

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
VIDA NUEVA**



CARRERA:

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD, CON ÁREAS RECREATIVAS EN EL SECTOR LA MASCOTA, DMQ 2020.

AUTORA:

TAIPE MULLO ARACELY CAROLINA

TUTOR:

ING. CHACÓN ALMAGRO ROLANDO DAVID

FECHA:

MARZO 2021

QUITO – ECUADOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Taipe Mullo Aracely Carolina portador/a de la cédula de ciudadanía 1724382096, facultado/a de la carrera **TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, autor/a de esta obra certifico y proveo al Instituto Superior Tecnológico Vida Nueva, usar plenamente el contenido del informe con el tema **ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD, CON ÁREAS RECREATIVAS EN EL SECTOR LA MASCOTA, DMQ 2020**, con el objeto de aportar y promover la lectura e investigación, autorizando la publicación de mi proyecto de titulación en la colección digital del repositorio institucional bajo la licencia de Creative Commons: Atribución-No Comercial-Sin Derivadas.

En la ciudad de Quito, del mes Marzo de 2021.



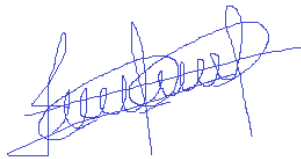
TAIPE MULLO ARACELY CAROLINA

C.I.: 1724382096

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Docente Guía del Informe de Proyecto Práctico de Titulación: Elaboración de un plan de negocios para la implementación de una microempresa de productos de primera necesidad, con áreas recreativas en el sector de la Mascota, DMQ 2020., presentado por la ciudadana Taipe Mullo Aracely Carolina para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, certifico, que dicho informe ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes Marzo de 2021.



TUTOR: CHACÓN ALMAGRO ROLANDO DAVID

C.I.: 171895665-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal aprueban el informe de investigación, sobre el tema: **Elaboración de un plan de negocios para la implementación de una microempresa de productos de primera necesidad, con áreas recreativas en el sector la mascota, DMQ 2020** en la ciudad de Quito, la estudiante: **Taipe Mullo Aracely Carolina** de la Carrera en **Tecnología en Administración De Empresas.**

Para constancia firman:

C.I.:

C.I.:

C.I.:

C.I.:

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Taipe Mullo Aracely Carolina** con cédula de ciudadanía **1724382096** estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Vida Nueva, declaro que he realizado este proyecto de titulación tomando en consideración citas bibliográficas que se nombran en este texto.

El Instituto Superior Tecnológico Vida Nueva puede utilizar este proyecto de titulación como una ayuda bibliográfica.

En la ciudad de Quito, del mes de Marzo de 2021.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carolina Taipe', is written over a horizontal line.

TAIPE MULLO ARACELY CAROLINA

C.I.: 1724382096

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida y a mi familia por ser el pilar fundamente de apoyo para alcanzar este logro profesional que me permitirá crecer de manera integral en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial al Instituto Superior Tecnológico Vida Nueva por la apertura que me brindó para prepararme profesionalmente en esta noble Institución, a mis maestros ya que con su gran paciencia lograron en mí el objetivo del aprendizaje, a mis compañeros, y a mi familia por su apoyo incondicional y a todas las personas que colaboraron de una u otra manera en la ejecución de este trabajo de investigación.

ÍNDICE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
ÍNDICE	VII
LISTA DE GRÁFICOS	XII
LISTA DE TABLAS.....	XIII
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
CAPITULO I.....	1
Introducción	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
Descripción de la situación problemática.....	2
Formulación del problema	4
Objetivos de la investigación	6
General.....	6
Específicos.....	6
Justificación de la investigación.....	6
MARCO TEÓRICO.....	7
Bases teóricas	7
Definición de términos básicos	9
Plan de Negocios.....	9
Plan Estratégico	9
Factibilidad	10
Viabilidad.....	10
Microempresas	11
METODOLOGÍA	11
Diseño metodológico.....	11
Variables y definición operacional.....	12
Variable independiente:.....	12
Variable Independiente: El plan de negocios.....	12

Variable dependiente:.....	12
Variable Dependiente: Microempresa.....	13
Diseño muestra.....	13
Población	13
Muestra.....	13
Técnicas de recolección de datos	14
Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	14
CAPITULO II	15
Análisis situacional	15
Microentorno.....	15
Filosofía empresarial.....	15
Misión.....	15
Visión	15
Objetivos generales	16
Objetivos específicos.....	16
Organigrama.....	16
Valores	17
Responsabilidad. -	17
Honestidad.....	17
Políticas	17
Políticas con proveedores.....	17
Políticas con clientes.....	17
Políticas con personal.....	18
Clientes.....	18
Proveedores	19
Competidores	19
Macroentorno	19
Factor Político	20
Factor Económico	20
Producto Interno Bruto PIB.....	20
Inflación.....	21
Tasa de interés.....	22
Tasa Activa	23
Tasa Pasiva.....	24

Factor Social.....	25
Desempleo.....	25
Cultura	26
Factor Tecnológico.....	27
Factor legal.....	27
Ruc (Registro Único de Contribuyentes).....	28
Patente.....	28
Permiso de los bomberos.....	29
Empresas	29
Factor Tecnológico Ambiental.....	30
Desastres naturales.....	30
CAPITULO III.....	31
ESTUDIO DE MERCADO	31
Análisis del consumidor.....	31
Determinación de la población y muestra	31
Población	31
Muestra.....	32
Fórmula.....	33
Cálculo de muestra.....	33
Técnicas de obtención de la información.....	33
Encuesta	34
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	37
Marketing Mix.....	45
Precio.....	45
Plaza.....	46
Publicidad.....	46
Nombre de la Microempresa: SUPERMARKET KIDS.....	46
Tarjeta de presentación.....	47
Logotipo:	47
Eslogan: Comprar y Construir Jugando.....	47
Matriz FODA	48
Producto	48
Lista de productos	48
Enlatados	49

Lácteos	49
Carnes.....	49
Bebidas y envasados	49
Frutas	50
Hortalizas.....	50
Aseo personal.....	50
Limpieza.....	50
CAPITULO IV.....	51
ESTUDIO TÉCNICO	51
Capacidad instalada.....	51
Capacidad Óptima	52
Localización	52
Macro- localización.....	52
Micro -localización.....	54
CAPITULO V.	56
ESTUDIO FINANCIERO.....	56
Libro diario.....	58
Mayorización.....	61
Balance General	64
Balance de Resultados.....	65
Ingresos operacionales y no operacionales	66
Ingresos operacionales	66
Ingresos no operacionales.....	66
Gastos fijos y variables	66
Gastos fijos.....	66
Arriendo.....	67
Depreciación.....	67
Gastos variables.....	67
Sueldos.....	68
Inversión fija	68
Activos Fijos.....	68
Activos Fijo Depreciable.....	69
Amortización de financiamiento (tabla de amortización)	70
Estado de resultados proyectados.....	71

Flujo Caja.....	72
VAN.....	72
TIR.....	73
PRI (periodo de recuperación de la inversión).....	73
CAPITULO VI.....	75
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
Conclusiones.....	75
Recomendaciones.....	76
BIBLIOGRAFIA.....	77
ANEXOS.....	80
Presupuesto.....	80
Cronograma.....	81
Préstamo.....	82

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Organigrama.....	16
Gráfico No. 2 Modelo de las cinco fuerzas de Porter	18
Gráfico No. 3 Cultura.....	26
Gráfico No. 4 Resultado de población	32
Gráfico No. 5 Implementación de la microempresa.....	37
Gráfico No. 6 Productos de primera necesidad.....	38
Gráfico No. 7 Compra.....	39
Gráfico No. 8 Lugar de frecuencia	40
Gráfico No. 9 Consumo.....	41
Gráfico No. 10 Entrega motorizada	42
Gráfico No. 11 Área recreativa	43
Gráfico No. 12 Consumo diario	44
Gráfico No. 13 Ubicación geográfica de la microempresa	46
Gráfico No. 14 Tarjeta de presentación.....	47
Gráfico No. 15 Logotipo	47
Gráfico No. 16 Capacidad instalada.....	51
Gráfico No. 17 Macro-localización.....	53
Gráfico No. 18 Micro-localización	54
Gráfico No. 19 Ubicación espacial.....	55
Gráfico No. 20 Diseño propio	57
Gráfico No. 21 Tabla de amortización y desembolso	82

LISTA DE TABLAS

Tabla No.1 Producto Interno Bruto	21
Tabla No.2 Inflación Acumulado	22
Tabla No.3 Tasa de Interés Activa	23
Tabla No.4 Tasa Pasiva	24
Tabla No.5 Desempleo	25
Tabla No.6 Compra	35
Tabla No.7 Compras frecuentes	35
Tabla No.8 Consumo.....	35
Tabla No.9 Frecuencia de compras	36
Tabla No.10 Precio.....	45
Tabla No.11 Matriz foda	48
Tabla No.12 Capacidad Optima	52
Tabla No.13 Macro-localización	53
Tabla No.14 Libro diario.....	58
Tabla No.15 Continuación de libro diario	59
Tabla No.16 Continuación del libro diario.....	60
Tabla No.17 Continuación de libro diario.....	61
Tabla No.18 Mayorización.....	61
Tabla No.19 Continuación de la mayorización	62
Tabla No.20 Continuación de mayorización	62
Tabla No.21 Continuación de la mayorización	63
Tabla No.22 Continuación de la mayorización	63
Tabla No.23 Balance General	64
Tabla No.24 Balance de resultados	65
Tabla No.25 Ingresos operacionales	66
Tabla No.26 Arriendo.....	67
Tabla No.27 Depreciación.....	67
Tabla No.28 Sueldos	68
Tabla No.29 Activos Fijos	69
Tabla No.30 Activos.....	69
Tabla No.31 Amortización	70
Tabla No.32 Estado de resultados proyectados.....	71

Tabla No.33 Flujo Caja	72
Tabla No.34 VAN	72
Tabla No.35 TIR.....	73
Tabla No.36 PRI.....	73
Tabla No.37 PRI.....	74
Tabla No.38 PRI.....	74
Tabla No.39 Valor a Recuperar.....	74
Tabla No.40 Presupuesto.....	80
Tabla No.41 Cronograma.....	81

RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo desarrollar una propuesta de valor atribuida al plan de negocios para la implementación de una microempresa de productos de primera necesidad con áreas recreativas del sector la Mascota del Distrito Metropolitano de Quito.

Como parte innovadora del plan de negocios se ha determinado la viabilidad de áreas recreativas en la microempresa la misma que busca dar solución a los padres y madres de familia quienes mientras estén adquiriendo productos en el micromercado los niños que los acompañan se encuentren divirtiéndose contentos y felices en el área recreativa.

Basado en el estudio técnico es un emprendimiento nuevo debido a que en el sector solo existen tiendas de barrio además tiene gran acogida por los habitantes.

Este plan de negocios es una herramienta de apoyo siempre y cuando se aplique con sapiencia el factor económico y con un enfoque ligado a la superación y el éxito.

PALABRAS CLAVE:

PLAN DE NEGOCIOS, DESARROLLO DE UNA MICROEMPRESA, AREAS RECREATIVAS

ABSTRACT

The objective of this research is to develop a value proposition attributed to the business plan for the implementation of a microbusiness of basic necessity products with recreational areas of the La Mascota neighborhood in the Metropolitan District of Quito.

As an innovative part of the business plan, the viability of recreational areas in the microbusiness has been determined; this seeks to provide a solution to parents who, while they are purchasing products in the micro market, the children who accompany them find themselves having fun and happy in the recreation area. Based on the technical study, it is a new undertaking because in the sector there are only neighborhood stores, and it is also very well received by the inhabitants.

This business plan is a support tool as long as the economic factor is applied wisely and with a focus linked to improvement and success.

KEYWORDS:

BUSINESS PLAN, DEVELOPMENT OF A MICRO-ENTERPRISE, RECREATIVE AREAS



Lcda. Paulina Aguaguña

Docente

CAPITULO I

Introducción

Los productos de primera necesidad por lo general son indispensables a diario dentro de cualquier hogar ya que satisfacen las necesidades prioritarias de las personas.

