo que es aquel donde se adquiere directamente la mercadería a los proveedores y se vende directo al consumidor final.

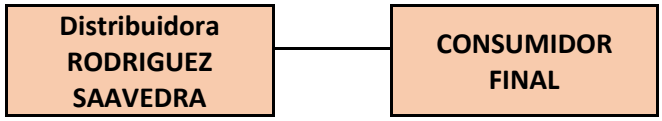


Figura 16 *Canal de Distribución*
Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

En el presente proceso se utilizará un canal de venta directa debido a que se adquirirá la mercadería directamente de los productores, así mismo se venderá directamente al consumidor final.

❖ **Promoción**

> La promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos*".* A esto añaden algo a tomar en cuenta: *"*La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto. (Jerome, 1999, pág. 464)

"Distribuidora Rodríguez Saavedra" con el fin de darse a conocer en el mercado y mantener informado a sus clientes se ayudará de varios medios a través de los cuales pone en conocimiento sobre promociones vigentes, precios, stock de productos o línea de nuevos productos con el fin de que puedan acceder a ellos. Adicional a los clientes se les entregara detalles con el fin de darse a conocer y lograr incentivar en ellos un

compromiso y fidelidad hacia la distribuidora. Entre las herramientas a utilizar se disponen de las siguientes:

- Diseño de página de Facebook.
- Vallas publicitarias.
- Esferos con logo de la empresa como un presente para los clientes.
- Calendarios como presente para clientes.

Lo relacionado a las estrategias de comercialización se presenta en el ANEXO 1.

❖ **Precio**

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. (Thompson, 2016, pág. 03)

- **Precio Sombra:** Es aquel precio que se establece a un determinado producto que no tiene una frecuente circulación en el mercado.
- **Precio con Costeo:** Es aquel precio que se fija en el mercado, tomando en cuenta el precio de adquisición y el margen de utilidad que se espera obtener de dichos productos.

Para el presente proyecto los precios se establecerán de acuerdo al mercado local, donde se utiliza la metodología del precio con costeo y se utilizará el precio sombra para definir la referencia del mercado.

CAPÍTULO III

3 Estudio de Mercado

> Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Thompson, 2016, pág. 03)

Mediante el estudio de mercado se establece a que personas y sector va a ser dirigido el estudio, con el fin de conocer su comportamiento en el mercado, y poder recopilar la mayor información posible.

3.1 Análisis del Consumidor

> Estudiar el comportamiento del consumidor y elegir el público objetivo, son tareas críticas para las distintas empresas y en concreto para el Marketing. No todos los consumidores tienen las mismas necesidades o gustos por lo que se hace necesario dividir el mercado en grupos con características homogéneas para conocer realmente al consumidor y ofrecerle una oferta adecuada a sus peticiones. Esta acción de agrupar a los clientes recibe el nombre de segmentación. (Bustelo, 2016)

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra.

"La población estadística es una variable aleatoria relacionada con los objetos o individuos que se pretende estudiar en una investigación. Cada uno de los elementos de la población se denomina individuo y estos comparten algunas características". (Yanez, 2002, pág. 01).

❖ **Población**

La población no es más que el total de la población que va a ser tema de estudio. Para el proceso el total de la población es el número de habitantes de la parroquia el Condado.

Tabla 17
Población

Zona	Población
Ecuador	17.267.986
Sierra	7.733.725
Pichincha	3.172.200
Quito	2.735.987
Cotocollao	36.875
Objetivo	23.599

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

❖ **Muestra**

La muestra es una porción del total de la población la cual va a ser directamente dirigida el estudio mediante la utilización de herramientas para la recolección de datos.

La fórmula que se utiliza para la selección de la muestra es la siguiente:

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

Figura 17: *Formula para Cálculo de la Muestra*
Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Donde cada una de las siglas tienes el siguiente significado:

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%)

Una vez despejada la formula obtenemos el número de encuestas a realizar.

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

$$n = 373$$

3.01.02 Técnicas de Obtención de Información.

- **Encuesta**

"Una 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. 03)

- **Entrevista**

"Entrevista es un término que está vinculado al verbo entrevistar (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado)". (Gardey, 2012, pág. 04)

- **Observación**

"Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno tomar información y registrarla para su posterior análisis." (Leal, 2016, pág. 01)

En el proyecto se utiliza la encuesta como herramienta para la recolección de datos, la cual va a ser realizada a los consumidores que en este caso seria los cabezas de hogar de las familias. El modelo de la encuesta se presenta en el ANEXO 2.

3.01.03 Análisis de la Información

Mediante el análisis de las respuestas de cada pregunta se determina la opinión del público, así mismo se verifica si dicho proyecto es aceptable o no en dicho sector, permite también conocer las necesidades que tienen los consumidores.

Pregunta 1. ¿Dónde adquiere normalmente los productos de consumo masivo?

Tabla 18
Tabulación Pregunta 1

Alternativa	frecuencia	Porcentaje
Distribuidoras	158	42%
Tiendas Mayoristas	142	38%
Supermercados	73	20%
Otros	0	0%
Total	373	100%

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

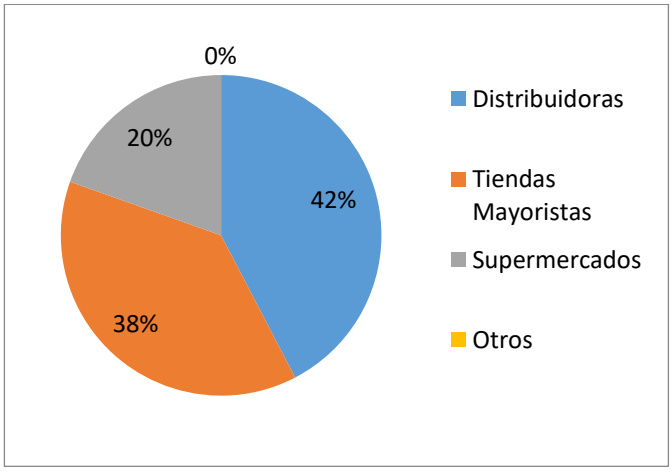


Figura 18 *Figura de datos de Pregunta 1*
Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Del total de personas encuestadas un 42% responde que adquiere sus productos de consumo masivo en las distribuidoras, el 38% los adquiere en las tiendas mayoristas y el 20% prefiere adquirirlos en supermercados.

Pregunta 2. ¿Cada qué tiempo usted realiza compras de productos de consumo masivo?

Tabla 19
Tabulación de Pregunta 2

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Diario	182	49%
Semanal	106	28%
Quincenal	85	23%
Total	373	100%

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

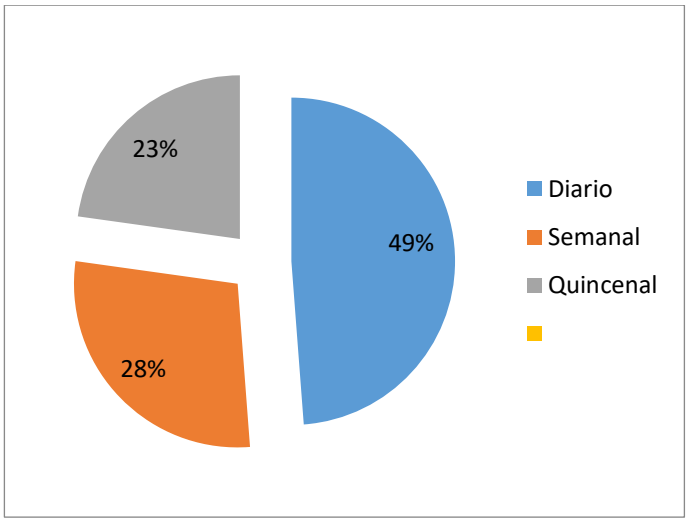


Figura 19 *Figura de datos de Pregunta 2*
Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Del total de personas encuestadas se obtuvo la siguiente información: el 49% respondieron que adquieren sus productos de consumo masivo diariamente, el 28% prefiere adquirirlos semanalmente y el 23% los adquiere una vez cada 15 días.

Pregunta 3. ¿Cuánto gasta en promedio en sus compras de productos?

Tabla 20
Tabulación de Pregunta 3

Opciones	Cantidad	Porcentaje
5	146	39%
10	101	27%
20	72	19%
20 o mas	54	14%
Total	373	100%

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

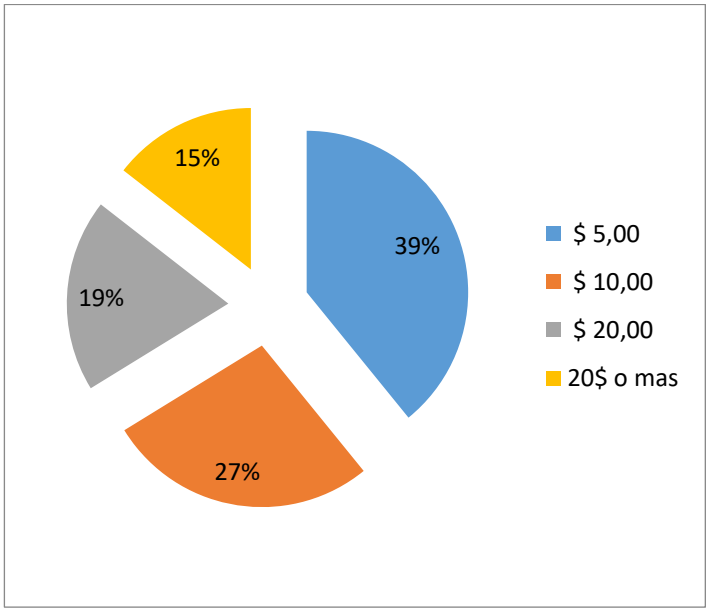


Figura 20 *Figura de repuestas de Pregunta 3*
Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Los resultados obtenidos sobre el valor que destinan a sus compran de productos diariamente son: el 39% destina 5 dólares, un 27% destina un valor de 10 dólares, un 19% destina un monto de 20 dólares y el 15% destina más de 20 dólares a la adquisición de los productos.

Pregunta 4. ¿Está usted satisfecho con los lugares donde realiza sus compras?

Tabla 21
Tabulación Pregunta 4

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	173	46%
No	200	54%
Total	373	100%

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

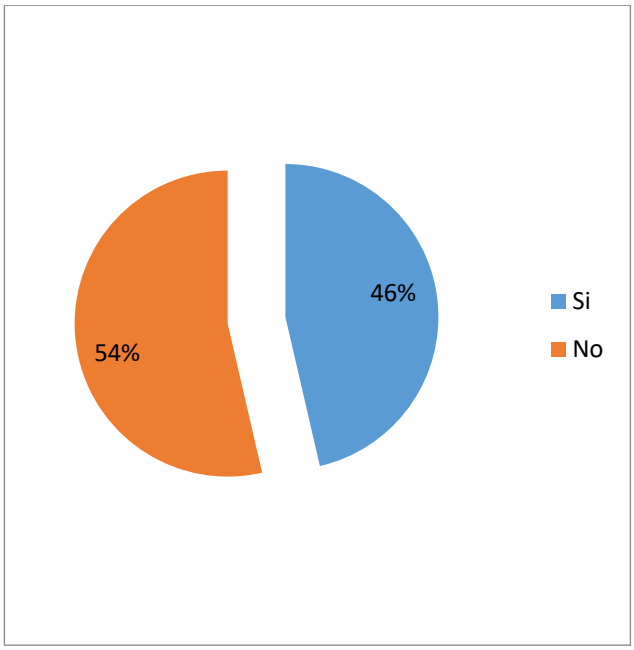


Figura 21 *Figura de respuestas de Pregunta 4*
Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Sobre los resultados obtenidos acerca de si las personas están o no conformes con los lugares donde realizan sus compras se obtuvo los siguientes datos: el 46% si están conformes y el 54% no están conformes con el lugar donde realizan sus compras.

Pregunta 5. ¿Usted está de acuerdo con la implementación de una distribuidora y comercializadora de producto de consumo masivo es la cooperativa Jaime Roldos?

Tabla 22
Tabulación de Pregunta 5

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	289	77%
No	84	23%
Total	373	100%

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

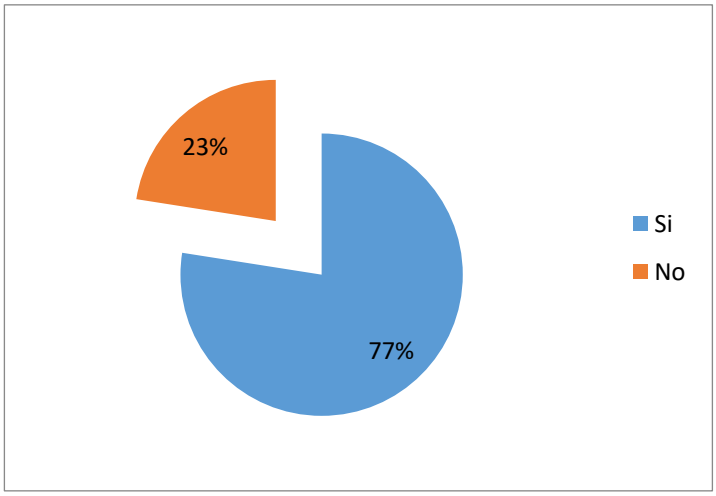


Figura 22 *Figura de respuestas de Pregunta 5*
Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Las personas encuestadas respondieron de la siguiente manera: el 77% de personas están de acuerdo con la implementación de una distribuidora de consumo masivo en la cooperativa Jaime Roldos y el 23% no están de acuerdo.

Pregunta 6. ¿Señale cuál de los siguientes productos son los que usted más comercializa en su local comercial?