Haciendo hincapié lo que establece el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC en base a la proyección al año 2020 basándose en la información de actualidad y en la que dice: “De acuerdo a la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares en la capital los hogares gastan más en alimentos y bebidas no alcohólicas, seguido de transporte.” (INEC, 2015, pág. 1).

Por lo manifestado y deduciendo el gran dinamismo comercial referente al mercado de productos que en la actualidad existe en el lugar de la Mascota se concluye que este sector presenta un gran movimiento mercantil.

Por lo tanto para la implementación de una microempresa con productos de primera necesidad es importante la elaboración de un plan de negocios ya que en este se plasmará los factores y componentes que será necesario considerar para ir adecuando el funcionamiento de la misma, como una actividad económica productiva, determinando con claridad los objetivos y métodos a largo plazo para el futuro financiero de la empresa de tal manera que tanto los inversionistas y empresarios puedan analizar la rentabilidad predeterminando el éxito del negocio.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Descripción de la situación problemática

El crecimiento poblacional en la ciudad de Quito ha ido en aumento y de manera progresiva, según El Diario el Telégrafo del 17 de febrero del 2020 en su segmento Sociedad, en el que manifiesta, “La “Carita de Dios” se convirtió en la ciudad más poblada del Ecuador según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del 2019, según el censo la población es de 2´690.150 habitantes y menciona que para el 2020 será de 2´781.641 habitantes según las proyecciones de esta entidad de Censos.”. (Diario el Telégrafo, 2019, pág. 2)

De acuerdo a los datos recabados se concluye que el crecimiento poblacional irá en aumento a medida que transcurran los años, en toda la ciudad de Quito se extenderá la población según las proyecciones estimadas entonces el sector de la Mascota no será la excepción.

Ante el acelerado crecimiento que experimenta la ciudad de Quito La Cámara de Comercio de Quito, determina que el crecimiento del Área Metropolitana es de un 16% anual y de acuerdo al PLAN METROPOLITANO DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL; el Municipio de Quito busca “Convertir a Quito en una ciudad de oportunidades, con un entorno que estimule la inversión, el emprendimiento, la innovación y el desarrollo productivo, apoyando de forma especial a las micro, pequeñas y medianas empresas. Y de manera particular dará el apoyo a la industria el turismo y movilidad mediante la expansión y urbanización de su territorio convencidos que las maravillas que Quito tiene para ofrecer a propios y extraños deben traducirse en un mayor número de turistas que estimulen la economía de la Ciudad y generen mayor bienestar para miles de quiteños.” (Consejo Metropolitano DMQ, 2015, pág. 1).

En el sector de la Mascota se ha contemplado una escasa comercialización de productos de primera necesidad en vista de que los negocios son pequeños, distantes y no ofrecen variedad de productos necesarios para el consumo diario, lo que ocasiona que los consumidores se trasladen a otros sectores para abastecerse de insumos, como: el Mercado la Magdalena, Centro Comercial el Recreo, Santa María de la Villaflora, por lo cual se genera insatisfacción en los consumidores.

Debido a la problemática que se identifica en el sector de la Mascota se considera necesaria la elaboración de un plan de negocios mediante el cual se determinará la viabilidad de la implementación de una microempresa de productos de primera necesidad con áreas recreativas, tomando en cuenta los estándares de seguridad en las áreas recreativas, diversificación y calidad de los productos que se pueden ofrecer a los consumidores.

La existencia de negocios distantes y la falta de un micromercado en el sector, ocasionan la escasa diversificación de productos de primera necesidad. Esto se debe a que por el sector solo existen pequeñas tiendas de barrio con carencia de productos surtidos y variados de primera necesidad, haciendo que la población tenga que desplazarle largas distancias hasta llegar al Mercado la Magdalena para adquirir lo necesario generando incomodidad e insatisfacción de la comunidad.

El poco interés de las personas en invertir en micromercados por parte de los empresarios ha causado disminución del desarrollo económico del sector la Mascota. Lo cual conlleva verse pormenorizado en tener ideas creativas de manera económica para su sustento familiar.

No hay una diversificación de productos en los procesos de venta lo que genera disminución del nivel de ventas ocasionando apatía en los consumidores y pormenorizando el nivel de ganancia dando poca importancia al sector.

Formulación del problema

¿En qué medida la elaboración de un plan de negocios permitirá la implementación de una microempresa de productos de primera necesidad, con áreas recreativas en el sector la Mascota, DMQ 2020 como parte de un nuevo emprendimiento?

Los negocios siempre deben estar cerca de la población que la necesita sin embargo la existencia de negocios distantes siempre son una preocupación en vista que se corre riesgo al salir a grandes distancias por cuestiones de seguridad personal, también se considera que el gusto de adquirir cualquier productos al pensar que éste se encuentra en lugares distantes ya no provoca afán por adquirirlo; por tal situación el sector mantiene una escasa diversificación de productos de primera necesidad en los hogares generando molestias y hasta cierto modo queda ese sinsabor de necesidades insatisfechas.

Los emprendedores con todo su talento no han puesto interés por invertir en el sector; por tal razón éste ha venido acarreado descontento de su gente, pero actualmente el barrio la Mascota ha ido creciendo de forma acelerada su población como cualquier barrio quiteño siendo esta una característica de aumento de necesidades prioritarias como es el consumo de productos de primera necesidad; analizando desde el punto de vista de mercado se puede deducir que la falta de inversión en el sector ha ocasionado disminución en desarrollo económico.

La falta de diversificación de productos en el sector; este ha sido uno de los factores que hace que la propuesta de la elaboración de un plan de negocios para la implementación de una microempresa con productos de primera necesidad tenga buena acogida y sea vista con buenos ojos ya que abastecerá al sector dando movimiento mercantil y a la vez con estas ideas de emprendimiento se esté fomentando el progreso que el sector quiteño se merece.

La elaboración de un plan de negocio para la implementación de una microempresa está articulada por factores de cumplimiento de viabilidad tanto en términos técnico, social y financiero para el funcionamiento de la misma con aspiraciones y características propias de la desenvolvimiento y desarrollo que entorno a ella se crean siendo necesarias para llegar a la meta evitando cometer errores a futuro en función de un previo análisis.

Sin embargo hay que considerar la importancia de la elaboración de un plan de negocios como una herramienta de apoyo para el desarrollo empresarial que se plasman procesos a seguir a través de un documento buscando analizar pormenorizadamente procedimientos y estrategias que constarán en dicho documento analizados desde el punto de vista financiero, social y contribución al cuidado del medio ambiente; por ello en base a todo este análisis y consideraciones de procedimientos y estrategias a seguir no es suficiente. Hay que tomar en cuenta que los parámetros priorizados que deben constar en un plan de negocios son:

Conocer la situación real de la actividad de negocio que se va a desarrollar, definiendo las características de los clientes y tomando en cuenta cómo será la posibilidad de acceso a ellos; considerar posibles competencias en el mercado; una vez planteadas estas situaciones siempre hay que mantener latente y ser cuidadoso en cuanto a los factores de riesgo por más optimismo excesivo que sea planteado, siempre se debe cumplir los parámetros propios del mercado.

La elaboración de un plan de negocios para la implementación de una microempresa de productos de primera necesidad con áreas recreativas hay que considerarlo como una oportunidad de mercado tomando en cuenta que su desenvolvimiento frente al público debe ser satisfactorio para la clientela y empoderado por el elemento humano que se pongan al frente ya que hay que ser conscientes de que todo trabajo requiere de esfuerzo y perseverancia para cumplir metas y objetivos propuestos.

Objetivos de la investigación

General.

Elaborar un plan de negocios para la implementación de una microempresa de productos de primera necesidad con áreas recreativas, mediante la realización de un estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero.

Específicos.

- Analizar la información recolectada del estudio de mercado para la identificación de los potenciales clientes.
- Identificar la viabilidad del proyecto mediante la identificación y el análisis financiero para una adecuada toma de decisiones.
- Elaborar un plan de negocios estableciendo estrategias a corto, mediano y largo plazo en un escenario que genere rentabilidad y competitividad.

Justificación de la investigación

En base al estudio desarrollado en el sector, y dando prioridad a las necesidades de los consumidores; se elaborará la exhibición de productos con variadas ofertas y además la implantación de áreas recreativas; las mismas que permitirán que la microempresa sea llamativa, siendo además una forma de hacer propaganda y en función de una adecuada atención a las personas buscar enrumbar a la microempresa en el ámbito comercial.

Una de las características que tendrá el negocio será brindar un buen servicio a través de personal calificado siendo éste el valor agregado en la empresa, por lo que el cliente sentirá satisfacción al momento de la compra; logrando en él un cliente satisfecho, tomando en cuenta que todo cliente satisfecho siempre regresa.

Se considerará importante también un buzón de sugerencias con el fin de retroalimentar y confirmar la satisfacción de los clientes quienes expresarán sus inquietudes para ir mejorando cada día el servicio prestado buscando liderar en el mercado con altos índices en ventas mediante la comercialización de variados productos de distintas marcas.

La elaboración de un plan de negocios para la implementación de la microempresa de productos de primera necesidad es la base de la comercialización de productos encargados a la compra y venta de mercaderías necesarias para una familia, en el ámbito social también se convertirá en una generación de empleo para los colaboradores en la empresa; sustentándoles a ciertas familias en su desarrollo económico.

La microempresa considerará como parte de su aporte a la comunidad con el reciclaje de los diferentes envases buscando que este material biodegradable y no biodegradable, sean direccionados a sus debidos lugares dándoles un mejor uso como material reutilizable y de esta manera aportar en algo al cuidado del medio ambiente.

MARCO TEÓRICO

Bases teóricas

El tema de investigación de la tesis denominada: **“Plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de frutas en el cantón Quinsaloma, provincia de los Ríos”**. Realizada por (Mantilla Perugachi, 2016, pág. 8) desarrollada en la Universidad Estatal de Quevedo, de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas, concluye lo siguiente:

De acuerdo a la investigación se manifiesta que el Plan de Negocios es un documento que detalla el empresario de forma escrita de tal manera que involucra los pasos establecidos en la empresa a manera de políticas internas que será más fácil guiar y cumplir todo el protocolo, para mantener en armonía el desarrollo económico y la relación laboral.

Además, en el documento detallan los procesos necesarios para la creación, comercialización e inversión que la empresa necesita para funcionar y mantenerse en el mercado de manera eficiente y con buenos índices de rentabilidad, determinando al movimiento financiero que es la parte fundamental que hace viable la existencia del proyecto que será de beneficio para el sector de Quinsaloma.

En el tema de investigación denominado: “Diseño de un plan de negocio para la Empresa de Yuca Precocida "Macabeitas" de la ciudad de Macas, del autor (Arévalo Moreno, 2015, pág. 7) por lo cual el proyecto de investigación manifiesta. La yuca es una planta originaria de la Amazonia y un producto muy apetecible a nivel mundial y de fácil cultivo. En el documento se detalla cómo se puede ir implementando alimentos precocidos a través de la yuca que contemplen más variedad y estén disponibles para supermercados; ahorrando el tiempo de preparación con normativas de productos light, con poca probabilidad de contaminación, manteniendo su valor nutricional y a un precio accesible.

En el tema de investigación denominado: “**Diseño de un Plan de Negocios para la creación de una empresa comercializadora de licores con la implementación de una aplicación móvil para servicio delivery en los sectores La Delicia y Eugenio Espejo**” de la autoría de (Suárez & Avilés, 2017, pág. 22) manifiesta que:

Los empresarios de las parroquias La Delicia y Eugenio Espejo tendrán ideas innovadoras para brindar los servicios mediante aplicaciones APP móvil ofreciendo desde las aplicaciones virtuales todo el portafolio de productos, de forma rápida a través del comercio electrónico, en base a la funcionalidad de la aplicación móvil se plantea implementar en varios lugares como: locales, bares, discotecas y varios centros de diversión expendiendo dicho producto, cumpliendo además con todas las normas legales y normas de seguridad solicitadas por las autoridades respectivas.

En el tema de investigación denominado: “**Plan de negocios para la creación de una empresa de eventos en el cantón Empalme**” de la autoría de (Suárez & Avilés, 2017, pág. 8) manifiesta que:

La finalidad de esta empresa es la creación de un adecuado salón para eventos y recepciones en el cantón Empalme con un gran desenvolvimiento logístico el mismo que estará listo para cuando la ocasión lo amerite y que brindará todas las comodidades, se ofrecerá el servicio de alquiler, a precios accesibles y en óptimas condiciones para el desarrollo de cualquier tipo de evento social.

El desarrollo de este plan de negocios es enlistar toda la logística necesaria para la creación de la prestación del servicio del salón de recepciones; para lo cual se deberá llevar paso a paso el cumplimiento de parámetros establecidos de una forma ordenada y priorizando actividades a desarrollar de tal manera que este proceso permita interactuar las actividades en forma coordinada y funcional con el afán de ir organizadamente desarrollando los procesos de forma sistemática.

Definición de términos básicos

Plan de Negocios

“El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, que plantea la visión de una empresa a través de parámetros y estrategias analizadas de manera responsable para viabilizar la entidad económica como resultado de una planeación”. (Manuel Santos, 2015, pág. 3).

Como lo menciona la autora el Plan de Negocios busca documentar una visión empresarial detallando objetivos, estrategias para conseguir establecer productos o servicios en el mercado, de un negocio el mismo que será constituido en base al estudio de factibilidad, con el afán de determinar si ese proyecto de investigación es viable o no, a través del análisis de parámetros desarrollados en la investigación.

Plan Estratégico

“El plan estratégico es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro”. (Sánchez Galán, 2019).

Como lo expresa Sánchez Galán en el plan estratégico se señalan las bases para el funcionamiento de una empresa a través de la redacción responsable mediante el cual quedarán plasmados todos los puntos de vista a nivel estratégico que se deberá seguir a un futuro cercano cumpliendo los tiempos propuestos y las estimaciones numéricas desarrollados bajo las políticas internas de modo que se consiga los objetivos propuestos como uno de los puntos del plan de negocios.

Factibilidad

“El estudio de factibilidad es importante y un paso previo imprescindible antes de desarrollar un plan de negocios porque permite significativamente tener una idea clara de cuanta inversión necesitará el proyecto para comenzar, considerando gastos e inversiones que incurriría para operar de forma normal”. (Burneo, 2016, pág. 3)

El estudio de factibilidad es una gran estrategia para determinar si un proyecto es viable o no, dependiendo directamente de la capacidad financiera que se incurra para ello. Por lo tanto, puede ser de mucha ayuda si se considera en su análisis a los recursos financieros.

Viabilidad

“Viabilidad corresponde en analizar toda la información que se tiene cuando se trata de llevar a cabo un proyecto. Se analizan características y circunstancias relevantes para ejecutar la idea empresarial con proyectos alcanzables obteniendo los resultados esperados”. (López E. , 2018, pág. 3)

De acuerdo a lo mencionado se deduce que la viabilidad permite fundamentar el estudio en función de características relevantes para que el proyecto se desarrolle con éxito. Haciendo referencia a varios recursos que entorno a él, se desenvuelven; estableciendo puntos de equilibrio en el mercado de tal manera que permita cubrir costos adquiridos con logros de forma eficaz.

Microempresas

“Las microempresas son unidades de producción de bienes y servicios que han demostrado ser un medio efectivo para dinamizar las actividades productivas en la sociedad. Las microempresas han sido de gran importancia para el Ecuador, y el mundo porque son una fuente directa de vía económica generando ingresos, permitiendo sobrevivir a través de esta actividad a varias familias”. (Taxis Flores & Ramirez Urquidy, 2016, pág. 3)

Las microempresas se han convertido en la actividad económica más popular y accesible ya que se la puede constituir desde una persona natural, pudiendo ir ampliando su competitividad dependiendo de la forma de atención al cliente en función de un buen servicio, con más preparación, cumpliendo con normativas de responsabilidad en el ámbito legal potencializándolo para generar riqueza y empleo.

METODOLOGÍA

Diseño metodológico

En la presente investigación se aplicará la metodología exploratoria para determinar el criterio de consumo, gustos y preferencias del consumidor la cual se va a explorar en la ciudad de Quito- Pichincha- Ecuador para conocer su punto de vista y percepción del proyecto a las personas en el sector de la Mascota para la implementación de una microempresa de productos de primera necesidad.

La investigación se basa en un enfoque cualitativa mediante la cual se va a realizar entrevistas de forma indirecta a los directivos para conocer su punto de vista y percepción del proyecto y cuantitativa por medio de encuestas en función de cuestionarios determinando el nivel de aceptación de las personas, para así obtener un análisis de datos estadísticos la misma que se desarrollará de forma aleatoria a las personas del sector la Mascota.

La investigación contemplará sus parámetros partiendo de la tabulación de datos mediante la aplicación de la herramienta tecnológica como: Excel usando diagramas de pastel para una fácil toma de decisiones acerca de las encuestas y entrevista desarrollada a la población.

Variables y definición operacional

Variable independiente:

- Elaboración de un Plan de Negocios
- Estrategias Administrativas
- Planificación Estratégica
- Administración

Variable Independiente: El plan de negocios

El plan de negocios es un documento indispensable para iniciar un negocio debido a que en él se plasman paso a paso las actividades y planeación de una empresa para su funcionamiento. Las metas establecidas se basan en la Estrategia Administrativa determinando objetivos claros basándose en contextos internos y externos del producto o servicio, ofertarlo le al mercado cumplir con las especificaciones de alto logro. La herramienta de gestión es la Planeación Estratégica la misma que permite establecer el camino, partiendo de indicadores concretos vinculados a la organización en función del desempeño de todos sus miembros. La administración constituye la disciplina científica de apoyo que la organización debe ejecutar planeando, dirigiendo y controlando los recursos tanto humanos, financieros, materiales y tecnológicos con el fin de alcanzar las metas propuestas en la organización.

Variable dependiente:

- Implementación de una microempresa
- Recursos Financieros
- Economía

Variable Dependiente: Microempresa

La microempresa juega un papel de mucha importancia en la sociedad ya que son los actores importantes del desarrollo productivo del país. La implementación de una microempresa de productos de primera necesidad con áreas recreativas está fundamentada en el servicio de productos al sector de la Mascota, busca desarrollar el servicio de la comercialización para que las familias que pertenecen al sitio puedan gozar de productos variados y de buena calidad además por lo que pretermite que al momento de la compra lo realicen de una forma serena en vista de que el área recreativa permitirá el acompañamiento para sus hijos mientras sus apoderados hacen las compras de una manera tranquila y satisfactoria. Para ir implementando los activos y el grado de liquidez que la empresa necesita contar con recursos financieros propios y ajenos de manera que sean el sustento económico para lograr el crecimiento y desarrollo de la organización en base a la concesión de sus integrantes. Se debe considerar el estudio de mercado por más negocio innovador que sea centrándose en la validación del producto que se ofrecerá al cliente. Es importante tomar en cuenta que la implementación de la microempresa no termina con la legalización más bien es una puerta para grandes oportunidades de crecimiento laboral y de emprendimiento.

Diseño muestra

Población

Para el presente proyecto de tesis se tomará en cuenta los datos del INEC de la ciudad de Quito que tiene actualmente una población de 2'781.641 de personas que representa la muestra finita.

Muestra

Para la obtención de la muestra se aplicará la siguiente formula. Utilizando la población finita de acuerdo al conocimiento de la población establecida.

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

Dónde:

N= tamaño de la muestra

d= precisión, error máximo admisible en términos de proporción

Z_{α} = nivel de confianza

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

Técnicas de recolección de datos

Las herramientas para la recopilación de datos serán la encuesta y la entrevista a través del desarrollo de cuestionarios, la misma que contendrá la información relevante a través de opiniones y datos recabados tanto por los habitantes del sector como de los directivos, esta información servirá para plantear parámetros representativos que a la organización competen cumpliendo con la ejecución de las actividades de la elaboración de un plan de negocios para la implementación de una microempresa. Además, se debe mencionar que las preguntas de la encuesta serán de forma mixta existiendo 2 preguntas abiertas y 8 preguntas cerradas, aplicadas de forma online y directa a la comunidad la Magdalena sector de la Mascota.

En cambio, la entrevista será de manera directa en vista de que es necesario conocer la opinión y ciertas características que pueden corroborar en el diseño de la investigación para llevar a cabo la propuesta de estudio.

Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

De acuerdo a los datos recabados se analizarán características utilizando representaciones de cuadros en Excel tanto en forma simple como en porcentajes de datos mediante los diagramas circulares o pastel en el que se representará las informaciones de manera sencilla, interpretando los resultados de forma clara.

Para representar los datos en forma clara de la entrevista se desarrollará una ficha técnica en forma de cuadro con doble entrada anotando en la columna izquierda la lista de criterios en forma de frases u oraciones y en el lado derecho las diferentes situaciones de respuestas obtenidas.

CAPITULO II

Análisis situacional

Microentorno

La microempresa ofertará productos de primera necesidad y con ello tiene gran diversidad de oferta y demanda para el mercado de variadas marcas bajo condiciones de políticas legales que generan confianza y seguridad para los consumidores, las mismas que pueden superar a las tiendas de barrio estableciendo precios favorables y competitivos.

Filosofía empresarial

La filosofía de esta microempresa es satisfacer las expectativas de sus clientes en la selección de variados productos de primera necesidad actuando de manera respetuosa, cordial y a través de sus áreas recreativas buscar espacios de tranquilidad, diversión para sus niños; mientras los clientes determinan la selección de los productos.

Misión

Ofrecer producto de calidad de primera necesidad a costos accesibles al público, de tal manera que todos puedan obtenerlo, brindando una atención respetuosa y cordial

Visión

Ser reconocido en el mercado como una empresa líder en la comercialización de productos de primera necesidad, brindando productos de calidad que satisfacen la necesidad de los clientes.

Objetivos generales

Posesionar la marca de la empresa en el mercado mediante un estudio de marketing en el cual nos permita ganar la fidelización de los clientes a gran escala.

Objetivos específicos

- Cumplir con las necesidades de los clientes ofertando productos de calidad y a precios módicos de tal manera que el cliente quede satisfecho.
- Fomentar área recreativa en la empresa como una actividad paralela para la recreación considerando que es la principal motivación de los niños para que a través de este mecanismo los clientes con compañía de infantes pueden tener tranquilidad el momento de la selección de los productos.
- Mediante un estudio de mercado llevar a cabo un correcto posicionamiento de la microempresa, determinando con certeza la viabilidad económica.

Organigrama

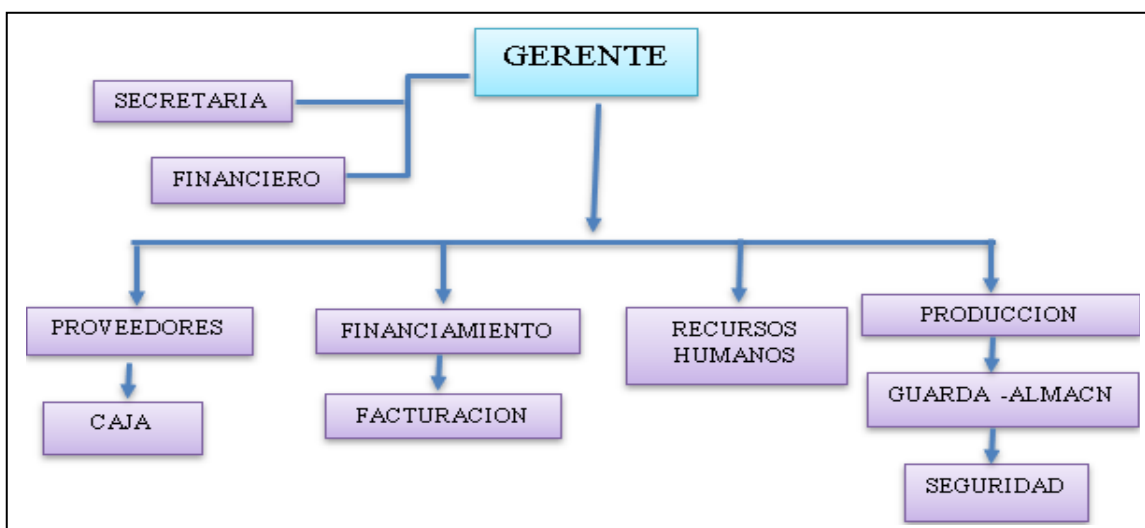


Gráfico No. 1 Organigrama

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Valores

Responsabilidad. - Es un valor que la empresa debe desarrollar ya que es uno de los parámetros para manejar buenas negociaciones tanto con los proveedores como con los trabajadores de manera cordial y eficiente.