Tabla 23
Tabulación de Pregunta 6

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Alimentación	182	49%
Aseo Personal	80	21%
Aseo del Hogar	111	30%
Total	373	100%

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

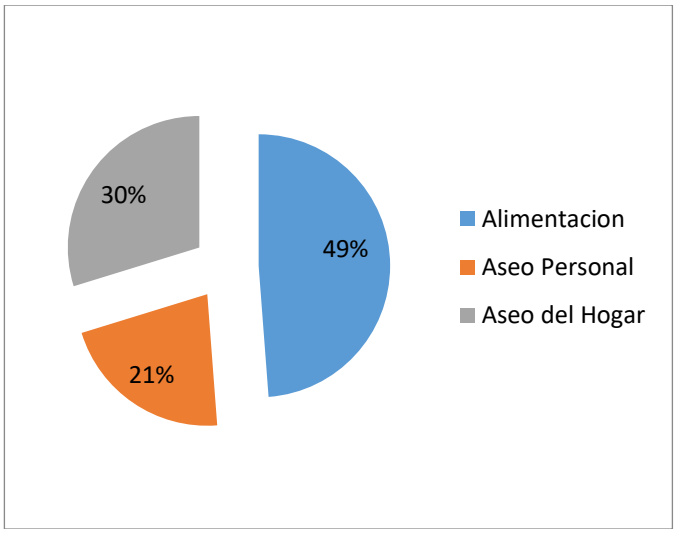


Figura 23 *Figura de respuestas de Pregunta 6*
Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Las personas que disponen de locales comerciales en la cercanía del proyecto indican que el 49% comercializan con mayor frecuencia productos de alimentación, el 30% comercializan productos de aseo para el hogar y el 21% comercializan frecuentemente productos de aseo personal.

Pregunta 7. ¿Al momento de elegir un producto usted se fija principalmente en?

Tabla 24
Tabulación de Pregunta 7

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Precio	182	49%
Marca especifica	109	29%
Presentación	82	22%
Total	373	100%

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

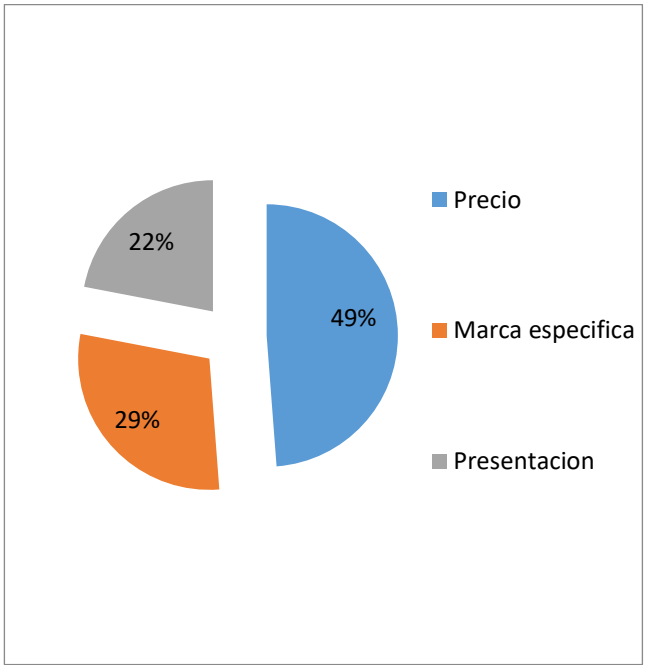


Figura 24 *Figura de respuestas de Pregunta 7*
Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

El 49% de las personas encuestadas al momento de realizar sus compras se fijan principalmente en los precios, el 29% toman en cuenta la marca específica del producto, y el 22% los elijen por su presentación.

Pregunta 8. Usted está de acuerdo que en las tiendas donde adquiere normalmente sus productos suban los precios debido a que solo ellos los disponen.

Tabla 25
Tabulación de Pregunta 8

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	68	21%
No	302	78%
Depende del Producto	3	1%
Total	373	100%

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

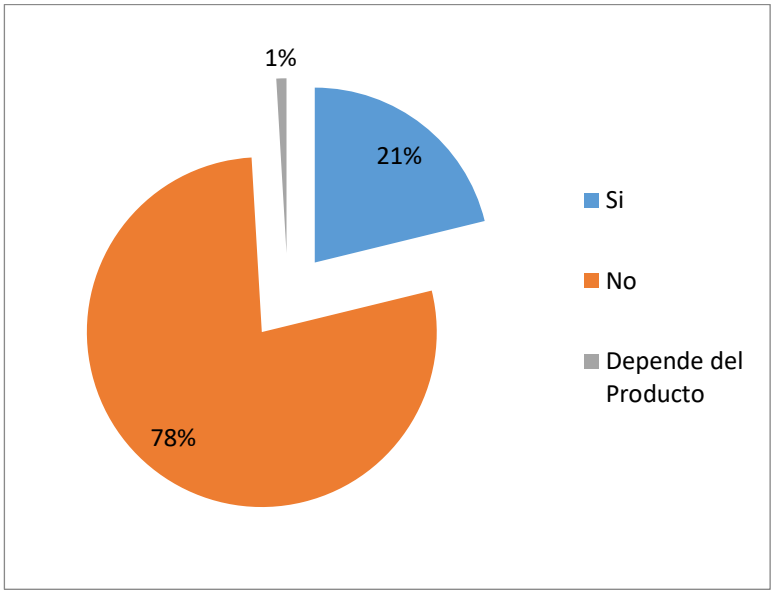


Figura 25 *Figura de respuestas de Pregunta 8*
Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

El 78% de las personas encuestadas no están de acuerdo que los propietarios de las tiendas que dispongan de dicho productos tengas que subir los precios a pesar que solo ellos dispongan de determinado producto.

3.02Demanda

"La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Casi todos los seres humanos del planeta demandan un bien o un servicio, oro, arroz, zumo de naranja, educación superior." (Navarro, 2008, pág. 02)

La demanda es todo aquel bien o servicio que la sociedad requiere para ser utilizado dentro del hogar, por lo que acude a los locales donde puede adquirirlos a cambio de dinero.

3.02.01 Demanda Histórica

La demanda histórica es la información de años anteriores referentes a la frecuencia de compra de un bien o servicio. Dentro del presente proyecto esta demanda se calculó utilizando la tasa de crecimiento de los últimos años, donde se obtuvo los siguientes datos.

Tabla 26
Demanda Histórica

Año	Demanda
2018	4.670.325
2017	4.544.226
2016	4.421.532
2015	4.302.151
2014	4.185.992

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

3.02.02 Demanda Actual

"La suma total de los bienes o servicios vendidos en un período." (Vázquez, 2014, pág. 01)

La demanda actual son todos los bienes y servicios que la sociedad necesita o demanda para cubrir una necesidad en un periodo establecido en el tiempo. En el presente proyecto se obtuvo la siguiente información obtenida mediante la utilización de la encuesta.

Tabla 27
Demanda

Tipo	Población
Demanda actual	4.799.923

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

3.02.03 Demanda Proyectada

"Para proyectar la oferta, se debe considerar la evolución esperada de la provisión del bien o servicio por parte de los oferentes actuales o la entrada de nuevos proveedores en al área de influencia". (Holguín, 2012, pág. 01)

Tabla 28
Proyección de la Demanda

Años	Demanda Proyectada
2020	4.929.521
2021	5.062.618
2022	5.199.308
2023	5.339.690
2024	5.483.861

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Para realizar la proyección de la demanda, se tomó en cuenta la tasa de crecimiento población de los últimos años, dicha información se encuentra en la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

3.03 Oferta

"Para la economía, la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto." (Gardey, 2009)

3.03.01 Oferta Histórica.

La oferta histórica son los datos del mercado que se obtienen de años anteriores y sirven como referencia para conocer qué impacto tuvo un producto dentro de la sociedad.

Tabla 29
Datos de la Oferta Histórica

Año	Total
2018	2.166.129
2017	2.107.644
2016	2.050.737
2015	1.995.367
2014	1.941.492

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

3.03.02 Oferta Actual

"La definición más asequible que conozco de la oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta." (Navarro, 2008, pág. 01)

Mediante la información recolectada en la encuesta, el presente proyecto obtiene la siguiente información acerca de la oferta que va a ser aceptada por la sociedad.

Tabla 30
Oferta Actual

Año	Total
2019	2.226.238

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos*

3.03.03 Oferta Proyectada

La oferta proyectada es el cálculo que se realiza utilizando como dato el crecimiento poblacional, con el fin de conocer aproximadamente cual va a ser la oferta que se debe ofrecer en los siguientes años.

Tabla 31
Oferta Proyectada

Año	Cantidad
2020	2.286.346
2021	2.348.077
2022	2.411.475
2023	2.476.585
2024	2.543.453

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

3.04 Productos Sustitutos

"Un producto se considera un producto sustitutivo (o bien sustituto) de otro cuando uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos." (Torreblanca, 2017, pág. 05)

Uno de los productos sustitutos son las bodegas de papel higiénico que existen por el sector, ya que estas a pesar de vender los mismos productos que ofrece el presente proyecto se especializan únicamente en dicho producto, para lo cual se realiza una investigación mediante la observación con el fin de determinar qué cantidad de clientes compran diariamente. Obteniendo los siguientes resultados.

3.04.01 Oferta Histórica

Se presenta la tabla resumen de la oferta histórica del producto sustituto en los últimos cinco años.

Tabla 32
Demanda Histórica

Año	Demanda
2018	28.022
2017	27.266
2016	26.530
2015	25.813
2014	25.116

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Según los datos obtenidos de la oferta histórica se puede concluir que dicho producto en cada año tuvo una demanda creciente.

3.04.02 Oferta Actual.

La oferta actual del producto sustituto al proyecto se calcula mediante la técnica de la observación, donde se determina el número de clientes que ingresan a un local y adquieren el producto, dicho valor se multiplica por el número de días del año, obteniendo la demanda actual.

Tabla 33
Demanda Actual

Año	Total
2019	28.800

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

3.04.03 Oferta Proyectada.

La oferta proyectada se calcula con el dato de la inflación con el fin de conocer el aumento o disminución de la demanda del producto en los siguientes años.

Tabla 34
Demanda Proyectada

Año	Demanda
2020	29.578
2021	30.376
2022	31.196
2023	32.039
2024	32.904

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Para el cálculo de la oferta histórica y proyectada se utiliza el porcentaje de la tasa de crecimiento.

3.05 Balance Oferta-Demanda

3.05.01 Balance Actual

> En una situación normal, el mercado se encuentra equilibrado. Se oferta tanto como se demanda. Es decir que todo lo que hay para vender se vende (nadie demanda más ni menos de ese determinado bien o servicio de lo que está ofertado en el mercado). (Holguín, 2007)

Tabla 35
Balance

Año	Demanda	Oferta	D. Insatisfecha
2019	4.799.923	2.226.238	2.573.685

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

3.05.02 Balance Proyectado

"El conocimiento de la demanda y la oferta proyectada nos permitirá conocer la demanda disponible del proyecto." (Dolande, 2014, pág. 01)

El balance proyectado permite determinar un equilibrio entre la oferta y la demanda proyectada para los siguientes años.

Tabla 36
Balance Proyectado

Año	Demanda	Oferta	D. Insatisfecha
2020	4.929.521	2.286.346	2.643.175
2021	5.062.618	2.348.077	2.714.540
2022	5.199.308	2.411.475	2.787.833
2023	5.339.690	2.476.585	2.863.104
2024	5.483.861	2.543.453	2.940.408

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Mediante los datos obtenidos se determina que en dicho sector existe una demanda insatisfecha de productos de primera necesidad, así mismo con la información obtenida mediante la encuesta se da a conocer que el actual proyecto dispone de los requisitos para cubrir las necesidades que los consumidores piden o requieren.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

El estudio técnico consiste en la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva, e implica los requerimientos de materias primas e insumos. Su objetivo básico es demostrar la viabilidad del proyecto, justificando seleccionar la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías accesibles. (Aranday, 2017, pág. 01)

4.01 Tamaño del Proyecto

La Importancia de definir el Tamaño que tendrá el Proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del Tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicara la estimación de los ingresos por venta. (Alva, 2017, pág. 03)

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. (Nuñes, 2015, pág. 03)

4.01.02 Capacidad Óptima.

La capacidad óptima es la producción o comercialización de productos que se espera obtener tomando en cuenta las condiciones del medio y sobretodo la condiciones que se encuentra el proyecto.

4.02 Localización

4.02.01 Macro – Localización

La macro localización es el sector donde pretende ser llevado el proyecto, en este caso sería la provincia de Pichincha, ciudad Quito.

Tabla 37
Localización

Zona
Ecuador
Sierra
Pichincha
Quito
Cotocollao

Fuente: *Investigación Propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

- **Mapa de la Ciudad de Quito.**

Figura 26 *Mapa de Quito*
Fuente: *Google maps*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

4.02.02 Micro –Localización

La micro localización da a conocer el lugar específico dentro de un sector, donde va a ser implementado un proyecto.

El presente proyecto tiene como ubicación el sector norte de la ciudad de quito, específicamente en la cooperativa Jaime Roldos.

Figura 27 *Mapa de la Cooperativa Jaime Roldos*
Fuente: *Google maps*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

- **Mapa de Cotocollao**

Figura 28 *Mapa de Cotocollao*
Fuente: *Google maps*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

4.02.03 Localización Óptima

"La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida aque se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital". (Ordonez, 2017, pág. 01)

Dentro de ese barrio se han seleccionado tres posibles alternativas para ubicarse, estas son:

- **Alternativa 1:** Calle San Francisco de Rumiurcu y calle B1
- **Alternativa 2:** Avenida B2 y calle B1
- **Alternativa 3:** Calle C2-B2 diagonal a la farmacia Cruz Azul

Para seleccionar la mejor alternativa se implementa una tabla de ponderación:

Tabla 38:
Tabla de Valores

Puntaje	Ponderación
1	Muy malo
2	Malo
3	Regular
4	Bueno
5	Excelente

Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Con la tabla de ponderación se evalúa a las siguientes posibilidades de ubicación con el fin de obtener la ubicación más óptima para la instalación del proyecto.

Tabla 39:
Ponderaciones.

Factores	Ponderación	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación
Costo	20%	3	0,6	4	0,8	5	1
Infraestructura	20%	3	0,6	4	0,8	4	0,8
Ubicación	25%	4	1	3	0,75	4	1
Seguridad	20%	1	0,2	2	0,4	4	0,8
Garantías	5%	2	0,1	3	0,15	3	0,15
Visibilidad	5%	2	0,1	2	0,1	4	0,2
Accesibilidad	5%	3	0,15	4	0,2	4	0,2
Total	**100%**	**TOTAL**	**2,75**	**TOTAL**	**3,2**	**TOTAL**	**4,15**

Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Una vez estudiado las alternativas de las tres posibles alternativas, se opta por la opción tres que está ubicada en la calle C2-B2 diagonal a la farmacia Cruz Azul., ya que tiene la

mejor infraestructura, el costo más bajo, tiene la mejor ubicación y mejor seguridad, así mismo es accesible y dispone de una excelente visibilidad, así mismo el tamaño del local dispone de 70 metros cuadrados donde se puede distribuir cómodamente la mercadería.