Honestidad. - Una de las características de la empresa para un buen desempeño laboral será la honestidad en todos los aspectos comerciales que la empresa maneje.

Oportunidad. - El crear una empresa es una oportunidad de emprendimiento que se puede desarrollar, el mismo que servirá como apoyo económico para el sector.

Políticas

Políticas con proveedores

- A través de las compras se garantizará cuidar la salud de los clientes revisando los productos que se adquiere; controlando que se encuentren en buen estado y empaçado correctos asegurando la fiabilidad del producto todo bajo los estándares INEN.
- El nivel de organización que se llevará con los proveedores será imparcial estando de por medio la negociación mercantil como parte de la transacción comercial pertinente.

Políticas con clientes

- Hay que tomar en cuenta que la empresa debe dar un buen servicio de forma constante para poder lograr la confianza de las personas.
- Una política interna en atención al cliente debe ser mantener el número de teléfono, o una dirección de correo electrónico para contactar el cliente en casos necesarios.
- A través de gran número de productos ofrecer manera ágil y óptima una amplia gama de existencias.
- De forma oportuna responder ágilmente a las necesidades del cliente.

Políticas con personal

Recursos humanos estará a cargo de:

- Llevar a cabo los procesos de selección de personal para toda la empresa
- Aumentar la eficiencia de la empresa manteniendo la capacitación de los empleados.
- Establecer un clima laboral adecuado a través de la redefinición de las formas de trabajo.

Clientes

Como lo manifiesta Maicol Porter la competencia es parte del mercado existente que este marcado por la rivalidad de los sectores mercantiles, siendo el poder de la negociación las fuerzas que determinan el potencial que la empresa posee.

Una de las características del poder de la negociación es que los clientes mayoritarios quieran imponer los costos de venta para poder seguir operando con la empresa, pero está visto que la empresa debe analizar si la imponencia que se le está presentando puedo permitirlo o no; para ello debe buscar mecanismos que mantengan la fidelidad del cliente a través de más incentivos para lograr una negociación acertada.



Gráfico No. 2 Modelo de las cinco fuerzas de Porter

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Proveedores

Deducir la relación de establecer alianzas con varios proveedores a largo plazo con la empresa distribuidora.

Confirmar precios, facilidades de entrega, relación de pago de forma llevadera y reconfortante para las partes.

Competidores

Hay que considerar que es necesario hacer una idea del grado de competencia que se tiene de los competidores cercanos al negocio los cuales con sus fortalezas y debilidades pueden inferir en las ventas, siendo lo aconsejable más bien nutrirse de esta información para mejorar la atención y calidad del servicio, obviamente no como forma de rivalidad sino para referenciar como una forma de contrarrestar errores que se vea reflejado en la microempresa como parte del desarrollo de negociación y competencia sana cuidando la imagen de la microempresa a futuro .

Hay que superar la idea de competidores directos sin embargo se sabe que esta actividad riesgosa afecta a la organización empresarial debido a que se simulan marcas, productos adquiridos de las mismas empresas precios, y particularidades que se desarrollan con la competencia, cuando esto ocurre hay que definir los techos de márgenes de utilidades de tal manera que la empresa no decaiga ni se vea afectado por la competencia.

Macroentorno

Para emprender un negocio nuevo es importante analizar el entorno macro donde se va a desarrollar esta actividad comercial para identificar los factores de mercado a los que se enfrenta la empresa como tal.

A través del macroentorno se analizará distintos factores que afectarán a la empresa ocasionando cambios en el mismo, enfrentando oportunidades y amenazas frente al mercado.

Factor Político

Como factor político de esta investigación se considera a la LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR dado en la ciudad de Quito el 04 de julio del año 2000 en el Ecuador según disposiciones transitorias e involucrando al Ministerio de Salud Pública del Ecuador, considerándose como un marco de proceso de integración con otros países. (Ley N. 2000-21) (LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000)

Factor Económico

La empresa como un ente mercantil debe tomar decisiones económicas que giren en torno a ella, considerando medidas presupuestarias acorde a los intereses de la empresa enrolados en patrones de ahorro, endeudamiento contemplando estos ejes como parte importante para la toma de decisiones.

Producto Interno Bruto PIB

De acuerdo a la última información expedida en el del Banco Central del Ecuador se ha podido apreciar un notable decrecimiento del PIB esto se debe a una economía paralizada ocurrida en octubre del 2019 y por el contexto de la pandemia del Covid; estimándose pérdidas de 701,6 millones generando un impacto negativo del 0,13%.

Como lo manifiesta diario el comercio en su segmento “Negocios” la economía decreció en un 8,9% pero se estima crecerá para el año 2021 en un 3,1% considerando como proyección que se están reactivando las distintas actividades económicas (El Comercio, 2020)

Tabla No.1 Producto Interno Bruto



Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Análisis

El producto interno bruto en 2019 se mantenía en crecimiento de un +0,10%; como representa la gráfica; en el año 2020 en cambio se observa un decrecimiento del -8,9% siendo afectada la economía por cuestiones de la pandemia de la corona virus; pero de acuerdo al Banco Central del Ecuador estima que para el año 2021 el PIB crecerá en al menos en un +3,1% convirtiéndose en una **oportunidad** de mercado.

Inflación

“La inflación es un proceso económico recurrente provocado por el desequilibrio que existe entre la producción, la demanda, causando una subida continuada de los precios y una baja del valor adquisitivo haciendo difícil comprar los productos o servicios” (Sevilla, 2018)

Tabla No.2 Inflación Acumulado

FECHA	VALOR
Enero 2019	0,47
Febrero 2019	-0,23
Marzo 2019	-0,21
Abril 2019	0,17
Mayo 2019	-0,004
Junio 2019	-0,04
Julio 2019	0,09
Agosto 2019	-0,10
Septiembre 2019	-0,01
Octubre 2019	0,52
Noviembre 2019	-0,70
Diciembre 2019	-0,01
Enero 2020	0,23
Febrero 2020	-0,15
Marzo 2020	0,20
Abril 2020	1,00
Noviembre 2020	-0,95

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Análisis

De acuerdo al Banco Central del Ecuador N. 09-2020-IPC que representa los índices de precios al consumidor considerando la inflación de variaciones mensuales. Anuales se observa valores relevantes como en el mes de noviembre del 2019 fue del -0,70% en cambio en el mes de noviembre del 2020 fue de -0,91 por lo tanto la inflación se considerando una **amenaza** para la microempresa en vista de que aumenta el costo de bienes y servicios influyendo negativamente en el comportamiento económico del consumidor el momento de adquirir el producto.

Tasa de interés

“La tasa de interés hace referencia a un porcentaje de dinero que se abona por un capital invertido en un determinado tiempo”. (Tasa de interes, 2018)

Actualmente por la pandemia del Covid la Junta de Regulación de Política Monetaria y Financiera realizo ciertos cambios en el cálculo de la tasa de interés para los créditos en la que proponen aplicarse de forma progresiva que se ira evaluando a largo de

cinco meses empezando desde el mes de octubre 2020 y que serán fijadas por la junta dependiendo de préstamos. (El Comercio, 2020).

Considerando que la tasa de interés representa el porcentaje de las operaciones que se realizan como parte de una actividad comercial dentro de la empresa es importante tener claro la situación financiera real en función de la economía; ya que la tasa de interés real incorpora inflación, devaluación de la moneda y con ello la pérdida del valor adquisitivo.

Tasa Activa

“Es el valor que cobra el banco al público sobre préstamos otorgados; quiere decir que el dinero que el banco le prestó se convierte en activo para la entidad bancaria.” (Economía, 2020).

Tabla No.3 Tasa de Interés Activa

FECHA	VALOR
Noviembre 2019	7,99 %
Diciembre 2019	8.68 %
Enero 2020	8.68 %
Febrero 2020	8.81 %
Marzo 2020	8.77 %
Abril 2020	8.40 %
Mayo2020	8.98 %
Junio 2020	9.10 %
Julio 2020	9.12 %
Agosto 2020	9.03 %
Septiembre 2020	9.02 %
Octubre 2020	8.96 %
Noviembre 2020	8.83 %

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Análisis.

De acuerdo a la información técnica económica del Banco Central muestra que la tasa activa entre los años 2019 y 2020 tuvo un valor de 8,68% expresando un alto porcentaje por tanto constituye en una **amenaza** para la microempresa en el momento de solicitar un crédito.

Tasa Pasiva

“Es el valor que paga el banco por los depósitos del público en función de cada tipo de moneda” (Tasa Pasiva, 2020)

Tabla No.4 Tasa Pasiva

FECHA	VALOR
Enero	6.22%
Febrero	6.25%
Marzo	6.24%
Abril	7.24%
Mayo	5.97%
Junio	5.98%
Julio	6.24%
Agosto	6.37%
Septiembre	6.36%
Octubre	6.31%
Noviembre	6.07%
Diciembre	6.05%

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Análisis

De acuerdo a la tabla se puede deducir la tendencia de la tasa pasiva a un 6,05%, representa en algo una **oportunidad** debido a que se obtiene un rendimiento por ciertas cantidades de dinero para que se capitalice la empresa.

Factor Social

Hay que considerar que los factores sociales como la cultura de la época, costumbres, tendencias, nivel de consumo, la innovación tecnológica puede incidir en el desempeño empresarial.

Por otra parte, una empresa cumple con ser apoyo en la sociedad generando fuentes de empleo aportando así al desarrollo de la comunidad contribuyendo de esta forma en mejorar la calidad de vida de los habitantes de este sector.

Desempleo

“El desempleo es la situación de la persona que está en condiciones de trabajar pero que no tiene empleo o que por distintas circunstancias lo ha perdido”. (Nuñez, 2019)

Según el INEC en este año se incrementó la tasa de desempleo en más de un millón de personas de la población ecuatoriana representando así la cifra más alta que registra el Ecuador en el 2020 tras los efectos del Corona virus solo por dar una idea en el mes de junio 13 de cada 100 personas quedaron en el desempleo. De acuerdo a la estadística que representa esta entidad; el desempleo creció este año mucho más que en años anteriores paso del 3,8% al 13,3% de incremento siendo una cantidad aproximada de 1'009.582 personas desempleadas volviéndose una compleja situación en vista de que la comunidad ha tenido que presenciar despidos masivos, desafiliaciones involuntarias y más. (Desempleo, 2020)

Tabla No.5 Desempleo

FECHA	VALOR
Junio 2019	366.163
Septiembre 2019	406.871
Diciembre 2019	311.134
Mayo- junio 2020	1009.583

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Análisis

De acuerdo a la tabla ha existido un incremento acelerado de desempleo en cortos periodos de tiempo, por lo cual las mujeres han sido las más perjudicadas teniendo un valor 15,7 % y los hombres 11,6% lo que se deduce que es una **amenaza**, para la fabricación de la microempresa.

Cultura

La cultura es: “todo el conjunto de bienes sean estos materiales o espirituales que se han transmitido a través de distintos grupos sociales a fin de practicar y conservar tradiciones, hábitos, lenguas, costumbres, modos de vida, herramientas, conocimientos y más; patrones que han ido enmarcando de generación en generación expandiéndose ampliamente en el ámbito político y económico trascendiendo fronteras. (Mundialización y cultura, 2015).



Gráfico No. 3 Cultura

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Análisis

Ecuador nación multiétnica en la que afloran diversidad de culturas tanto que es muy importante en la elaboración de nuestro proyecto el cual hace frente al mundo con nuestra diversidad cultural y gastronómica que es otra característica que ha generado emprendimientos lucrativos muy acertados.

Factor Tecnológico

“El uso de la tecnología en las Pymes y empresas en crecimiento han dejado de ser un lujo para pasar a convertirse en elementos fundamentales en el ámbito personal y empresarial, ya que la tecnología ha llegado a ser parte de la vida cotidiana para resolver los problemas mediante diferentes sistemas innovadores adaptables a las necesidades de la vida cotidiana acelerando procesos, y reduciendo tiempos para mantenerse dentro de un mercado competitivo”. (Corponet, 2016)

Análisis

El factor tecnológico es un recurso fundamental y necesario en la actualidad porque representa una **oportunidad** para la microempresa en el desempeño laboral; hay que tomar en cuenta que la tecnología siempre estará aliada a la sociedad. El avance de la sociedad es acelerado por lo tanto hay que prepararnos para el futuro porque a lo mejor estemos al final del dinero físico, al final de las tiendas comunes y al inicio de un abanico de opciones digitales porque el resultado tecnológico ira de forma progresiva integrando a la sociedad, entornos corporativos y tecnología en sí hay que considerar que dentro del grupo de tecnología también se encuentra equipo de seguridad y también lo relacionado a línea blanca.

Factor legal

“La constitución de una empresa conlleva determinar y gestionar una serie de trámites legales y administrativos ya sea para una empresa individual o una sociedad mercantil” (Rubio, 2017)

Análisis

Para ser dueño de una empresa que es una gran **oportunidad** de crecimiento social es necesario cumplir con los procesos legales que la ley obliga.

Ruc (Registro Único de Contribuyentes)

Es un documento comercial conocido como Registro Único de Contribuyentes que permite formalizar una actividad económica con o sin fines de lucro ya sea como contribuyente natural o jurídica a través del cual se debe cancelar impuestos.

Requisitos

- Presentar el original y entregar una copia de cedula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo (SRI, 2019)

Patente

La patente es un documento exclusivo emitido por la autoridad de la SENADI (Servicio Nacional de Derecho Intelectual) en el Ecuador que le otorga el derecho y el permiso sobre cierto producto o servicio. A través de este documento el inventor tiene derecho a fabricar y comercializar de forma exclusiva pudiendo demandar a la persona que intente copiar su invento.

Requisitos

- Formulario de SOLICITUD INSCRIPCION EN REGISTRO DE PATENTES MUNICIPALES
- Original y copia de la cedula de la ciudadanía del contribuyente
- Original y copia legible del R.U.C actualizado. (Senadi, 2019)

Permiso de los bomberos

“El gobierno autónomo descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito emite los permisos de funcionamiento para establecimientos comerciales a través de la LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas). La dirección de prevención seguridad contra incendios del Cuerpo de Bomberos del DMQ a través de sus distintas Coordinaciones zonales verifica el cumplimiento y la autorización junto con el permiso de funcionamiento de las condiciones de la seguridad humana y equipo contra incendios en todos los establecimientos comerciales enmarcada en cada actividad”. (LUAE, 2019)

Empresas

TIPO A

Empresas, industrias, fabrica, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, planta de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes

TIPO B

Aserraderos, lavanderías, centro de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de víveres.

TIPO C

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidora de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamable, locales de centros comerciales.

Requisitos.

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados) (LUAE, 2019)

Factor Tecnológico Ambiental

Con el fin de que se minimice los impactos ambientales el factor tecnológico ambiental considera la reorganización

Desastres naturales

“Los desastres naturales abarcan distintos efectos que el hombre desata en el medio ambiente con alteraciones significativas de efecto duradero sobre el ecosistema afectando a los entornos marítimos, terrestre, atmosférico, determinando un gran problema porque extingue especies y empobrece la biodiversidad” (Impacto ambiental, 2016)

Análisis

Los desastres naturales han ido deteriorando el sistema ecológico de una manera gradual la misma que no se detiene; al contrario, continua de forma acelerada por esta razón podríamos decir que es una **amenaza** para nuestra empresa

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis del consumidor

El consumidor siempre está dispuesto a obtener productos que cumplan sus preferencias como: gustos, sean económicos, de buena calidad, y lo más importante no estén caducados.

Determinación de la población y muestra

Población

“Conjunto de elementos de la misma especie que pertenecen al mismo grupo o área geográfica en particular con características específicas de estudio.” (López P. , 2015)

La población que se tomará en cuenta para esta investigación será a la parroquia la Magdalena que cuenta con 3008 habitantes.

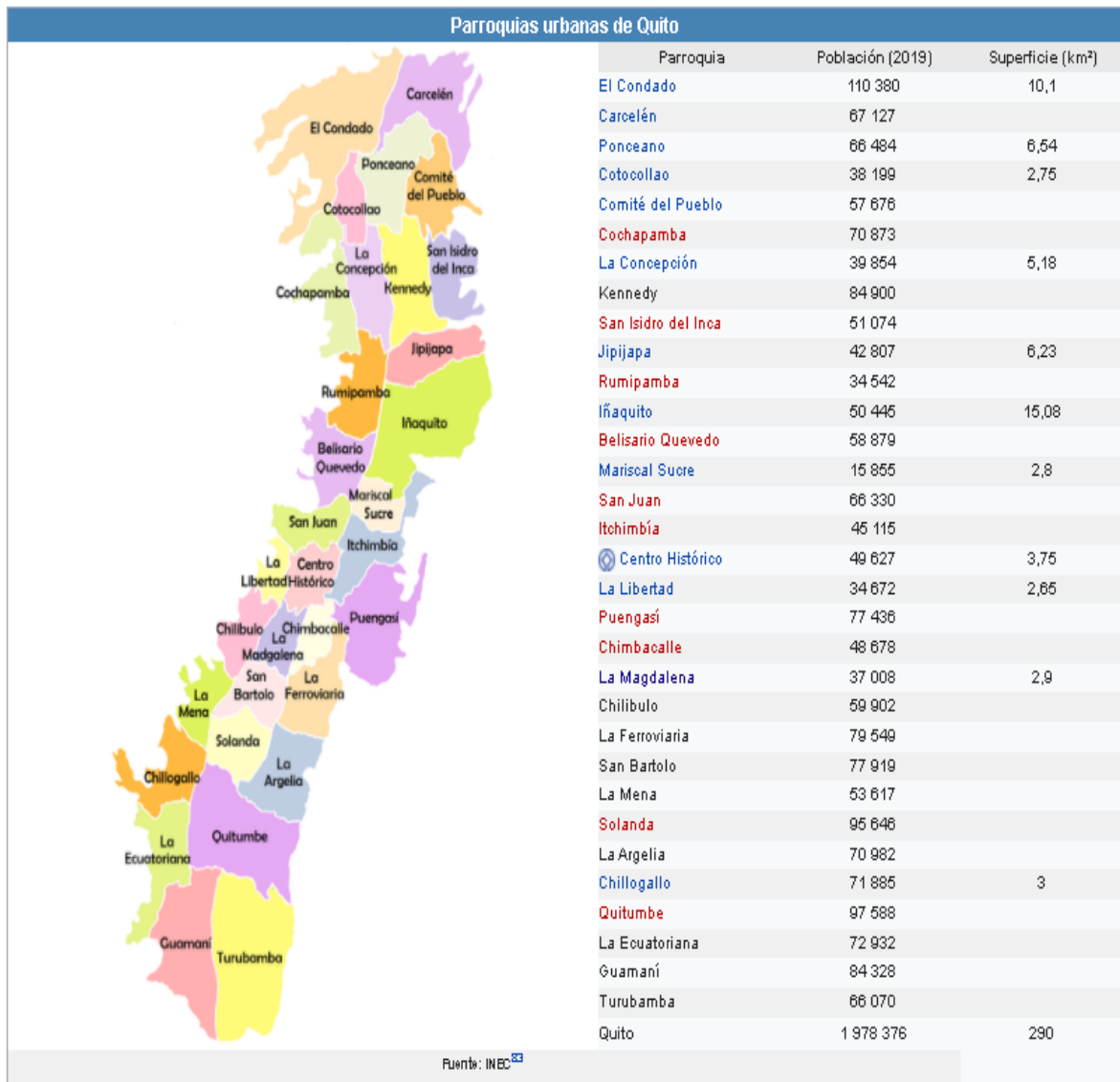


Gráfico No. 4 Resultado de población
Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo
Fuente: Investigación propia

Muestra

“Subconjunto de elementos de una población seleccionados en base a un criterio de estudio”. (León, 2017)

En el presente proyecto de la implementación de la microempresa con productos de primera necesidad con áreas recreativas en el DMQ se enfoca en el sector de la Mascota.

Fórmula

N= tamaño de la muestra

d= precisión, error máximo admisible en términos de proporción 5%

Z_{α} = nivel de confianza 1,96 (seguridad del 95%)

p= probabilidad de éxito 5%=0,05

q= probabilidad de fracaso 1-p (1-0,05=0,95)

Cálculo de muestra

$$n = \frac{N * z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + z_{\alpha}^2 * p * q}$$
$$n = \frac{37008 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,05^2 * (37008 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$
$$n = \frac{37008 * 3,84 * 0,05 * 0,95}{0,0025 * 37008 + 3,84 * 0,05 * 0,95}$$
$$n = \frac{37008 * 3,84 * 0,05 * 0,95}{0,0025 * 37008 + 3,84 * 0,05 * 0,95}$$
$$n = 73$$

Después de emplear la fórmula de muestra, nuestro resultado consta de 73 encuestas a realizar en el sector basado a los datos estadísticos del Distrito Metropolitano de Quito

De los cuales a menudo ingresan al micromercado al menos 60 personas con niños de todas las edades.

Técnicas de obtención de la información

Para la recolección de datos se aplicará:

La técnica de recolección de datos nos basamos en las encuestas ya que es el método más fácil y práctico para obtener información detallada, realizando preguntas concretas la cual nos ayudara para una mejor toma de decisiones en oferta y demanda para la microempresa.

Encuesta

La encuesta recabará la información de manera sistemática a través de preguntas concretas los mismos que serán considerados para la toma de decisiones con datos estadísticos reales y actualizados.

Nuestras encuestas gozan de varias ventajas que son:

- Bajo recursos económicos.
- Datos estadísticos confiables.
- Toma de decisiones amplias
- Mayor rapidez en el proceso de resultados
- Confidencialidad

ENCUESTA

Objetivo: Esta encuesta tiene por finalidad conocer gustos y preferencias de los clientes en el caso de la implantación de una microempresa.

1.- Género

2.- Edad

1- Usted cree beneficioso la implementación de un micro mercado en este sector de la Mascota?

Si

No

2.- En las tiendas de este sector usted encuentra todos los productos de primera necesidad?

Si

No

3.- Cuando usted hace una compra, ¿qué considera como importante?

Tabla No.6 Compra

Marque con una X

Calidad

Precio

Presentación

Todas las anteriores

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

4.- Cuando decide hacer las compras a qué lugar recurre con frecuencia

Tabla No.7 Compras frecuentes

Marque con una X

Micro mercado

Mercado

Supermercado

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

5.- Que productos consume más? ¿Señale con una x en qué nivel de preferencia consumiría los productos?

Tome en cuenta desde el #1 como el número de menor consumo hasta el #4 como el de mayor consumo.

Tabla No.8 Consumo

1 2 3 4

Productos de primera necesidad (arroz, azúcar...)

Productos de limpieza

Carnes

Embutidos

Lácteos

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

6.- Desearía que el micro mercado cuente con servicio de Servientrega mediante agente motorizado.

Si

No

7.- Le gustaría que el micro mercado cuente con un área recreativa?

Si

No

8.- Con qué frecuencia usted realiza compras de productos de primera necesidad para el consumo diario en el hogar?

Tabla No.9 Frecuencia de compras

Marque con una X

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

9.- Que productos de la canasta básica consume frecuentemente?

.....
.....

10.-Cuál es el promedio diario que usted gasta en realizar compras de productos de primera necesidad?

.....
.....
.....

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

En el análisis de información recolectaremos los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las personas del sector de la Mascota.

Usted cree beneficioso la implementación de un micromercado en este sector de la Mascota?