4.03 Ingeniería del producto

4.03.01 Definición del Bien

Los productos que el presente proyecto va a tener para su comercialización son variados con el fin que el cliente tenga opciones de compra tomando en cuenta la calidad y los precios, entre los mismo se encuentran productos de aseo personal como jabones, desodorantes, gel de peinar, cepillo y pasta de dientes, cremas humectantes, papel higienice, pañales, así mismo en el aseo del hogar se dispone con productos como lavavajillas, desinfectantes, cloros, ambientales, servilletas, en el caso de alimentos se dispondrá de azúcar y arroz de marcas reconocidas.

"DISTRIBUIDORA RODRIGUEZ SAAVEDRA"; este nombre representa la unión de dos familias con mentalidad emprendedora que buscan establecerse en el sector comercial ofreciendo una variedad de productos de primera necesidad.

4.03.02 Distribución de Planta

La distribución de planta tiene como objetivo la optimización de espacios, mercaderías, herramientas con el propósito de lograr ser eficientes al momento de realizar las tareas cotidianas.

Para la distribución de planta del proyecto se utilizará criterios mediante la matriz SLP ya que permite dar una calificación a los espacios, tomando en cuenta su ubicación mediante el nivel de importancia.

Tabla 40
Razón de Criterios

CÓDIGO	RAZÓN
1	Por proceso
2	Conveniencia
3	Seguridad
4	Higiene
5	Ruido

Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

A continuación se detalla el grado de importancia de las ubicaciones dentro de la planta.

Tabla 41
Puntuaciones

CÓDIGO	OBSERVACIÓN
A	Muy necesario
E	Necesario
I	Importante
O	Ordinario
U	Irrelevante
X	Innecesario
XX	Muy innecesario

Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

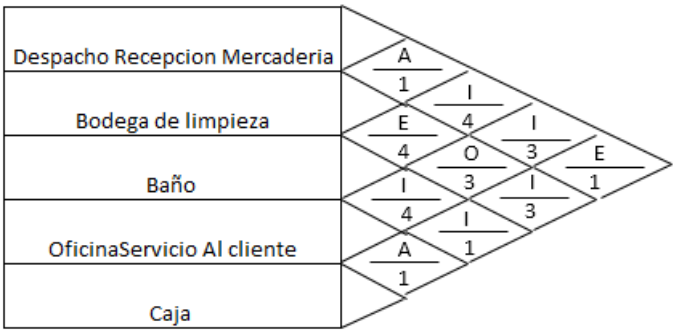


Figura 29 *Matriz SPL*
Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Con esto se puede presentar el plano del negocio

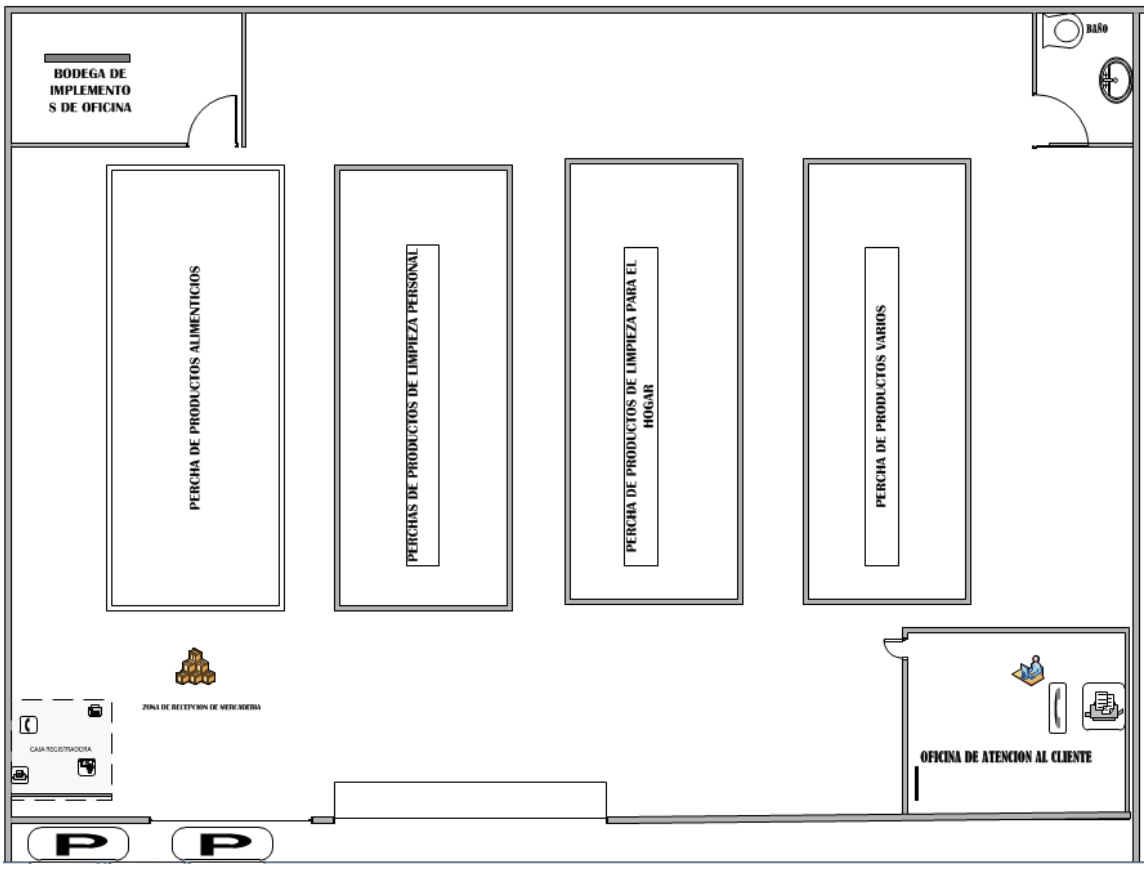


Figura 30 *Mapa del Local Comercial*
Fuente: *Investigación propia*
Autor: *Juan Carlos Rodríguez*

Las medidas específicas de cada área son:

Tabla 42
Dimensiones de Local Comercial

Dimensiones de cada área	Medida mts
Baño	4
Oficina atención al cliente	9
Zona de recepción de mercadería	6
Zona de cobro	5
Bodega de limpieza	3
Zona de perchas	43
Total	**70**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Carlos Rodríguez*

4.03.03 Proceso Productivo

El proceso producto trata del orden que se va a llevar a cabo dentro de la organización, cuales son los pasos que se va a seguir dentro del proceso con el fin de establecer parámetros.

Simbología y significado de los iconos utilizados para el flujo grama con simbología ansi.

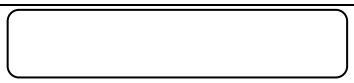
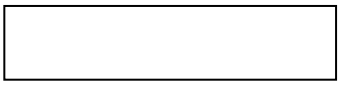
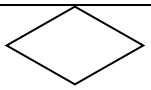
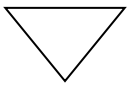
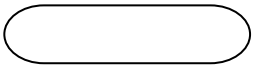
Simbología	Descripción
	**Inicio:** Indica el comienzo del diagrama o el comienzo de una actividad.
	**Actividad:** Indica la ejecución de una o varias actividades.
	**Decisión:** Indica la toma de decisión de continuar o no dentro de un proceso.
	Documento: Representa cualquier tipo de documentación que intervenga en el proceso.
	**Archivo:** Señala el archivo definitivo de uno o varios documentos.
	**Fin:** Representa el fin de un proceso.

Figura 31 *Flujograma de Procesos*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

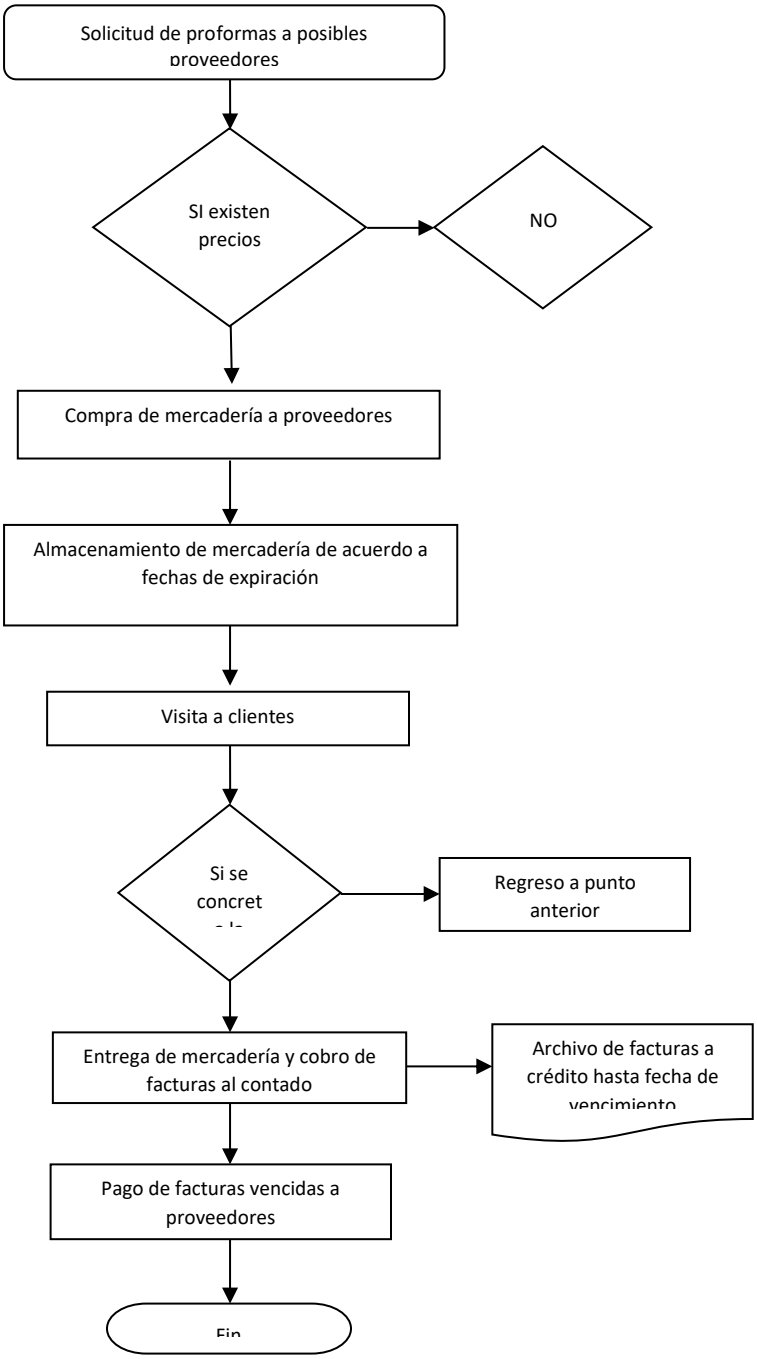


Figura 32 *Flujograma de Procesos*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

4.03.04 Maquinaria

La maquinaria son todos los instrumentos que van a ser utilizados con el fin de transportar productos de gran peso o volumen utilizando la menor fuerza humana posible.

Tabla 43
Maquinaria

Nombre	Cantidad
Traspaleta	1
Perchas	6
Mostradores	2
Pallets	6

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Dentro del presente proyecto se busca implementar la menor cantidad de recursos con el fin de sacar la mayor utilidad de los equipos y maquinaria disponible. La maquinaria a emplear se presenta en el ANEXO 3.

4.03.05 Equipos

Los equipos son todos los artefactos que ayudan a tener un mejor registro, control y administración dentro de cualquier empresa, con los cuales se puede tener una rápida accesibilidad a la información.

Tabla 44
Equipos a necesitar

Nombre	Cantidad
Computadora	1
Impresora	1
Gaveta caja de dinero	1
Teléfono	1
Escritorios	2
Archivador	2

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

5.01 Ingresos

"Entendemos por ingresos a todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal." (Bembibre, 2019, pág. 02)

5.01.01 Ingresos Operacionales

> Comprende los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico. (Simahan, 20019, pág. 02)

Tabla 45
Ingresos Operacionales

Producto	Limpieza Personal	Limpieza Del Hogar	Productos De Alimentación
Cantidad	10752	12288	7680
Precio	$ 2.91	$ 1.83	$ 2.67
Ingresos Operacionales	**$ 31,264.95**	**$ 22,541.11**	**$ 20,470.69**
Ingreso Total 1mer Año		**$ 74,276.74**	

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Los ingresos operacionales del presente proyecto son aquellos que se generan a través de la venta de los diferentes productos que se ofrecen para la venta. Se detallan los ingresos operacionales proyectados para los cinco siguientes años.

5.01.02 Ingresos no Operacionales

> Este grupo comprende los ingresos provenientes de tran-sacciones diferentes a los del objeto social o giro normal de los negocios del ente económico e incluye, entre otros, los items relacionados con participaciones en instrumentos de patrimonio (dividendos y participaciones propiamente dichas), valores representativos de deuda (intereses y descuentos), créditos a corto plazo (intereses), valoración de instrumentos financieros por su valor razonable, diferencia en cambio a favor y otros ingresos financieros. (Valdés, 2019, pág. 02)

5.02 Costos

5.02.01 Costo de Ventas

> Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo. Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene perdidas. (Garrd, 2011)

En el proyecto se divide los productos de acuerdo a las tres líneas que se van a manejar, es decir, productos de limpieza personal, productos de limpieza del hogar y productos de alimentación.