84 respuestas

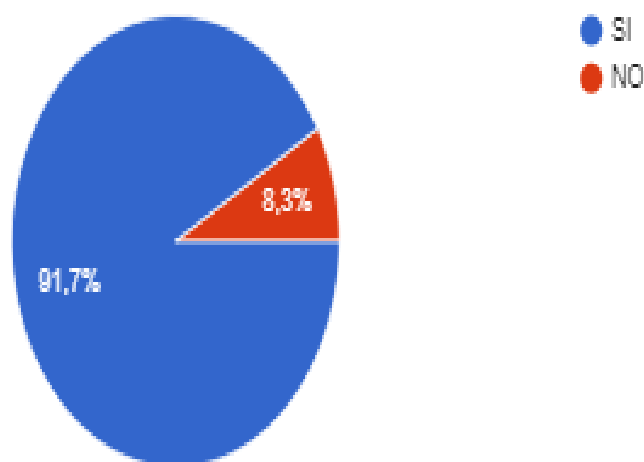


Gráfico No. 5 Implementación de la microempresa

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia Google forms

Análisis

Observando en la gráfica podemos concluir que el 91.7% de la población de la Mascota apoya a la creación del micromercado y el 8.3% no está desacuerdo con la implementación de la microempresa en ese sector.

En las tiendas de éste sector usted encuentra todos los productos de primera necesidad?

84 respuestas

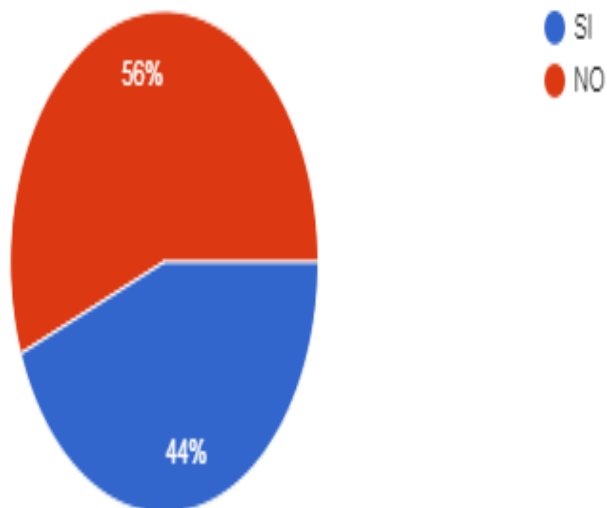


Gráfico No. 6 Productos de primera necesidad
Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo
Fuente: Investigación propia Google forms

Análisis

De acuerdo al diagrama de pastel podemos deducir que el 56 % no encuentra en las tiendas cercanas todo lo que necesitan y el 44% si lo encuentran con dificultad.

Quando usted hace una compra, ¿Qué considera como importante?

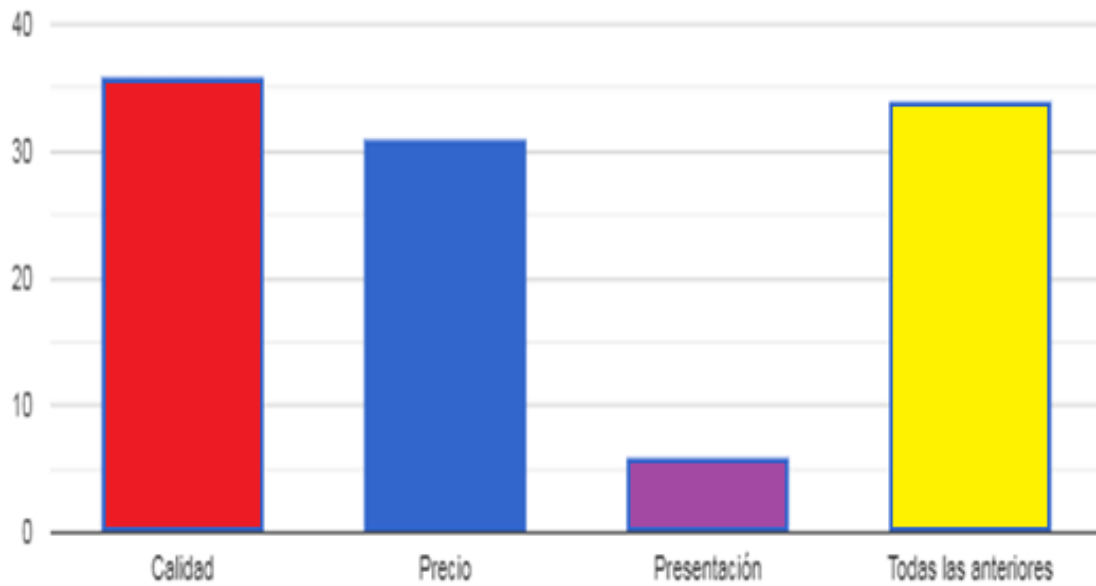


Gráfico No. 7 Compra
Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo
Fuente: Investigación propia Google forms

Análisis

De acuerdo al diagrama de barras podemos concluir que los habitantes del sector de la Mascota prefieren la gran mayoría calidad en sus productos y un 32% todas las opciones.

Cuando decide hacer las compras a que lugar recurre con frecuencia

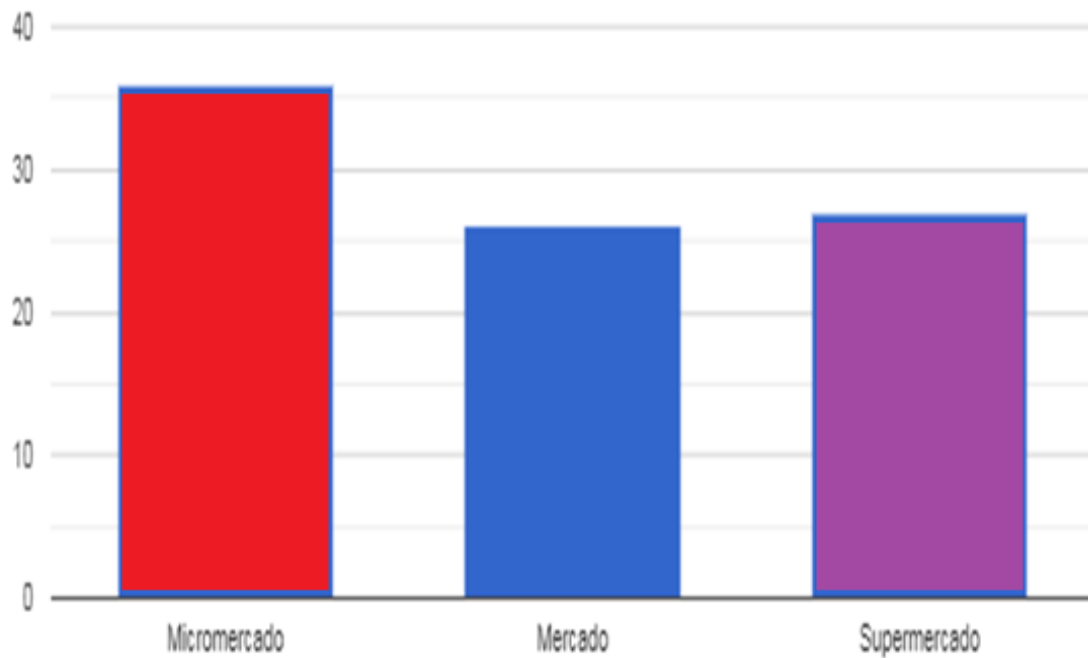


Gráfico No. 8 Lugar de frecuencia
Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo
Fuente: Investigación propia Google forms

Análisis

De acuerdo a la tabla de barras la mayoría de las personas encuestadas prefieren realizar sus compras en un micro mercado

Que productos consume más? Nota: Tome en cuenta que el numero 1 significa el de menor consumo y sigue en aumento representando el número 4 el de mayor consumo

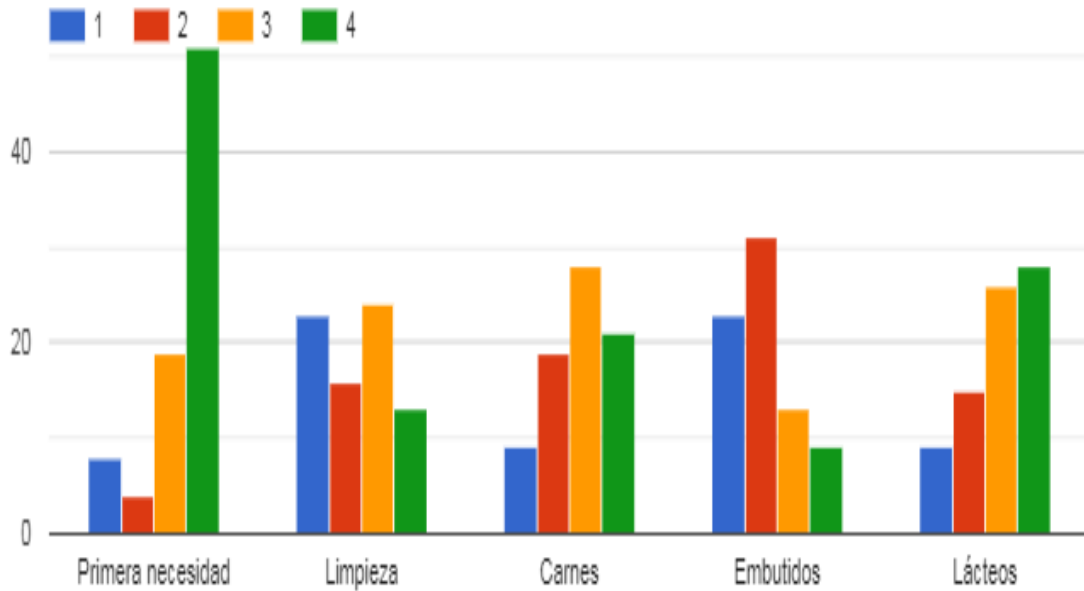


Gráfico No. 9 Consumo
Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo
Fuente: Investigación propia Google forms

Análisis

Según los datos obtenidos podemos concluir que un 47% las personas del sector de la mascota consumen productos de primera necesidad, un 22% compran productos de limpieza, un 23% consumen carnes, un 25% consumen embutidos y finalmente un 23% consumen lácteos.

Desearía que el micromercado cuente con servicio de Servientrega mediante agente motorizado.

84 respuestas

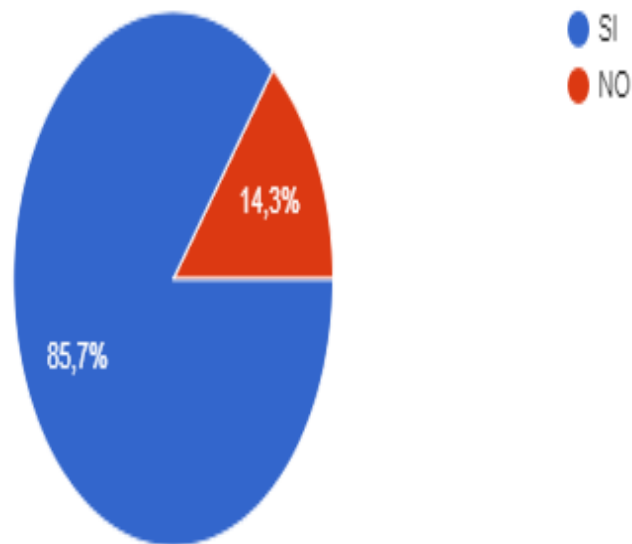


Gráfico No. 10 Entrega motorizada
Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo
Fuente: Investigación propia Google forms

Análisis

De acuerdo al diagrama de pastel la gran mayoría de las personas encuestadas con el 85,7% aprueban el servicio de Servientrega motorizado ya que esto facilita el acceso a sus compras de forma segura y rápida.

Le gustaría que el micromercado cuente con un área recreativa?

84 respuestas

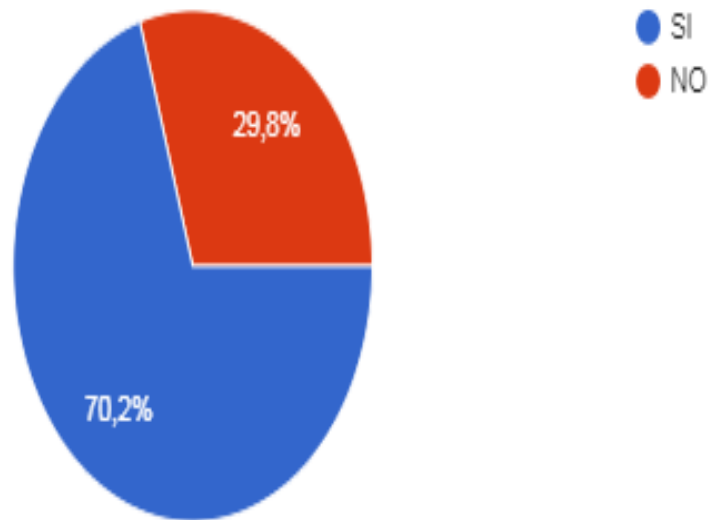


Gráfico No. 11 Área recreativa

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia Google forms

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos en el diagrama de pastel una gran mayoría de las personas encuestadas con un porcentaje del 70,2% aprueban las áreas recreativas implementadas en el micro mercado.