Tabla 46
Costo de Venta Productos de Limpieza Personal

Productos	Costos Adquisición
Pasta de dientes Colgate triple acción de 60 ml.	$ 0,60
pasta de dientes Colgate menta pura de 60 ml.	$ 0,60
pasta de dientes extrablanqura	$ 0,60
Jabón Palmolive Tripack	$ 2,15
jabón protex tripack	$ 2,15
desodorantes roll on	$ 0,99
desodorantes en barra	$ 1,50
desodorantes en spride	$ 1,75
cepillos de dientes premier	$ 0,72

Cepillo de dientes 360	$ 1,75
cepillo de dientes firme	$ 1,75
Crema lubridem 200 ml.	$ 2,80
crema lubridem 400 ml.	$ 4,50
crema lubridem de 120 ml.	$ 2,25
Protectores diarios	$ 2,60
Aceite 50 ml.	$ 0,75
Aceite de 100 ml.	$ 1,15
Shampoo manzanilla de 200 ml.	$ 2,00
Shanpoo manzanilla de 750 ml.	$ 4,50
Papel Económico hada x4	$ 0,47
Papel Rosal x15 unid	$ 0,39
Afeitadoras Bic por 18 unid	$ 0,67
afeitador conford	$ 9,00

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Tabla 47
Costo de venta de Productos de Limpieza del Hogar.

Productos	Costos Adquisición
desinfectante fabuloso de 200 ml	$ 0,35
desinfectante fabuloso de 500 ml	$ 0,70
desinfectante fabuloso de 1000 ml	$ 1,30
Suavitel primaveral de 210 ml	$ 0,20
Suavitel primaveras de 430 ml	$ 0,80
suavitel dulce placeres de 430 ml	$ 0,80
Lavavajillas 250 gr.	$ 0,65
lavavajillas de 500 gr.	$ 1,03
Lavavajillas de 1000 gr.	$ 1,75
cloro sachet de 150 ml.	$ 0,17
cloro sachet de 250 ml.	$ 0,27
cloro de 500 ml.	$ 0,45
Cloro de 1000 ml.	$ 1,00
Jabón el macho de 220 gr.	$ 0,27
Jabón el macho de 350 gr.	$ 0,40
Jabón el macho de 480 gr.	$ 0,50
detergente Gol de 500 gr.	$ 0,50
detérgete gol de 5000 gr.	$ 5,10
detergente el macho de 375 gr.	$ 0,50
ambientales de 400 ml	$ 2,75
ambientales de 250 ml.	$ 1,75
pato tanque funda	$ 0,69
Raid elimina voladores 360 ml.	$ 2,90
Raid doble acción 360 ml.	$ 2,90
Raid Max dorado 360 ml.	$ 4,20

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Tabla 48
Costo de Venta Productos de Alimentación

Productos	Costos Adquisición
Atún Tun Tun 80 gr.	$ 1,60
Sardina oval en tomate	$ 1,00
Sardina oval en aceite	$ 1,00
Sardina tinapá A/F	$ 0,65
sal de 2KG	$ 1,60
Arroz Gourmet de 2 kl.	$ 1,40
Arroz Gourmet de 1 kl.	$ 0,80
Panela Valdez 1kg	$ 1,20
Azúcar Valdez de 10 kl.	$ 7,50
Azúcar Valdez de 5kl.	$ 3,10
Azúcar Valdez de 1 kl.	$ 0,50

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Fijación de Precios.

Se detalla a continuación los precios de venta establecido de cada uno de los productos de los cuales se va a disponer.

Tabla 49:
Fijación de Precios.

Productos	Pvp
Pasta de dientes Colgate triple acción de 60 ml.	$ 1,00
pasta de dientes Colgate menta pura de 60 ml.	$ 1,00
pasta de dientes extrablanqura	$ 1,00
Jabón Palmolive Tripack	$ 3,30
jabón protex tripack	$ 3,30
desodorantes roll on	$ 1,50
desodorantes en barra	$ 2,25
desodorantes en spride	$ 2,60
cepillos de dientes premier	$ 1,25
Cepillo de dientes 360	$ 2,50
cepillo de dientes firme	$ 2,50
Crema lubridem 200 ml.	$ 4,10
crema lubridem 400 ml.	$ 5,97
crema lubridem de 120 ml.	$ 3,29
Protectores diarios	$ 3,78
Aceite 50 ml.	$ 1,18
Aceite de 100 ml.	$ 1,91
Shampoo manzanilla de 200 ml.	$ 2,92
Shanpoo manzanilla de 750 ml.	$ 6,18
Papel Económico hada x4	$ 1,00
Papel Rosal x15 unid	$ 0,60

Afeitadoras Bic por 18 unid	$ 1,25
afeitador conford	$ 12,50
desinfectante fabuloso de 200 ml	$ 0,50
desinfectante fabuloso de 500 ml	$ 1,00
desinfectante fabuloso de 1000 ml	$ 1,75
Suavitel primaveral de 210 ml	$ 0,30
Suavitel primaveras de 430 ml	$ 1,25
suavitel dulce placeres de 430 ml	$ 1,25
Lavavajillas 250 gr.	$ 0,99
lavavajillas de 500 gr.	$ 1,50
Lavavajillas de 1000 gr.	$ 2,50
cloro sachet de 150 ml.	$ 0,25
cloro sachet de 250 ml.	$ 0,40
cloro de 500 ml.	$ 0,75
Cloro de 1000 ml.	$ 1,50
Jabón el macho de 220 gr.	$ 0,40
Jabón el macho de 350 gr.	$ 0,62
Jabón el macho de 480 gr.	$ 0,85
detergente Gol de 500 gr.	$ 0,75
detérgete gol de 5000 gr.	$ 7,05
detergente el macho de 375 gr.	$ 0,71
ambientales de 400 ml	$ 4,00
ambientales de 250 ml.	$ 2,75
pato tanque funda	$ 1,00
Raid elimina voladores 360 ml.	$ 3,83
Raid doble acción 360 ml.	$ 3,83
Raid Max dorado 360 ml.	$ 6,13
Atún Tun Tun 80 gr.	$ 2,12
Sardina oval en tomate	$ 1,75
Sardina oval en aceite	$ 1,50
Sardina tinapá A/F	$ 1,00
sal de 2KG	$ 2,40
Arroz Gourmet de 2 kl.	$ 2,00
Arroz Gourmet de 1 kl.	$ 1,25
Panela Valdez 1kg	$ 1,80
Azúcar Valdez de 10 kl.	$ 10,00
Azúcar Valdez de 5kl.	$ 4,50
Azúcar Valdez de 1 kl.	$ 1,00

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

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". (Riquelme, 2017, pág. 01)

Tabla 50
Total de Gastos Administrativos

Año	Total de gasto administrativo
2020	$ 10.755,10
2021	$ 10.932,56
2022	$ 11.112,95
2023	$ 11.296,31
2024	$ 11.482,70

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

- Gasto sueldo, en este rubro se estima el gasto del gerente
- Gasto de suministros, en este rubro se estima los gastos de papelería y útiles de limpieza
- Servicios básicos, se estima los gastos de pago de energía eléctrica, agua potable e internet.
- Gasto arriendo, estima el gasto de arriendo del local comercial donde va a operar la microempresa.

5.02.03 Gastos de Ventas

Son los costos vinculados con las ventas de tu negocio, lo cual incluiría el pago de salario a tu personal de ventas, ejecutivos de publicidad, traslados por motivos de esas ventas, es decir, todo aquello que se invierte en producir una venta, excluyendo los gastos financieros, los impuestos sobre las ganancias y los generados por estudios y análisis previos. (Rodriguez, 2018, pág. 01)

Tabla 51
Total de Gasto de Venta

Año	Total de Gasto de Venta
2020	$ 7.689,58
2021	$ 7.816,46
2022	$ 7.945,43
2023	$ 8.076,53
2024	$ 8.209,79

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

- Gasto sueldo, se estima el gasto del vendedor.
- Gasto de publicidad, se estima los gastos de material publicitario, como las vallas publicitarias y calendarios.

5.02.04 Gastos Financieros

"Se denominan gastos financieros a todos aquellos gastos que derivan de la obtención de financiación o titularidad de cualquier pasivo financiero. Afectan tanto a las empresas como a los individuos". (Arias, 2019)

Tabla 52:
Tasas de Interés de las Inst. Financieras

Instituciones	Tasa de Interés
Cooperativa Atuntaqui	22%
Cooperativa Alianza del Valle	20,50%
Banco Pichincha	25,33%
Banco Internacional	21%

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Según la consulta en las diferentes instituciones financieras se determina las tasas de interés que ofrecen y se tienen la opción de elegir la de mejor tasa de interés, en este caso la Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del valle.

5.02.05 Costos Fijos

"Los costos fijos son aquellos que no varían cuando se producen pequeñas modificaciones en el nivel de actividad de una compañía. Los costos variables, en cambio, se modifican con las fluctuaciones del volumen de producción". (Merino, 2019, pág. 01)

Tabla 53
Total de Gastos Fijos.

Gasto	Valor
Gasto Administrativo	$ 10.755,10
Gasto de venta(Parte fija)	$ 7.689,58
Total de gastos Fijos	$ 18.444,68

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

5.02.06 Costos Variables

La idea de costo variable, por lo tanto, alude al costo que experimenta variaciones cuando se modifica el volumen de producción. A medida que aumenta el nivel de actividad, también aumentan los costos variables. De igual forma, si se reduce la producción, caen los costos variables. (Pérez, 2018, pág. 02)

Tabla 54
Costos Variables

Productos	Costos Adquisición
Pasta de dientes Colgate triple acción de 60 ml.	$ 0,60
pasta de dientes Colgate menta pura de 60 ml.	$ 0,60
pasta de dientes extrablanqura	$ 0,60
Jabón Palmolive Tripack	$ 2,15
jabón protex tripack	$ 2,15
desodorantes roll on	$ 0,99
desodorantes en barra	$ 1,50
desodorantes en spride	$ 1,75
cepillos de dientes premier	$ 0,72
Cepillo de dientes 360	$ 1,75
cepillo de dientes firme	$ 1,75
Crema lubridem 200 ml.	$ 2,80
crema lubridem 400 ml.	$ 4,50
crema lubridem de 120 ml.	$ 2,25
Protectores diarios	$ 2,60
Aceite 50 ml.	$ 0,75
Aceite de 100 ml.	$ 1,15
Shampoo manzanilla de 200 ml.	$ 2,00
Shanpoo manzanilla de 750 ml.	$ 4,50
Papel Económico hada x4	$ 0,47
Papel Rosal x15 unid	$ 0,39
Afeitadoras Bic por 18 unid	$ 0,67
afeitador conford	$ 9,00
desinfectante fabuloso de 200 ml	$ 0,35
desinfectante fabuloso de 500 ml	$ 0,70
desinfectante fabuloso de 1000 ml	$ 1,30
Suavitel primaveral de 210 ml	$ 0,20
Suavitel primaveras de 430 ml	$ 0,80
suavitel dulce placeres de 430 ml	$ 0,80

Lavavajillas 250 gr.	$ 0,65
lavavajillas de 500 gr.	$ 1,03
Lavavajillas de 1000 gr.	$ 1,75
cloro sachet de 150 ml.	$ 0,17
cloro sachet de 250 ml.	$ 0,27
cloro de 500 ml.	$ 0,45
Cloro de 1000 ml.	$ 1,00
Jabón el macho de 220 gr.	$ 0,27
Jabón el macho de 350 gr.	$ 0,40
Jabón el macho de 480 gr.	$ 0,50
detergente Gol de 500 gr.	$ 0,50
detérgete gol de 5000 gr.	$ 5,10
detergente el macho de 375 gr.	$ 0,50
ambientales de 400 ml	$ 2,75
ambientales de 250 ml.	$ 1,75
pato tanque funda	$ 0,69
Raid elimina voladores 360 ml.	$ 2,90
Raid doble acción 360 ml.	$ 2,90
Raid Max dorado 360 ml.	$ 4,20
Atún Tun Tun 80 gr.	$ 1,60
Sardina oval en tomate	$ 1,00
Sardina oval en aceite	$ 1,00
Sardina tinapá A/F	$ 0,65
sal de 2KG	$ 1,60
Arroz Gourmet de 2 kl.	$ 1,40
Arroz Gourmet de 1 kl.	$ 0,80
Panela Valdez 1kg	$ 1,20
Azúcar Valdez de 10 kl.	$ 7,50
Azúcar Valdez de 5kl.	$ 3,10
Azúcar Valdez de 1 kl.	$ 0,50

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

5.03 Inversiones

"Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable". (Porto, 2009, pág. 02)

5.03.01 Inversión Fija

> En la inversión fija se incluyen a todos los gastos que se realizan en la fase preoperativa del proyecto que no sean posible identificarlos físicamente con inversión tangible. La inversión intangible se incorpora a los costos operativos del proyecto en su fase de funcionamiento (es un cargo contable que no implica pago en efectivo) con amortización de intangibles. (Diaz, 2013, pág. 02)

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. 02)

Tabla 55
Activos Fijos

Activos	Costo Total
Maquinarias	$ 248,00
Muebles y enseres	$ 3.090,00
Equipos de computación	$ 1.200,00

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

5.03.03 Activos Nominales (diferidos)

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos. (Agamez, 2014, pág. 01)

Tabla 56
Activos Nominales

Detalle	Valor
Gastos de constitución	$ 200,00
Permisos	$ 120,00
Consultorías	$ 100,00
Total	$ 420,00

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

5.03.04 Capital de Trabajo

Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Éste puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo. (Porto, 2012, pág. 01)

Tabla 57
Capital de Trabajo

Detalle	Valor
Costo de producción	$ 51.237,94
Gasto administrativo	$ 10.755,10
Gasto de venta	$ 7.689,58
Capital de trabajo	$ 69.682,62
Días del año	$ 360,00
Capital de trabajo diario	$ 193,56
Días de desfase	$ 30,00
Capital de trabajo real	$ 5.806,89

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

El capital de trabajo para el proyecto es de 5806.89 dólares, el cual se calcula mediante el método de desfase donde el ciclo de comercialización es de 30 días, es decir en dicho tiempo se realiza las compras de mercaderías a proveedores, el arreglo de la mercadería y la venta de la misma, generando así los ingresos para cubrir los gastos.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

"Las fuentes de financiación de la empresa son las vías que utiliza la empresa para obtener los recursos financieros necesarios que sufraguen su actividad." (Cabia, 2017, pág. 01)

Tabla 58
Fuentes de Financiamiento

Detalle	Valor	Porcentaje
Valor Total	$ 10.764,89	100%
Capital Propio	$ 6.264,89	58%
Financiamiento	$ 4.500,00	42%

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)

La amortización implica la consideración de la pérdida de valor de un bien (un activo de una empresa) por el paso de los años. Si las empresas no se tomaran el trabajo de cargar esta depreciación que atraviesan sus activos inmovilizados a lo largo del año, entonces se produciría una descapitalización, lo que en términos generales podríamos describir como un

empobrecimiento, y por eso es tan importante establecer una política de amortización. (Gardey, 2017, pág. 01)

Para el presente proyecto se establece el método de amortización alemán el cual se detalla las cuotas y los intereses a cancelar en los cuatro años de plazo.

Tabla 59
Método de Amortización Alemán

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Devol Capital	Saldo Final
0	0	0	0	0	4500
1	4500	76,88	170,63	93,75	4406,25
2	4406,25	75,27	169,02	93,75	4312,5
3	4312,5	73,67	167,42	93,75	4218,75
4	4218,75	72,07	165,82	93,75	4125
5	4125	70,47	164,22	93,75	4031,25
6	4031,25	68,87	162,62	93,75	3937,5
7	3937,5	67,27	161,02	93,75	3843,75
8	3843,75	65,66	159,41	93,75	3750
9	3750	64,06	157,81	93,75	3656,25
10	3656,25	62,46	156,21	93,75	3562,5
11	3562,5	60,86	154,61	93,75	3468,75
12	3468,75	59,26	153,01	93,75	3375
13	3375	57,66	151,41	93,75	3281,25
14	3281,25	56,05	149,8	93,75	3187,5
15	3187,5	54,45	148,2	93,75	3093,75
16	3093,75	52,85	146,6	93,75	3000
17	3000	51,25	145	93,75	2906,25
18	2906,25	49,65	143,4	93,75	2812,5
19	2812,5	48,05	141,8	93,75	2718,75
20	2718,75	46,45	140,2	93,75	2625
21	2625	44,84	138,59	93,75	2531,25
22	2531,25	43,24	136,99	93,75	2437,5
23	2437,5	41,64	135,39	93,75	2343,75
24	2343,75	40,04	133,79	93,75	2250
25	2250	38,44	132,19	93,75	2156,25
26	2156,25	36,84	130,59	93,75	2062,5
27	2062,5	35,23	128,98	93,75	1968,75
28	1968,75	33,63	127,38	93,75	1875
29	1875	32,03	125,78	93,75	1781,25
30	1781,25	30,43	124,18	93,75	1687,5
31	1687,5	28,83	122,58	93,75	1593,75
32	1593,75	27,23	120,98	93,75	1500
33	1500	25,63	119,38	93,75	1406,25
34	1406,25	24,02	117,77	93,75	1312,5
35	1312,5	22,42	116,17	93,75	1218,75
36	1218,75	20,82	114,57	93,75	1125
37	1125	19,22	112,97	93,75	1031,25
38	1031,25	17,62	111,37	93,75	937,5
39	937,5	16,02	109,77	93,75	843,75

40	843,75	14,41	108,16	93,75	750
41	750	12,81	106,56	93,75	656,25
42	656,25	11,21	104,96	93,75	562,5
43	562,5	9,61	103,36	93,75	468,75
44	468,75	8,01	101,76	93,75	375
45	375	6,41	100,16	93,75	281,25
46	281,25	4,8	98,55	93,75	187,5
47	187,5	3,2	96,95	93,75	93,75
48	93,75	1,6	95,35	93,75	0
TOTAL		**1883,44**		**4500**	

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

La amortización francesa se encuentra en el anexo 4 dado que no será la utilizada dentro del proyecto ya que su interés es mayor a la amortización alemana.

5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)

> Este concepto se relaciona con la contabilidad de un bien, dado que es muy importante dotar provisiones en una empresa para que sus gestores tengan en cuenta la pérdida que se produce año tras año del valor en libros de ese activo. (Burguillo, 2016, pág. 01)

Tabla 60
Tabla de Depreciaciones

Activos	2020	2021	2022	2023	2024	Valor Libros
Maquinaria	$ 24,80	$ 24,80	$ 24,80	$ 24,80	$ 24,80	$ 124,00
Muebles y enseres	$ 309,00	$ 309,00	$ 309,00	$ 309,00	$ 309,00	$ 1.545,00
Equipos de computación	$ 400,00	$ 400,00	$ 400,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

5.03.08 Estado de Situación Inicial

"El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado." (Freire, 2015, pág. 05)

Tabla 61
Estado de Situación Inicial

Distribuidora Rodríguez Saavedra Estado de Situación Inicial	
Caja	$ 5.806,89
Total de activos corrientes	**$ 5.806,89**
Maquinaria	$ 248,00
Depreciación acumulada	$ -
Equipos de oficina	$ 3.090,00
Depreciación acumulada equipos de oficina	$ -
Equipos de computación	$ 1.200,00
Depreciación equipos de computación	$ -
Total de activos fijos	**$ 4.538,00**
Gastos de constitución	$ 420,00
Amortización acumuladas gastos de constitución	$ -
Total de activos diferidos	**$ 420,00**
Total de activos	**$ 10.764,89**
Deuda bancaria	$ 4.500,00
Total pasivo	**$ 4.500,00**
Capital	$ 6.264,89
Utilidad retenida	$ -
Total patrimonio	**$ 6.264,89**
Total pasivo + total patrimonio	**$ 10.764,89**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

El estado de situación inicial es un resumen de como empieza la empresa estableciendo las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, con los cual arranca sus operaciones.

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

El estado de resultados proyectada tiene como fin conocer la situación inicial del proyecto en los cinco siguientes años, donde se conocerá una estimación de que recursos dispondrá la empresa para su operación.

Tabla 62
Estado de resultados proyectado

Distribuidora Rodríguez Saavedra Estado De Resultados Proyectado A 5 Años					
Detalle	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Ventas	$ 74.276,74	$ 75.502,31	$ 76.748,10	$ 78.014,44	$ 79.301,68
Costos De Producción	$ 51.237,94	$ 52.083,37	$ 52.942,74	$ 53.816,30	$ 54.704,27
Utilidad Bruta	**$ 23.038,80**	**$ 23.418,94**	**$ 23.805,36**	**$ 24.198,14**	**$ 24.597,41**
Gasto Administrativo	$ 10.755,10	$ 10.932,56	$ 11.112,95	$ 11.296,31	$ 11.482,70
Gasto De Ventas	$ 7.689,58	$ 7.816,46	$ 7.945,43	$ 8.076,53	$ 8.209,79
Depreciación	$ 733,80	$ 733,80	$ 733,80	$ 333,80	$ 333,80
Amortización	$ 84,00	$ 84,00	$ 84,00	$ 84,00	$ 84,00
Utilidad Operativa	**$ 3.776,32**	**$ 3.852,13**	**$ 3.929,18**	**$ 4.407,50**	**$ 4.487,12**
Gasto De Interés	$ 816,80	586,17	355,55	124,92	-
Utilidad Antes De Participación Trabajadores	**$ 2.959,53**	**$ 3.265,95**	**$ 3.573,63**	**$ 4.282,58**	**$ 4.487,12**
Impuestos 15%	$ 443,93	$ 489,89	$ 536,04	$ 642,39	$ 673,07
Utilidad Antes De Participación Imp. Renta	**$ 2.515,60**	**$ 2.776,06**	**$ 3.037,59**	**$ 3.640,20**	**$ 3.814,05**
Impuesto A La Renta P.N.N.O.C	-	-	-	-	-
Utilidad Neta	**$ 2.515,60**	**$ 2.776,06**	**$ 3.037,59**	**$ 3.640,20**	**$ 3.814,05**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

En el estado de resultados proyectados, se realiza una proyección de los costos, gastos e ingresos que tendrá la empresa dentro de los cinco años, así mismo se puede estimas sus utilidades estimadas en los siguientes años.

5.03.10 Flujo Caja

"El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado" (Moreno, 2010, pág. 3).

Tabla 63
Flujo de Caja Proyectado

	"Distribuidora Rodríguez Saavedra" Flujo De Caja Proyectado Del 2019 Al 2024						
		2019	2020	2021	2022	2023	2024
	Utilidad Operativa	$ 0,00	$ 3.776,32	$ 3.852,13	$ 3.929,18	$ 4.407,50	$ 4.487,12
+	Depreciaciones	$ 0,00	$ 733,80	$ 733,80	$ 733,80	$ 333,80	$ 333,80
+	Amortizaciones	$ 0,00	$ 84,00	$ 84,00	$ 84,00	$ 84,00	$ 84,00
-	Impuestos	$ 0,00	$ 443,93	$ 489,89	$ 536,04	$ 642,39	$ 673,07
=	**Flujo De Efectivo Operacional**	$ 0,00	$ 4.150,19	$ 4.180,03	$ 4.210,93	$ 4.182,92	$ 4.231,85
-	Inversión Activos Fijos	-$ 4.538,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
+	Recuperación Activos Fijos	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 3.038,35
=	**Total Gastos De Capital**	-$ 4.538,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 3.038,35
-	Capital de Trabajo	-$ 5.806,89	$ 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	$ 5.806,89
=	**Total Capital De Trabajo**	-$ 5.806,89	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 5.806,89
-	Inversión Activos Nominales	-$ 420,00					
=	**Flujo De Caja Del Proyecto**	-$ 10.764,89	$ 4.150,19	$ 4.180,03	$ 4.210,93	$ 4.182,92	$ 13.077,09
+	Préstamo	$ 4.500,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
-	Gasto Interés	$ 0,00	$ 816,80	$ 586,17	$ 355,55	$ 124,92	$ 0,00
-	Devolución De Capital	$ 0,00	$ 1.125,00	$ 1.125,00	$ 1.125,00	$ 1.125,00	$ 0,00
=	**Flujo De Caja Del Inversionista**	-$ 6.264,89	$ 2.208,40	$ 2.468,86	$ 2.730,39	$ 2.933,00	$ 13.077,09

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

El presente proyecto tiene un flujo de caja proyectado para los cinco siguientes años, donde se puede determinar los ingresos y gastos a obtener y poder conocer si el proyecto es o no viable.

5.03.11 Balance General Proyectado

El balance general proyectado tiene como fin dar a detallar la situación de la empresa en cada uno de los años, el valor de sus activos, pasivos y su patrimonio.

Tabla 64
Balance general Proyectado

DISTIBUIDORA RODRIGUEZ SAAVEDRA

Balance General Proyectado

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Caja	$ 5.806,89	$ 8.015,28	$ 10.484,14	$ 13.214,53	$ 16.147,53	$ 29.224,62
Total Activos Corrientes	**$ 5.806,89**	**$ 8.015,28**	**$ 10.484,14**	**$ 13.214,53**	**$ 16.147,53**	**$ 29.224,62**
Maquinaria	$ 248,00	$ 248,00	$ 248,00	$ 248,00	$ 248,00	$ -
Depreciación Acumu Maquina	$ -	$ 24,80	$ 49,60	$ 74,40	$ 99,20	$ -
Equipos De Oficina	$ 3.090,00	$ 3.090,00	$ 3.090,00	$ 3.090,00	$ 3.090,00	$ -
Depreciación Acumu Equipos Ofi	$ -	$ 309,00	$ 618,00	$ 927,00	$ 1.236,00	$ -
Equipos De Computo	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ 1.200,00	$ -	$ -	$ -
Depreciación Acumu Equipos Compu	$ -	$ 400,00	$ 800,00	$ -	$ -	$ -
Depreciación Acumu Vehículos	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Total Activos Fijos	$ 4.538,00	$ 3.804,20	$ 3.070,40	$ 2.336,60	$ 2.002,80	$ -
Gasto Constitución	$ 420,00	$ 420,00	$ 420,00	$ 420,00	$ 420,00	$ 420,00
Amortización Acumulada Gto Consti	$ -	$ 84,00	$ 168,00	$ 252,00	$ 336,00	$ 420,00
Total Activos Diferidos	**$ 420,00**	**$ 336,00**	**$ 252,00**	**$ 168,00**	**$ 84,00**	**$ -**
Total Activos	**$ 10.764,89**	**$ 12.155,48**	**$ 13.806,54**	**$ 15.719,13**	**$ 18.234,33**	**$ 29.224,62**
Deuda Bancaria	$ 4.500,00	$ 3.375,00	$ 2.250,00	$ 1.125,00	$ -	$ -
Total Pasivo	**$ 4.500,00**	**$ 3.375,00**	**$ 2.250,00**	**$ 1.125,00**	**$ -**	**$ -**
Capital	$ 6.264,89	$ 6.264,89	$ 6.264,89	$ 6.264,89	$ 6.264,89	$ 6.264,89
Utilidad Retenida	$ -	$ 2.515,60	$ 5.291,66	$ 8.329,25	$ 11.969,44	$ 22.959,73
Total Patrimonio	**$ 6.264,89**	**$ 8.780,48**	**$ 11.556,54**	**$ 14.594,13**	**$ 18.234,33**	**$ 29.224,62**
Total Pasivo + Total Patrimonio	**$ 10.764,89**	**$ 12.155,48**	**$ 13.806,54**	**$ 15.719,13**	**$ 18.234,33**	**$ 29.224,62**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Según los datos obtenidos en el estado de situación inicial se determina que cada año aumenta el valor del patrimonio, así también el pasivo por concepto de préstamo cada año disminuye, la utilidad en cada año incrementa.

5.04 Evaluación Financiera

> Una evaluación financiera de proyectos es la investigación de todas las partes de un proyecto determinado con el fin de valorar si este tendrá un rendimiento futuro. Por ello, esta evaluación previa será la forma de saber si dicho proyecto contribuirá a los objetivos de la empresa o si será una pérdida de tiempo y dinero. (Jauregui, 2006, pág. 01)

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". (Burguillo, 2019, pág. 02)

Para el cálculo de la tasa de descuesto existen dos metodologías las cuales ayudan a conocer el valor del dinero en un futuro lo que facilita al momento de hacer las proyecciones.