Con qué frecuencia usted realiza compras de productos de primera necesidad para el consumo diario en el hogar?

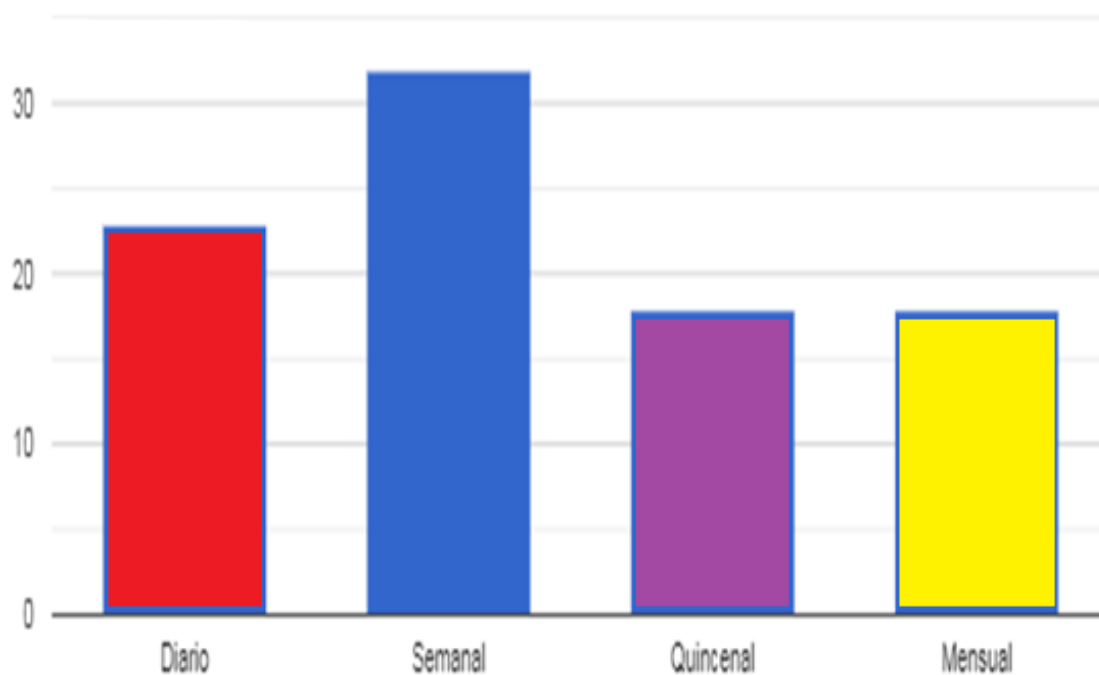


Gráfico No. 12 Consumo diario
Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo
Fuente: Investigación propia Google forms

Análisis





Observando las barras estadísticas podemos concluir que una gran mayoría del sector la mascota realiza las compras semanalmente, y muy poco compran quincenal y mensual

Marketing Mix

“Es una estrategia interna que las empresas desarrollan basado en cuatro ejes como son: producto, precio, distribución y promoción del producto son aspectos que engloban a la actividad de marketing con el afán de promocionar más los productos”. (Marketing Mix, 2016)

Precio

Tabla No.10 Precio

Cantidad	Nombre del producto	Precio	Gráfico
1	Resbaladera 3 en 1 Gigante	\$ 200	
1	Carpa para niños con túnel casita	\$ 50	
1	Corral de Juegos para niños	\$ 100	
1	Inflable Tobogán Piscina	\$ 500	

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Plaza

Hace referencia al espacio físico donde se desarrollará el evento comercial, es el punto mismo de la negociación como es el sector de la Mascota del DMQ.



Gráfico No. 13 Ubicación geográfica de la microempresa

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Publicidad

“Es una técnica de comunicación que tiene como objetivo incrementar el consumo de los productos o servicio a través de su difusión para así aumentar las ventas”. (Marketing, 2016)

Nombre de la Microempresa: SUPERMARKET KIDS

Tarjeta de presentación

En nuestra tarjeta de presentación se detallará los datos más relevantes del supermercado.



Gráfico No. 14 Tarjeta de presentación
Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo
Fuente: Investigación propia

Logotipo:

Es la forma en que nuestra microempresa va ser reconocida o identificada.



Gráfico No. 15 Logotipo
Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo
Fuente: Investigación propia

Eslogan: Comprar y Construir Jugando

Matriz FODA

Tabla No.11 Matriz Foda
FORTALEZAS

- **Capital**
- **Recursos Humanos**
- **Infraestructura**
- **Zona de diversión para niños**

OPORTUNIDADES

- **Instituciones educativas cercanas**
- **Micromercado recreativo**
- **Financiamiento**

DEBILIDADES

- **Desacuerdos con proveedores por el precio**
- **Productos perecibles**
- **Gastos Básicos**

AMENAZAS

- **Competencia por tiendas de barrio**
- **Incremento de nuevas normativas**
- **Inseguridad**

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Producto

“Puede ser tangible o intangible y está representado en servicios o productos que abarca características como color, textura, entre otras características que lo hacen novedoso”. (Thompson, Productos, 2017)

Lista de productos

- **Aceite de Oliva 5 litros**
- **Aceite Natural de Girasol 5 litros**
- **Arroz Redondo 100 g**
- **Azúcar (refinada o morena) 25 kg**
- **Café (en grano o molido) 2 kg**
- **Lentejas 5 kg**
- **Harina de Trigo 25 kg**
- **Leche Entera en Polvo 1 kg**

- Fórmulas Lácteas para recién nacido 1200 gr
- Mantequilla 500 gr
- Margarina 200 gr
- Espagueti 5 kg
- Pasta Corta 5 kg
- Pan
- Cereales en Hojuelas 320 gr
- Sal de Mesa 1 kg
- Pure de Tomate 500 gr
- Mermelada 400 gr

Enlatados

- Atún
- Duraznos
- Maíz 425 gr
- Sardinias 6/10 unidades

Lácteos

- Queso Edam 3 kg
- Huevos en Polvo 1 kg

Carnes

- Bovino (Carne de Res)
- Porcino (Carne de Cerdo)
- Avícola (Carne de Pollo o Pavo)

Bebidas y envasados

- Leche Pasteurizada semidescremada 6 litros
- Agua Mineral sin Gas 6 unidades

Frutas

- Bananas
- Manzanas
- Naranjas

Hortalizas

- Cebolla Blanca
- Patatas 20 kg
- Ajo
- Zanahoria

Aseo personal

- Papel de Baño 10 unidades
- Jabón de Baño
- Champú 700 ml
- Maquinilla de Afeitar 6 unidades
- Desodorante 125 ml
- Crema Dental 75 ml
- Pañales 174 unidades

Limpieza

- Detergente Multiuso 5 litros
- Detergente de Ropa 8,06 kg
- Desinfectante 5 litros
- Lejía 5 litros
- Detergente Lavavajillas 110 unidades
- Servilletas de Papel 2 unidades

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Capacidad instalada

Se basa básicamente en la capacidad que tiene la construcción



Gráfico No. 16 Capacidad instalada
Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo
Fuente: Investigación propia

Capacidad Óptima

Tabla No.12 Capacidad Optima

AREA	LONGITUD
Área administrativa	6x 6m ² = 36 m ²
Área de ventas	8x 10= 80 m ²
Área recreativa	9x 10m ² = 90m ²
Total	206 m²

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Localización

“Es la zona de ubicación que los empresarios eligen en función de sus alrededores en relación a la afluencia del público, cercanía de lugares concurridos, por el nivel de renta de sus habitantes”. (Ubicación de la empresa, 2016)

En función de los parámetros de localización el micromercado se encuentra ubicado en las calles Cabo Vinuesa 202 y Húsares del sector la Mascota de la Ciudadela Yaguachi perteneciente a la parroquia la Magdalena la misma que ha cumplido parámetros de factibilidad.

Macro- localización

“Comúnmente llamado macro zona tiene como propósito ubicar las características físicas cumpliendo exigencias de estudio de mercado como: energía eléctrica, combustibles, agua, materia prima, servicio de recolección de basura, comunicaciones entre otros”. (Vargas, 2016)

Toma en cuenta al área de operaciones que se encuentran a su alrededor como parte fundamental del Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla No.13 Macro-localización
Provincia

Cantón	Quito
Parroquia	La Magdalena
Sector	La Mascota

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo
Fuente: Investigación propia

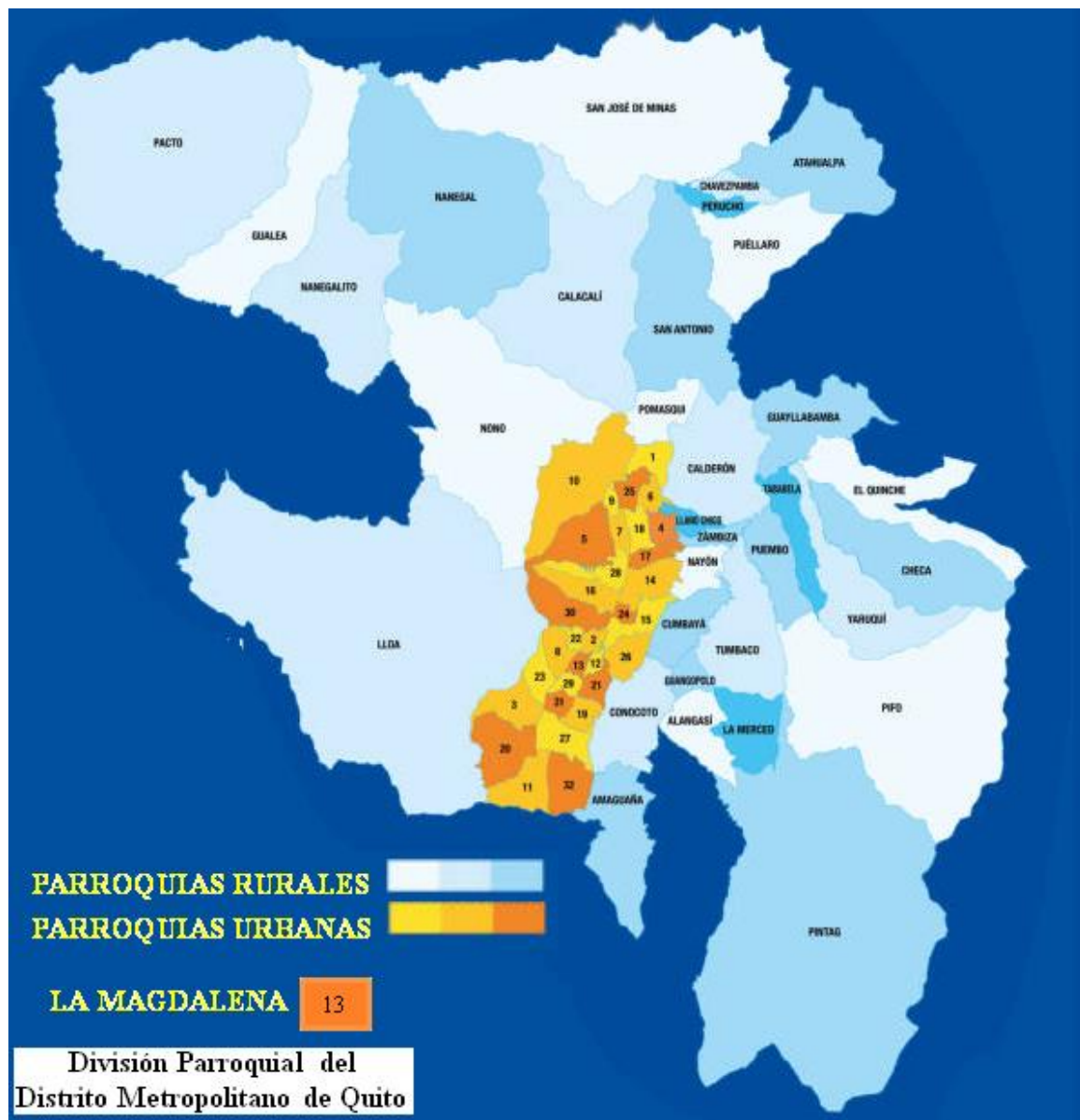


Gráfico No. 17 Macro-localización
Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo
Fuente: Investigación propia

Micro-localización

La microempresa se encuentra ubicada en un sector sur del DMQ con gran afluencia de personas además a sus alrededores se encuentra rodeado de distintos centros educativos.