- **TMAR: (**Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento)

  La TMAR también recibe el nombre de *tasa base* para proyectos; es decir, que para que se considere viable desde el punto de vista económico, la TR esperada debe ser igual o superior a la TMAR o tasa base. Esta es establecida por dirección (financiera) y se utiliza como criterio para valorar la TR de una alternativa, en el momento de tomar decisiones de aceptación o rechazo. (Rangel, 2016)

- **WACC:**

  El costo promedio de capital en finanzas es uno de los indicadores más importantes que permite conocer cuánto le cuesta a la empresa financiarse con terceros, con patrimonio o utilizando ambas opciones. Es importante mencionar que este concepto en finanzas es universalmente conocido en inglés como "WACC" (Weighted average cost of capital) o costo promedio de capital que es lo mismo. (Duque, 2017)

Al ser el presente proyecto nuevo, se ara el cálculo de la tasa de descuento con el método TMAR el cual se detalla continuación.

Tabla 65
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*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

5.04.02 VAN (Valor Actual Neto).

El VAN o Valor Actual Neto, se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa. (Mateos, 2017).

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

$$VAN = \frac{4150{,}19}{(1+0{,}1116)^1} + \frac{4180{,}03}{(1+0{,}1116)^2} + \frac{4210{,}93}{(1+0{,}1116)^3} + \frac{4182{,}92}{(1+0{,}1116)^4} + \frac{13077{,}09}{(1+0{,}1116)^5} + (-10764{,}89)$$

$$VAN = \frac{4150{,}19}{1{,}11} + \frac{4180{,}03}{1{,}24} + \frac{4210{,}93}{1{,}37} + \frac{4182{,}92}{1{,}53} + \frac{13077{,}09}{1{,}70} + (-10764{,}89)$$

$$VAN = 3738{,}91 + 3370{,}99 + 3073{,}67 + 2733{,}93 + 7692.41 + (-10764{,}89)$$

$$VAN = 20609{,}91 + (-10764{,}89)$$

$$VAN = 9845{,}02$$

Distribuidora Rodríguez Saavedra obtiene un valor de valor actual neto de 9845.02, el cual al ser un valor positivo indica que el proyecto es viable.

5.04.04 TIR (Tasa Interna de Retorno)

El TIR o la tasa interna de retorno es un indicador muy fiable en lo que se refiere a la rentabilidad de un proyecto en concreto. Cuando se lleva a cabo una comparación de las tasas de rentabilidad interna de dos tipos de proyectos diferentes no se tiene en cuenta la posible diferencia que puede haber en las dimensiones de los mismos. (Mateos, 2017, pág. 02).

$$\boldsymbol{TIR = VAN = 0}$$

$$0 = \frac{4150{,}19}{(1+TIR)^1} + \frac{4180{,}03}{(1+TIR)^2} + \frac{4210{,}93}{(1+TIR)^3} + \frac{4182{,}92}{(1+TIR)^4} + \frac{13077{,}09}{(1+TIR)^5} + (-10764{,}89)$$

$$\boldsymbol{TIR} = 37{,}12\%$$

Una vez despejada la fórmula de la tasa interna de retorno indican un valor de 37.12% lo que significa el porcentaje de recuperación de la inversión.

5.04.05 PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. (Váquiro, 2010, pág. 01).

Tabla 66
Resumen Flujo de Caja

Periodo	Flujo De Caja	Flujo Descontado	Flujo Acumulado
2019	-$ 10.764,89	-$ 10.764,89	-$ 10.764,89
2020	$ 4.150,19	$ 3.733,53	-$ 7.031,35
2021	$ 4.180,03	$ 3.382,85	-$ 3.648,50
2022	$ 4.210,93	$ 3.065,72	-$ 582,78
2023	$ 4.182,92	$ 2.739,59	$ 2.156,81
2024	$ 13.077,09	$ 7.704,92	$ 9.861,73

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

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

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

$$\boldsymbol{PRI} = 4 + 0,27748$$

$$\boldsymbol{PRI} = 4,28$$

Los datos obtenidos sobre PRI indican que el tiempo de recuperación de la inversión es de 4 años, 3 meses aproximadamente.

5.04.06 RBC (Relación Costo Beneficio)

> Un análisis costo beneficio es un proceso por el cual se analizan las decisiones empresariales. Se suman los beneficios de una situación dada o de una acción relacionada con el negocio, y luego se restan los costos asociados con la toma de esa acción. (Duque, 2017, pág. 02).

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

$$\boldsymbol{RBC} = \frac{4150,19}{(1+0,1116)^1} + \frac{4180,03}{(1+0,1116)^2} + \frac{4210,93}{(1+0,1116)^3} + \frac{4182,92}{(1+0,1116)^4} + \frac{13077,09}{(1+0,1116)^5} / (-10764,89)$$

$$RBC = 3733,53 + 3382,85 + 3065,72 + 2739,59 + 7704,93/(-10764,89)$$

$$RBC = \frac{20626,62}{10764,89}$$

$$RCB = 1,64$$

Una vez obtenido el resultado del costo beneficio se obtiene un valor de 1.64% el cual indica que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio aproximado de 64 centavos, lo cual es un porcentaje bueno para el proyecto.

5.04.06 Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde). (Pérez, 2009, pág. 03).

Tabla 67
Punto de Equilibrio

Producto	Limpieza Personal	Limpieza Del Hogar	Productos De Alimentación	Total
Cantidad	10752	12288	7680	30720
Porcentaje	35%	40%	25%	100%
Precio unitario	2,91	1,83	2,67	
Costo unitario	1,98	1,28	1,85	
Margen contribución	0,92	0,56	0,82	
Margen contribución %	0,32	0,22	0,20	0,75
Costos Fijos		18444,68		
Punto Equilibrio		24594		
Pto Equilibrio Especi	8608	9838	6149	24594

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Tabla 68
Comprobación Punto de Equilibrio

Cantidad	Ing. Total	Costo Venta Total	Costo Fijo	Costo Total	Util / Perdida
500	$ 1.708,93	$ 1.333,95	$ 18.444,68	$ 19.778,63	-$ 18.069,70
3500	$ 11.962,52	$ 9.337,66	$ 18.444,68	$ 27.782,34	-$ 15.819,82
20000	$ 68.357,26	$ 53.358,03	$ 18.444,68	$ 71.802,71	-$ 3.445,46
24594	$ 84.059,55	$ 65.614,87	$ 18.444,68	$ 84.059,55	$ 0,00
35000	$ 119.625,20	$ 93.376,56	$ 18.444,68	$ 111.821,24	$ 7.803,96
45000	$ 153.803,82	$ 120.055,58	$ 18.444,68	$ 138.500,26	$ 15.303,57
48000	$ 164.057,41	$ 128.059,28	$ 18.444,68	$ 146.503,96	$ 17.553,45

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Con la información obtenida se representa el punto de equilibrio.

Figura 33 *Punto de Equilibrio*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Mediante el punto de equilibrio se determina la cantidad de unidades que se deberían comercializar para mantener una estabilidad, en este caso 24595 unidades, es decir vender un número mayor empezaría a generar utilidad, caso contrario en vender menor cantidad se estaría hablando de una perdida para el negocio.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

"Este método es uno de los más utilizados debido a que permiten medir la eficacia y comportamiento de la empresa, así como evaluar su condición financiera, su desempeño, tendencias y variaciones en sus principales cuentas". (Duque, 2016, pág. 02)

- **Relación Pasivo Activo.**

  Muestra la capacidad de endeudamiento que tiene la empresa, es decir muestra la inversión del proyecto cuanto es financiado y que valor es propio.

- **Relación Patrimonio Activo.**

"Es una razón financiera que indica la cantidad de activos de una empresa que se proporcionan por medio de la deuda". (Celayo, 2018, pág. 05)

- **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, 2019, pág. 02)

- **Margen Operativo.**

El margen operativo permite analizas si el proyecto genera los suficientes ingresos para poder cubrir con los diferentes gastos.

- **Margen Neto.**

"El margen neto es un ratio financiero que permite medir la rentabilidad de una empresa. Para obtenerlo se divide el beneficio neto entre las ventas (sin Impuesto al Valor Añadido o IVA)". (Westreicher, 2019, pág. 01)

- **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, 2014, pág. 01)

- **ROA.**

"Es la relación entre el beneficio logrado en un determinado período y los activos totales de una empresa". (Lorenzana, 2013, pág. 03)

Tabla 69
Índices Financiero

Indicadores	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Relación Pasivo Activo	41,80%	27,77%	16,30%	7,16%	0,00%	0,00%
Relación Patrimonio Activo	58,20%	72,23%	83,70%	92,84%	100,00%	100,00%
Margen Bruto	N/A	31,02	0,31	0,31	0,31	0,31
Margen Operativo	N/A	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06
Margen Neto	N/A	0,03	0,04	0,04	0,05	0,05
ROE	N/A	40,15%	44,31%	48,49%	58,10%	60,88%
ROA	N/A	20,70%	20,11%	19,32%	19,96%	13,05%

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

- La relación del activo y pasivo determinan el porcentaje financiado y propio del proyecto, en este caso el proyecto tiene un 41.80% financiado por un préstamo a una entidad financiera.
- La relación del activo patrimonio de a conocer que el 58.20% del total del proyecto está financiado directamente por los propietarios.
- El resultado obtenido del margen bruto da a conocer que por cada dólar invertido se obtendrá un aproximado de 31 centavos para cubrir los gastos operacionales.
- El margen operativo indica que por cada dólar vendido se tendrá una utilidad aproximada de 5 centavos para cubrir los gastos financieros.
- El resultado obtenido del margen neto representa que por cada dólar vendido se obtendrá una utilidad de 3 centavos, este valor es después de haber cubierto los gastos financieros.

- El ROE representa el costo de oportunidad comparando con la tasa pasiva de las entidades financieras, en este caso el valor de ROE es de 40.15% lo cual indica que se tendrá un mayor ingreso con la realización del proyecto.
- El ROA obtenido en el presente proyecto indica que por cada dólar invertido en activos se tendrá un rendimiento aproximado de 21 centavos.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

El análisis de impactos busca o tiene como fin relacionar el proyecto con el medio que lo rodea, en dicho caso un entorno local, relacionando aspectos positivos y negativos, con el fin de establecer sus pro y sus contras frente al entorno y la sociedad.

En el presente proyecto se estudiaran cuatro variables de impacto los cuales ayudan a definir si el proyecto beneficia o afecta al entorno:

- Impacto ambiental.
- Impacto económico
- Impacto productivo
- Impacto social.

Dentro de mencionados impactos se utilizará una tabla de ponderación la cual cuenta con valores negativos que representa una afectación del proyecto, valoración cero donde el impacto es indiferente y una ponderación positiva que indica un impacto positivo al medio.

Tabla 70
Valoración de Variables

Puntaje	Ponderación
-3	Alto
-2	Medio
-1	Bajo
0	Neutro
1	Bajo
2	Medio
3	Alto

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

6.01 Impacto Ambiental

"El impacto ambiental es el efecto causado por una actividad humana sobre el medio ambiente. La ecología, que estudia la relación entre los seres vivos y su ambiente, se encarga de medir dicho impacto y de tratar de minimizarlo". (Merino, 2013, pág. 02)

Tabla 71
Impacto Ambiental

Factor	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contamina el agua							X
Contamina aire							X
Contamina ruido			X				
Contamina visualmente			X				
Genera basura			X				
Políticas de manejo de basura							X
Políticas de reciclaje							X
Total	0	0	-3	0	0	0	12

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Promedio =Total general/ Numero de indicadores

Promedio= 8/7

Promedio= 2

Según los datos obtenidos se puede decir que existen factores negativos como la generación de basura, la contaminación visual y contaminación del ruido en niveles bajos, estos con contrarrestados con la no contaminación del agua, no se contamina el aire y existen políticas de reciclaje y manejo de basura, indicando que no existe una afectación al medio ambiente.

6.02 Impacto Económico

> La idea de impacto económico, en este marco, alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo. (Porto, 2018, pág. 01)

Tabla 72
Impacto Económico

Factor	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**
Importaciones			X				
Aportación económica al país						X	
Beneficios a personas del sector					X		
Crecimiento económico				X			
TOTAL	0	0	1	1	1	1	0

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Promedio =Total general/ Numero de indicadores

Promedio= 2/4

Promedio= 1

Dentro del impacto económico se obtiene un promedio de uno, es decir inpacto positivo bajo debido a factores negativos como la importación de mercaderías, ya sea

por causas como el costo que involucra, el proyecto beneficia al sector ya que aporta a la economía del país con el pago de impuestos, beneficia también a la economía de los habitantes del sector ya que disponen de la mercaría cerca de sus hogares evitando gastar sus recursos en transporte, lo cual indica que impacta de una manera positiva al sector económico.

6.03 Impacto Productivo

El impacto producto es aquel que tiene relación al proceso de producción y a los elementos que intervienes desde materias primas, maquinarias y herramientas hasta llegar a un producto final, en el caso del proyecto no se utiliza un proceso de producción ya que se adquirirá un producto terminado y se lo comercializara sin que este sufra algún tipo de modificación.

Tabla 73
Impacto Productivo

Factor	-3	-2	-1	0	1	2	3
Uso de tecnologías				X			
Uso de materia prima					X		
Contaminación por maquinaria						X	
Aporta a la matriz productiva				X			
TOTAL	0	0	0	2	1	1	0

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Promedio =Total general/ Numero de indicadores

Promedio= 3/4

Promedio= 1

El impacto productivo del proyecto al sector productivo se encuentra en un nivel positivo bajo ya que al no usa materia prima para la producción, no existirá contaminación por el uso de máquinas, se aportara al crecimiento productivo con la adquisición de productos que tuvieron que pasar por un proceso de transformación.

6.04 Impacto Social

El impacto social es aquel que hace relación al proyecto con la comunidad, es decir cuál es el beneficio que presenta a los habitantes, como ejemplo se puede decir si se genera fuentes de empleo o tipos de beneficios que se obtiene la implementación de un emprendimiento.

Tabla 74
Impacto Social

Factor	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**
Hábitos de consumo						X	
Precios justos							X
Generación de empleo				X			
Facilidad de adquisición						X	
TOTAL	0	0	0	1	0	2	1

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Promedio =Total general/ Numero de indicadores

Promedio= 7/4

Promedio= 2

En el impacto social se determina un puntaje positivo por la facilidad que tiene el consumidor pudiendo adquirir los productos en precios justos, así también ofreciendo productos de calidad dando la opción de cambiar los hábitos de consumo a los clientes.

6.05 Matriz General de Impactos.

Tabla 75
Matriz General de Impactos

Impacto	**-3**	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**	**Total**
Impacto ambiental						X		2
Impacto económico					x			1
Impacto productivo					X			1
Impacto social						X		2
Total					2	4		**6**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

Promedio =Total general/ Numero de indicadores

Promedio= 6/4

Promedio= 2

Analizados cada uno de los impactos mencionados anteriormente se determina el impacto ambiental tiene una puntuación de 2 positivo comprometidos con el cuidado de la naturaleza.

El impacto económico con una puntuación de 1, indica que se beneficia a dicho sector con el pago de impuestos y permisos.

El impacto productivo con una puntuación de 1, da a conocer que para la operación del proyecto se requiere equipos y materiales que pasaron por un proceso de producción.

El impacto social con una puntuación de 2, indica que es un factor positivo ya que se ayuda al medio con la generación de fuentes de empleo.

En general el presente proyecto tiene un impacto positivo con el medio ambiente, con lo económico, lo productivo y la sociedad.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

En conclusión al realizar un proyecto de factibilidad se determina lo siguiente:

- Conocer la parte legal con todos los permisos que se requieren tramitar para un correcto funcionamiento, para evitar sanciones o multas.
- Antes de implementar un negocio se debe realizar un estudio de mercado, a través de herramientas que ayudan a recolectar información como las encuestas, entrevistas etc., con el fin de conocer si dicho proyecto va a tener la aceptación en dicho sector.
- Se debe realizar un estudio financiero con el fin de establecer los ingresos y gastos que conlleva la operación de un proyecto, así mismo con el fin de conocer mediante un estudio si es o no rentable.

7.02 Recomendaciones

Las recomendaciones una vez realizado el estudio de factibilidad son:

- La ubicación de un proyecto es muy importante, tomando en cuenta sobretodo la zona, seguridad, accesibilidad con el fin que el cliente pueda llegar fácilmente sintiéndose seguro y cómodo.
- Realizar estudios de marketing constantes con el fin de conocer las necesidades de los clientes con el fin de poder cubrir dichas necesidades evitando que los consumidores deban buscar en otros negocios lo que no puedan adquirir.
- Un negocio para tener la aceptación del cliente, requiere sobretodo de atención diferenciada, no simplemente pensar en vender para ganar, sino vender algo que el cliente quede conforme y sienta la voluntad de regresar las siguientes ocasiones.

BIBLIOGRAFÍA

Agamez, J. (2014). *slideshare.net*. Recuperado el 05 de abril de 2019, de https://es.slideshare.net/diegoarmandoperezcon/activos-diferidos

Alva, N. (2017). *academia.edu*. Recuperado el 16 de abril de 2019, de https://www.academia.edu

Alvarado, V. (2011). *Diccionario de Marketing*. Recuperado el 28 de Mayo de 2017, de http://vilmaalvarado.blogspot.com/2011/05/definicion-de-cliente-para-fines-de.html

Aranday, R. (2017). *doctrina.vlex.com*. Recuperado el 19 de abril de 2019, de https://doctrina.vlex.com.mx/vid/estudio-tecnico-702304333

Arévalo, R. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2018, de https://www.scribd.com/doc/42326096/Resumen-Comportamiento-del-Consumidor

Arias, A. (2019). *economipedia.com*. Recuperado el 07 de noviembre de 2018 de https://economipedia.com/definiciones/gastos-financieros.html

Arnoletto, E. (2009). *Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Recuperado el 07 de Junio de 2018, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm

Bembibre, C. (2019). *definicionabc*. Recuperado el 24 de enero de 2019, de https://www.definicionabc.com/economia/ingresos.php

Burguillo, R. (2016). *economipedia*. Recuperado el 29 de noviembre de 2018, de https://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html

Burguillo, R. (2019). *economipedia*. Recuperado el 03 de enero de 2019, de https://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html

Bustelo, P. (2016). *uscmarketingdigital*. Recuperado el 27 de enero de 2019 de http://www.uscmarketingdigital.com/comportamiento-del-consumidor/

Cabia, D. (2017). *definiciones*. Recuperado el 17 de diciembre de 2018 de https://economipedia.com/definiciones/fuente-de-financiacion.html

Celayo, C. (2018). *Negocios Inteligentes*. Recuperado el 05 de enero de 2019 de https://negocios-inteligentes.mx/que-es-la-razon-de-endeudamiento-y-como-se-calcula/

Cordoba, G. (2011). *econlink*. Recuperado el 17 de febrero de 2019 de https://www.econlink.com.ar/definicion/riesgopais.shtml

Diaz, E. (2013). *Inversion fija y diferida*. Recuperado el 01 de diciembre de 2018 de https://prezi.com/ipdkqieck-zk/inversion-fija-y-diferida/

Dolande, Y. (2014). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Recuperado el 30 de noviembre de 2018 de https://es.slideshare.net/yorlenisdolandelucero/balance-de-oferta-y-demanda-y-sitema-lan

Duque, J. (2016). *abcfinanzas*. recuperado el 01 de febrero de 2019 de https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/analisis-financiero/razones-indices-financieros

Duque, J. (2017). *abcfinanzas*. Recuperado el 05 de diciembre de 2018 de https://www.abcfinanzas.com/author/duque

Durand, J. (2014). *slideshare.net*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2018, de https://es.slideshare.net/jcarlos2509/estadistica-poblacion-muestra-y-variables

Elibeth, C. (2003). *GestioPolis*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2018, de https://www.gestiopolis.com/control-como-funcion-administrativa-en-la-empresa/

España, S. (2016). *El Pais*. Recuperado el 09 de Octubre de 2018 de https://elpais.com/economia/2016/06/23/actualidad/1466679326_229345.html

Espinosa, R. (2013). *Estrategia, Marketing*. Recuperado el 07 de Junio de 2018, de http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/

Espinoza, R. (2012). *http://robertoespinosa.es/*. Recuperado el 28 de Mayo de 2018, de http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/

Freire, G. (2015). *slideshare.net*. Recuperado el 25 de febrero de 2019 de https://es.slideshare.net/GabrielaFreire02/estado-de-situacion-inicial-43600367

Gardey, A. (2009). *definicion.de*. Recuperado el Febrero de 2019, de https://definicion.de/oferta/

Gardey, A. (2017). *Definición de amortización (https://definicion.de/amortizacion/)*. Recuperado el 26 de marzo de 2019 de https://definicion.de/amortizacion/

Garrd, M. (2011). *slideshare*. recuperado el 18 de marzo de 2019 de https://es.slideshare.net/MELGARRD/costo-de-ventas

Holguín, J. (2007). *economia.ws*. Recuperado el 28 de marzo de 2019 de http://www.economia.ws/equilibrio-oferta-demanda.php

Holguín, J.(2012). *proyectos.ingenotas*. Recuperado el 05 de marzo de 2019 de http://proyectos.ingenotas.com/2010/12/oferta-actual-y-proyectada.html

Houston, L. (2017). *Diferencias entre mayoristas, distribuidores y minoristas*. Recuperado el 07 de Noviembre de 2018, de http://pyme.lavoztx.com/diferencias-entre-mayoristas-distribuidores-y-minoristas-6202.html

Jauregui, A. (2006). *lifeder* . Recuperado el 16 de enero de 2019 de, https://www.lifeder.com/evaluacion-financiera-proyectos/

Jesuitas. (2017). Recuperado el 22 de febrero de 2019, de jesuitas UOC: https://fp.uoc.fje.edu/blog/como-funciona-el-departamento-de-administracion-de-una-empresa/

Keynes. (2015). *gerencie.com*. Recuperado el 12 de marzo de 2019, de https://www.gerencie.com/la-inflacion-segun-la-teoria-keynesiana.html

Kotler, P. (2010). *Philip Kotler*. Recuperado el 28 de diciembre de 2018, de http://phlpktler.blogspot.com/

Leal, C. (2016). *brainly*. Recuperado el 03 de marzo de 2019, de https://brainly.lat/tarea/3692298

Lopez, Y. (2013). *gestiopolis*. Recuperado el 02 de enero de 2019, de https://www.gestiopolis.com/filosofia-organizacional-y-su-importancia/

Lorenzana, D. (2013). *www.pymesyautonomos.com*. Recuperado el 04 de marzo de 2019, de https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/que-es-el-roa-de-una-empresa

Lorenzana, D. (2014). *pymesyautonomos*. Recuperado el 10 de diciembre de 2018,de https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/en-que-consiste-el-roe-y-para-que-sirve

Luna, N. (2018). *entrepreneur*. Recuperado el 4 de marzo de 2019, de https://www.entrepreneur.com/article/307240

Malota, E. (2011). *academia.edu*. Recuperado el 16 de Octubre de 2018, de http://www.academia.edu/8790218/Ambiente_externo_de_las_organizaciones_de

Martín, B.(2001). *gestiopolis*. Recuperado el 07 de Junio de 2018, de https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/

Mateos, S.(2017). *economiafinanzas.com*. Recuperado el 20 de enero de 2019, de https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/

Mateos, S. (2017). *economiafinanzas.com*. Recuperado el 06 de febrero de 2019, de https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/

Merino, M. (2009). *definicion.de*. Recuperado el 19 de enero de 2019, de https://definicion.de/entorno/

Merino, M. (2013). *definicion.de*. Recuperado el 27 de diciembre de 2018, de https://definicion.de/impacto-ambiental/

Merino, M. (2019). *Definicion de*. Recuperado el 23 de diciembre de 2018, de https://definicion.de/costo-fijo/

Moreno, M. (2010). *conceptos de economia el flujo de caja*. Recuperado el 06 de abril de 2019, de https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones

Navarro, J. (2008). *elblogsalmon*. Recuperado el 25 de diciembre de 2018, de https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda

Nieto, A. (2010). *el blogsalmo*. Recuperado el 18 de noviemnre de 2018, de https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-inflacion

Nuñes, P. (2015). *knoow.net*. Recuperado el 6 de enero de 2019, de http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/

Riquelme, M. (2016). *webyempresas*. Recuperado el 19 de enero de 2019, de https://www.webyempresas.com/encuesta-que-es-y-como-hacerla/

Servicio de Rentas Internas. (2015). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 28 de Enero de 2019, de http://www.sri.gob.ec/web/10138/92

Soto, B. (2011). *gestion.org*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2018, de https://www.gestion.org/recursos-humanos/liderazgo/5790/acerca-de-la-direccion-en-una-empresa/

SRI. (2017). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 23 de Octubre de 2017, de http://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri

Superintendencia de Bancos del Ecuador. (2016). *Superintendencia de Bancos*. Recuperado el 21 de Enero de 2019, de http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2

Telegrafo, D. e. (06 de Diciembre de 2016). *Diario el Telegrafo*. Obtenido de https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/179/11/quito-puntal-economico-de-ecuador

Terry, G. (22 de Noviembre de 2011). *Gestion Administrativa*. Recuperado el 01 de Junio de 2017, de http://jorge15-gestionadministrativa.blogspot.com/

ANEXO

ANEXO 1. PUBLICIDAD

- Página de Facebook donde se puede encontrar la variedad de productos, promociones y novedades.

- Calendario que será de regalía a los clientes como forma de publicidad.

DISTRIBUIDORA RODRIGUEZ SAAVEDRA

CALENDARIO AÑO 2019

ENERO 2019				FEBRERO 2019			
1	2	3	4	1	2	3	4
5	6	7	8	5	6	7	8
9	10	11	12	9	10	11	12
13	14	15	16	13	14	15	16
17	18	19	20	17	18	19	20
21	22	23	24	21	22	23	24
25	26	27	28	25	26	27	28
29	30	31					

MARZO 2019				ABRIL 2019			
1	2	3	4	1	2	3	4
5	6	7	8	5	6	7	8
9	10	11	12	9	10	11	12
13	14	15	16	13	14	15	16
17	18	19	20	17	18	19	20
21	22	23	24	21	22	23	24
25	26	27	28	25	26	27	28
29	30	31		29	30		

- Publicidad empleada para darnos a conocer.

Anexo 1 *Publicidad*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

ANEXO 2. ENCUESTA

1. Dónde adquiere normalmente los productos de consumo masivo?

Distribuidoras

Distribuidoras ☐ Tiendas mayoristas ☐ Supermercados ☐ Otros ☐

2. ¿Cada qué tiempo usted realiza compras de productos de consumo masivo?

Diario ☐ Semanal ☐ Quincenal ☐ Mensual ☐

3. Cuánto gasta en promedio en sus compras de productos?

5 ☐ 10 ☐ 20 ☐ >20 ☐

4. Esta usted satisfecho con los lugares donde realiza sus compras?

SI ☐ NO ☐

5¿Usted está de acuerdo con la implementación de una distribuidora y comercializadora de producto de consumo masivo es la cooperativa Jaime Roldos?

SI ☐ NO ☐

6. ¿Señale cuál de los siguientes productos son los que usted más comercializa en su local comercial?

Alimentación ☐ Aseo personal ☐ Aseo del hogar ☐

7. Al momento de elegir un producto usted se fija principalmente en:

Precio ☐ Marca Especifica ☐ Presentación ☐ Otros ☐

8. Usted está de acuerdo que en las tiendas donde adquiere normalmente sus productos suban los precios debido a que solo ellos los disponen.

SI ☐ NO ☐

Anexo 2 *Encuesta*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

ANEXO 3. Control de mercaderías

- Kardex para el control de entradas y salida de mercaderías.

DISTRIBUIDORA RODRIGUEZ SAAVEDRA

Manejo de inventarios de mercaderias

Producto: pasta de dientes triple accion 60 gr.			ENTRADA		SALIDA		SALDO	
FECHA	DETALLE	VALOR UND.	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL	CANTIDAD	TOTAL
01/01/2019	Inv. Inicial	$ 1,00	250	$ 250,00			250	$ 250,00
09/01/2019	Compra mercaderia	$ 1,00	144	$ 144,00			394	$ 394,00
09/01/2019	Venta Mercaderia	$ 1,00			83	$ 83,00	311	$ 311,00

- Traspaleta manual la cual cumple la función del traslado de mercadería.

- Pallets empleados para el almacenamiento de mercadería.

- Mostradores para la exibicion de mercaderia.

Anexo 3 *Control de Mercadería*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

ANEXO 4. MÉTODO FRANCÉS

Método Francés					
PERIODO	SALDO INICIAL	INTERES	CUOTA	DEVOL CAPITAL	SLDO FINAL
0	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 4.500,00
1	$ 4.500,00	$ 76,88	$ 138,14	$ 61,26	$ 4.438,74
2	$ 4.438,74	$ 75,83	$ 138,14	$ 62,31	$ 4.376,43
3	$ 4.376,43	$ 74,76	$ 138,14	$ 63,37	$ 4.313,05
4	$ 4.313,05	$ 73,68	$ 138,14	$ 64,46	$ 4.248,60
5	$ 4.248,60	$ 72,58	$ 138,14	$ 65,56	$ 4.183,04
6	$ 4.183,04	$ 71,46	$ 138,14	$ 66,68	$ 4.116,36
7	$ 4.116,36	$ 70,32	$ 138,14	$ 67,82	$ 4.048,54
8	$ 4.048,54	$ 69,16	$ 138,14	$ 68,98	$ 3.979,57
9	$ 3.979,57	$ 67,98	$ 138,14	$ 70,15	$ 3.909,41
10	$ 3.909,41	$ 66,79	$ 138,14	$ 71,35	$ 3.838,06
11	$ 3.838,06	$ 65,57	$ 138,14	$ 72,57	$ 3.765,49
12	$ 3.765,49	$ 64,33	$ 138,14	$ 73,81	$ 3.691,68
13	$ 3.691,68	$ 63,07	$ 138,14	$ 75,07	$ 3.616,61
14	$ 3.616,61	$ 61,78	$ 138,14	$ 76,35	$ 3.540,25
15	$ 3.540,25	$ 60,48	$ 138,14	$ 77,66	$ 3.462,59
16	$ 3.462,59	$ 59,15	$ 138,14	$ 78,99	$ 3.383,61
17	$ 3.383,61	$ 57,80	$ 138,14	$ 80,34	$ 3.303,27
18	$ 3.303,27	$ 56,43	$ 138,14	$ 81,71	$ 3.221,56
19	$ 3.221,56	$ 55,04	$ 138,14	$ 83,10	$ 3.138,46
20	$ 3.138,46	$ 53,62	$ 138,14	$ 84,52	$ 3.053,94
21	$ 3.053,94	$ 52,17	$ 138,14	$ 85,97	$ 2.967,97
22	$ 2.967,97	$ 50,70	$ 138,14	$ 87,44	$ 2.880,54
23	$ 2.880,54	$ 49,21	$ 138,14	$ 88,93	$ 2.791,61
24	$ 2.791,61	$ 47,69	$ 138,14	$ 90,45	$ 2.701,16
25	$ 2.701,16	$ 46,14	$ 138,14	$ 91,99	$ 2.609,16
26	$ 2.609,16	$ 44,57	$ 138,14	$ 93,57	$ 2.515,60
27	$ 2.515,60	$ 42,97	$ 138,14	$ 95,16	$ 2.420,44
28	$ 2.420,44	$ 41,35	$ 138,14	$ 96,79	$ 2.323,65
29	$ 2.323,65	$ 39,70	$ 138,14	$ 98,44	$ 2.225,20
30	$ 2.225,20	$ 38,01	$ 138,14	$ 100,12	$ 2.125,08
31	$ 2.125,08	$ 36,30	$ 138,14	$ 101,83	$ 2.023,24
32	$ 2.023,24	$ 34,56	$ 138,14	$ 103,57	$ 1.919,67
33	$ 1.919,67	$ 32,79	$ 138,14	$ 105,34	$ 1.814,33
34	$ 1.814,33	$ 30,99	$ 138,14	$ 107,14	$ 1.707,18
35	$ 1.707,18	$ 29,16	$ 138,14	$ 108,97	$ 1.598,21
36	$ 1.598,21	$ 27,30	$ 138,14	$ 110,84	$ 1.487,37
37	$ 1.487,37	$ 25,41	$ 138,14	$ 112,73	$ 1.374,64
38	$ 1.374,64	$ 23,48	$ 138,14	$ 114,65	$ 1.259,99
39	$ 1.259,99	$ 21,52	$ 138,14	$ 116,61	$ 1.143,38

40	$ 1.143,38	$ 19,53	$ 138,14	$ 118,61	$ 1.024,77
41	$ 1.024,77	$ 17,51	$ 138,14	$ 120,63	$ 904,14
42	$ 904,14	$ 15,45	$ 138,14	$ 122,69	$ 781,45
43	$ 781,45	$ 13,35	$ 138,14	$ 124,79	$ 656,66
44	$ 656,66	$ 11,22	$ 138,14	$ 126,92	$ 529,74
45	$ 529,74	$ 9,05	$ 138,14	$ 129,09	$ 400,65
46	$ 400,65	$ 6,84	$ 138,14	$ 131,29	$ 269,35
47	$ 269,35	$ 4,60	$ 138,14	$ 133,54	$ 135,82
48	$ 135,82	$ 2,32	$ 138,14	$ 135,82	$ 0,00
TOTAL		**$ 2.130,64**		**$ 4.500,00**	

Anexo 4 *Método Francés*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Juan Calor Rodríguez*

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Urkun Juan Rodríguez.docx (D51172026)
Submitted:	4/27/2019 7:49:00 PM
Submitted By:	juancarloscse1@gmail.com
Significance:	9 %

Sources included in the report:

TRABAJO DE TITULACIÒN ARTESANÌAS DE YERBA MATE.docx (D38729075)
ANDREA PAMELA QUISHPE HIDALGO.pdf (D37087623)
ALEXANDRA SEVILLA.pdf (D51142473)
Sandra Vanessa Quintanilla.docx (D51140870) Bayron David Diaz Cacuango.pdf (D37111599) ERIKA LIZETH NAULA CAISALITIN.pdf (D37021702) TESIS.pdf (D37024363)
elizabeth gualavisi tutillo.pdf (D37047201)
https://www.pymesfuturo.com/pri.htm
364d6b8e-fb92-4737-b42c-a3ae913429f9

Instances where selected sources appear:

30

Ing. Analuisa Aguiar Armando Andrés

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN

NOMBRE TUTOR:	ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRES
NOMBRE ESTUDIANTE:	RODRIGUEZ CARANGUI JUAN CARLOS
CARRERA:	ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA
TEMA DE TITULACIÓN:	DISEÑAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO , UBICADA EN LA COOPERATIVA JAIME ROLDÓS, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019
IMPRESIÓN REPORTE:	Quito, 22 de mayo del 2019 18:36:10
TIPO REPORTE:	ACUMULATIVO

MODALIDAD:	INCUBADORA EMPRESARIAL	PERIODO:	OCT 2018_MAR 2019

NO.	CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACIÓN	ESTADO SC
1	158528	2019-01-09	INSITU	2019-01-09 15:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-09 16:00:00	1.00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LA JUSTIFICACIÓN Y NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO
2	158542	2019-01-12	AUTONOMA	2019-01-12 12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-12 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE LA JUSTIFICACIÓN Y AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO
3	158529	2019-01-09	INSITU	2019-01-09 16:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-09 17:00:00	1.00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
4	158543	2019-01-13	AUTONOMA	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	158530	2019-01-16	INSITU	2019-01-16 15:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-16 16:00:00	1.00	SE APRUEBA LA JUSTIFICACIÓN INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS INTERNO.	PROCESADO
6	158544	2019-01-19	AUTONOMA	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 ANÁLISIS INTERNO	PROCESADO
7	158531	2019-01-16	INSITU	2019-01-16 16:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-16 17:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANÁLISIS INTERNO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS FODA.	PROCESADO
8	158545	2019-01-20	AUTONOMA	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 ANÁLISIS FODA	PROCESADO
9	158532	2019-01-23	INSITU	2019-01-23 15:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-23 16:00:00	1.00	SE APRUEBA EL AMBIENTE EXTERNO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL ANÁLISIS INTERNO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO
10	158546	2019-01-26	AUTONOMA	2019-01-26 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-26 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANÁLISIS INTERNA Y AVANCES DEL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	PROCESADO
11	158533	2019-01-23	INSITU	2019-01-23 16:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-23 17:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ENTORNO LOCAL INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL ANÁLISIS FODA Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO
12	158547	2019-01-27	AUTONOMA	2019-01-27 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-27 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANÁLISIS FODA Y AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA	PROCESADO
13	158534	2019-01-30	INSITU	2019-01-30 15:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-01-30 16:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANÁLISIS INTERNO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO
14	158548	2019-02-02	AUTONOMA	2019-02-02 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-02 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR Y AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROCESADO
15	158535	2019-01-30	INSITU	2019-01-30 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-01-30 17:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANÁLISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO
16	158549	2019-02-03	AUTONOMA	2019-02-03 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-03 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA Y AVANCES DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA	PROCESADO
17	158536	2019-02-06	INSITU	2019-02-06 15:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-06 16:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA.	PROCESADO
18	158550	2019-02-09	AUTONOMA	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

19	158537	2019-02-06	INSITU	2019-02-06 16:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-06 17:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANÁLISIS DE LA OFERTA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	PROCESADO
20	158551	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	PROCESADO
21	158538	2019-02-13	INSITU	2019-02-13 15:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-13 16:00:00	1.00	SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACIÓN	PROCESADO
22	158552	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	PROCESADO
23	158539	2019-02-13	INSITU	2019-02-13 16:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMANIO DEL PROYECTO	2019-02-13 17:00:00	1.00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE LA DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DE TAMAÑO DEL PROYECTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE INGENIERÍA DEL PRODUCTO.	PROCESADO
24	158552	2019-02-17	AUTONOMA	2019-02-17 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMANIO DEL PROYECTO	2019-02-17 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO Y AVANCES DE INGENIERÍA DEL PRODUCTO.	PROCESADO
25	158540	2019-02-20	INSITU	2019-02-20 15:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-20 16:00:00	1.00	SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA - DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DE LOCALIZACIÓN Y SE ENVÍAN CORRECCIONES.	PROCESADO
26	158554	2019-02-23	AUTONOMA	2019-02-23 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-23 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	PROCESADO
27	158541	2019-02-20	INSITU	2019-02-20 16:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-20 17:00:00	1.00	SE APRUEBA ANÁLISIS DEL TAMAÑO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISA AVANCES DE LA INGENIERÍA DEL PRODUCTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES INGRESOS.	PROCESADO
28	158555	2019-02-24	AUTONOMA	2019-02-24 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-24 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LA INGENIERÍA DEL PRODUCTO Y AVANCES DE CÁLCULO DE INGRESOS.	PROCESADO
29	167032	2019-02-27	INSITU	2019-02-27 15:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-02-27 17:00:00	2.00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE LA LOCALIZACIÓN Y DE LA INGENIERÍA DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISA AVANCES DEL ANÁLISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES Y SE ENVÍAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES.	PROCESADO
30	167044	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	CORRECCIONES DEL CÁLCULO DE INGRESOS Y AVANCES DE CUADRO DE INVERSIONES	PROCESADO
31	167033	2019-03-06	INSITU	2019-03-06 15:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-06 17:00:00	2.00	SE APRUEBA ANÁLISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISA AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES Y SE ENVÍAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN: VAN, TIR, PRI, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
32	167046	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-10 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL CUADRO DE INVERSIONES Y AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO	PROCESADO
33	167035	2019-03-13	INSITU	2019-03-13 15:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-13 17:00:00	2.00	SE APRUEBA EL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISA AVANCES DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN VAN, TIR, PRI, RCB, PUNTO DE EQUILIBRIO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO.	PROCESADO
34	167047	2019-03-17	AUTONOMA	2019-03-17 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-17 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PUNTO DE EQUILIBRIO Y AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL.	PROCESADO

35	167036	2019-03-20	INSITU	2019-03-20 15:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-20 17:00:00	2.00	SE APRUEBAN LOS CÁLCULOS DE LOS INDICADORES DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS VAN, TIR, PRI, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISA AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO DEL PROYECTO.	PROCESADO
36	167050	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 ECONÓMICO	PROCESADO
37	167037	2019-03-27	INSITU	2019-03-27 15:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONÓMICO	2019-03-27 17:00:00	2.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISA AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO DEL PROYECTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO.	PROCESADO
38	167052	2019-03-31	AUTONOMA	2019-03-31 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONÓMICO	2019-03-31 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO ECONÓMICO Y AVANCES DEL IMPACTO PRODUCTIVO	PROCESADO
39	167038	2019-04-03	INSITU	2019-04-03 15:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-03 17:00:00	2.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISA AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASÍ COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.	PROCESADO
40	167054	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 ASÍ COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO
41	167039	2019-04-10	INSITU	2019-04-10 15:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-10 17:00:00	2.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISA AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVÍAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CORRECCIONES DE MEJORA EN LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO	PROCESADO
42	167055	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 ASÍ COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	PROCESADO
43	167040	2019-04-17	INSITU	2019-04-17 15:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-17 16:00:00	1.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE APRUEBA TAMBIEN LAS CONCLUSIONES DEL PROYECTO	PROCESADO
44	167042	2019-04-17	INSITU	2019-04-17 16:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-17 17:00:00	1.00	SE REVISA Y APRUEBA LAS RECOMENDACIONES DEL PROYECTO. TRABAJO LISTO PARA PRESENTACION DEL PRIMER BORRADOR FISICO.	PROCESADO
						TOTAL HORAS:	240		

ANALUISA AGUJAR ARMANDO ANDRES
TUTOR
CI: 1720917218

RODRIGUEZ CARANGUI JUAN CARLOS
ALUMNO
CI: 0302156260

SALAS JIMENEZ FRANCISCO VINICIO
DELEGADO
CI: 1712480670
FECHA: 29-05-2019

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

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) **RODRIGUEZ CARANGUI JUAN CARLOS,** portador de la cédula de identidad Nº 0302156260, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 28 de mayo del 2019

28 MAY 2019

Sra. Mariela Balseca
CAJA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
28 MAY 2019
9,24 hrs
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Francisco Salas
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

Adm. Bancaria y Financiera

Adm. Bancaria y Financiera Prod.

Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA

BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

Sra. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

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