Gráfico No. 18 Micro-localización

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Diferentes rutas de llegada

Primera ruta alterna

Su tiempo estimado de llegada es 15 minutos (30 metros)

Desde: La Parada de la Mascota (Corredor)

Hasta: La calle Cabo Vinuesa y Usares

Toma: 15 minutos (30 metros)

Dirigirse al sur por el Rodrigo de Chávez

Girar a la derecha



Gráfico No. 19 Ubicación espacial
Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo
Fuente: Investigación propia

Segunda ruta alterna

Su tiempo estimado de llegada es 20 minutos (50 metros)

Desde: Colegio Fe y Alegría

Hasta: Cabo Yépez y Puyarte

Toma: 20 minutos (50 metros)

Dirigirse al norte por la Ponce León

Girar a la derecha

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Permite evaluar la capacidad de la empresa y de cuan rentable es a través del estudio de los distintos índices financieros.

Permite evaluar la capacidad de la empresa y de cuan rentable es a través del estudio de los distintos índices financieros.

Financiamiento

Para financiar el funcionamiento de la microempresa se aplicará un crédito a la Cooperativa “Andalucía” de 20000 dólares los cuales serán cancelador durante 6 años para lo cual se considera la siguiente tabla de amortización en el que se observará los pagos mensuales.

Requisitos para el préstamo de consumo

- Ser mayor de edad.
- Tener un documento de identidad como es la cédula
- Explicar la cantidad exacta que necesitas y el fin para el que vas a usar el dinero.
- Demostrar solvencia.
- No superar tu capacidad de endeudamiento máximo.

Calculadora de préstamos simple

Escriba los valores

Importe del préstamo	\$ 20.000,00
Tasa de interés anual	16,00%
Periodo del préstamo en años	4
Fecha de inicio del préstamo	11/2/2021

Pago mensual	\$ 72,00
Número de pagos	48
Intereses total	\$ 7.206,67
Coste total del préstamo	\$ 27.206,67

N. °	Pago	Inicio					Fin
	Fecha	Saldo	Pago	Principal	Interés	Saldo	
1	11/3/2021	\$ 20.000,00	\$ 566,81	\$ 300,14	\$ 266,67	\$ 19.699,86	
2	11/4/2021	\$ 19.699,86	\$ 566,81	\$ 304,14	\$ 262,66	\$ 19.395,72	
3	11/5/2021	\$ 19.395,72	\$ 566,81	\$ 308,20	\$ 258,61	\$ 19.087,52	
4	11/6/2021	\$ 19.087,52	\$ 566,81	\$ 312,31	\$ 254,50	\$ 18.775,22	

Gráfico No. 20 Diseño propio

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Libro diario

Tabla No.14 Libro Diario

FECHA	DESCRIPCION	PARCIAL	DEBE	HABER
03-oct	1			
	MERCADERIA IVA EN COMPRAS RETENCION EN LA FUENTE BANCOS COMPRA DE MERCADERIAS INICIAL		1.000,00 120,00	17,50 1.102,50
10-oct	2			
	JUEGOS INFANTILES IVA EN COMPRAS BANCOS COMPRA ENTRENIMIENTO CLIENTES		758,93 91,07	850,00
12-oct	3			
	GASTO INSTALACIONES Y READECUACIONES BANCOS PAGO TECNICO READECUACIONES		250,00	250,00
12-oct	4			
	GASTO INSTALACION Y READECUACIONES IVA EN COMPRAS RETENCION EN LA FUENTE BANCOS COMPRAPARA READECUACIONES KYWI		133,93 16,07	2,34 147,66
13-oct	5			
	GASTO IMPRENTA IVA EN COMPRAS RETENCION EN LA FUENTE P/N RETENCION IVA BANCOS PAGO ELABORACION VOLANTES Y PAPELERIA		100,00 12,00	1,75 3,60 106,65
15-oct	6			
	BANCOS MERCADERIA IVA EN VENTAS VENTAS PRIMERA QUINCENA		500,00	446,43 53,57
30-oct	7			
	Gasto Sueldo Decimo Tercero Decimo Cuarto Vacaciones Aporte Patronal Aporte Patronal Aporte Individual Decimo Tercero Decimo Cuarto Vacaciones Sueldos por Pagar		2.200,00 183,33 33,33 91,67 267,30	267,30 207,90 183,33 33,33 91,67 1.992,10
30-oct	8			
	Sueldos por Pagar Bancos PAGO SUELDO MES DE OCTUBRE		1.992,10	1.992,10
30-oct	9			
	Gasto Arriendo Iva en compras RETE CION EN LA FUENTE RETENCION 100% IVA BANCOS PAGO ARRIENDO MES DE OCTUBRE		400,00 48,00	32,00 48,00 368,00
30-oct	10			
	SERVICIOS BASICOS EEQ EMAP CNT BANCOS PAGO SERVICIOS BASICOS OCTUBRE	60,00 60,00 50,00	170,00	170,00

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Tabla No.15 Continuación de libro diario

31-oct	11			
	PRESTAMO BANCARIO BANCOS		544,44	544,44
10-nov	12			
	Iva ventas x pagar		53,57	
	Retenciones Fte		53,59	
	Retenciones Iva		51,60	
	Iva en compras			287,14
	Credito tributario		128,38	
	PAGO DECLARACIONES SRI			
10-nov	13			
	Aporte Patronal		267,30	
	Aporte Personal		207,90	
	Bancos			475,20
12-nov	14			
	Mercaderia		2.000,00	
	Iva compras		240,00	
	Retencion Fte			35,00
	Bancos			2.205,00
	COMPRA MERCADERIA			
13-nov	15			
	Mercaderia		2.000,00	
	Iva compras		240,00	
	Retencion Fte			35,00
	Bancos			2.205,00
	COMPRA MERCADERIA			
15-nov	16			
	Bancos		5.000,00	
	Mercaderia			4.464,29
	Iva en ventas			535,71
	VENTA DE OFERTAS			
30-nov	17			
	Gasto Sueldo		2.200,00	
	Decimo Tercero		183,33	
	Decimo Cuarto		33,33	
	Vacaciones		91,67	
	Aporte Patronal		267,30	
	Aporte Patronal			267,30
	Aporte Individual			207,90
	Decimo Tercero			183,33
	Decimo Cuarto			33,33
	Vacaciones			91,67
	Sueldos por Pagar			1.992,10
30-nov	18			
	Gasto Arriendo		400,00	
	Iva en compras		48,00	
	RETE CION EN LA FUENTE			32,00
	RETENCION 100% IVA			48,00
	BANCOS			368,00
	PAGO ARRIENDO MES DE NOVIEMBRE			
30-nov	19			
	SERVICIOS BASICOS		170,00	
	EEQ	60,00		
	EMAP	60,00		
	CNT	50,00		
	BANCOS			170,00
	PAGO SERVICIOS BASICOS NOVIEMBRE			
30-nov	20			
	PRESTAMO BANCARIO BANCOS		544,44	544,44

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Tabla No.16 Continuación del libro diario

01-dic	21			
	Iva ventas x pagar		435,71	
	Retenciones Fte		102,00	
	Retenciones Iva		48,00	
	Iva en compras			528,00
	Credito tributario			128,38
	Credito tributario		70,67	
	PAGO DECLARACIONES SRI			
02-dic	22			
	Aporte Patronal		267,30	
	Aporte Personal		207,90	
	Bancos			475,20
03-dic	23			
	Sueldos y Salarios		725,20	
	Decimo Tercero		133,32	
	Decimo Cuarto		133,32	
	Vacaciones		66,66	
	Bancos			1.058,50
	LIQUIDACION EMPLEADOS			
03-dic	24			
	MERCADERIA 0%		2.000,00	
	MERCADERIA 12%		500,00	
	IVA EN COMPRAS		60,00	
	RETENCION EN LA FUENTE			8,75
	BANCOS			1.551,25
	CTA POR PAGAR			1.000,00
	COMPRA MERCADERIA			
04-dic	25			
	Gasto Movilizacion / Alimentacion		50,00	
	Caja			50,00
	MOVILIZACION COMPRA MERCADERIA			
15-dic	26			
	BANCO		5.120,00	
	MERCADERIA			5.000,00
	IVA COMPRAS			120,00
17-dic	27			
	MERCADERIA		4.000,00	
	BANCOS			3.500,00
	CTAS X PAGAR			500,00
	COMPRA MERCADERIA			
18-dic	28			
	BANCOS		7.000,00	
	MERCADERIA			7.000,00
30-dic	29			
	Gasto Sueldo		1.200,00	
	Decimo Tercero		100,00	
	Decimo Cuarto		33,33	
	Vacaciones		16,66	
	Aporte Patronal		145,80	
	Aporte Patronal			145,80
	Aporte Individual			113,40
	Decimo Tercero			100,00
	Decimo Cuarto			33,33
	Vacaciones			16,66
	Sueldos por Pagar			1.086,60
31-dic	30			
	Gasto Arriendo		400,00	
	Iva en compras		48,00	
	RETE CION EN LA FUENTE			32,00
	RETENCION 100% IVA			48,00
	BANCOS			368,00
	PAGO ARRIENDO MES DE NOVIEMBRE			

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Tabla No.17 Continuación de libro diario

31-dic	31		
	SERVICIOS BASICOS EEQ EMAP CNT BANCOS PAGO SERVICIOS BASICOS NOVIEMBRE		170,00
			170,00
31-dic	32		
	PRESTAMO BANCARIO BANCOS		544,44
			544,44
		46.670,89	46.670,89

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Mayorización

Tabla No.18 Mayorización

CAJA		BANCOS		MUEBLES Y ENSERES	EQUIPO DE COMPUTACION
200	50	10750	1102,5	2000	400
		500	850		
		5000	250		
		5120	147,66		
		7000	106,65		
			1992,1		
			368		
			170		
			544,44		
			475,2		
			2205		
			2205		
			170		
			368		
			544,44		
			475,2		
			170		
			368		
			3500		
			1551,25		
			1058,5		
		28.370,00	18621,94		
		9.748,06			

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Tabla No.19 Continuación de la mayorización

EQUIPO DE OFICINA		ESTANTERIAS		FRIGORIFICOS		NEVERA	
50		200		1200		800	
GASTO CONSTITUCION		GARANTIA LOCAL		PRESTAMO BANCARIO		CAPITAL SOCIAL	
2000		300		544,44	20000	400	
				544,44			
				544,44	20000		
				1633,32	20000		
						18366,68	

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Tabla No.20 Continuación de mayorización

MERCADERIAS		IVA COMPRAS		RETENCIONES FTE		RETENCIONES IVA	
1000	446,43	120,00	287,14		17,50		3,60
2000	4464,29	91,07		53,59	2,34	51,6	48,00
2000	5000	16,07			1,75		48
2500	7000	12,00		102	32,00	48	99,60
4000		48,00					
		240,00			35,00		
		240,00			35,00		
11500	16910,72	48,00			8,75		
		60,00					
		875,14	287,14	155,59	132,34		
		588,00			(23,25)		
		48,00					
JUEGOS INFANTILES		GSTO INST Y REDEAC		GASTO IMPRENTA		GASTO SUELDOS	
758,93		250		100		2200	
		133,93				2200	
		383,93				2200	
						1200	

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Tabla No.21 Continuación de la mayorización

DECIMO TERCERO		DECIMO CUARTO		VACACIONES		APORTE PATRONAL	
183,33		33,33		91,67		267,3	
183,33		33,33		91,67		267,3	
183,33		33,33		91,67		267,3	
100		16,67		33,33		145,8	

APORTE INDIVIDUAL		SUELDOS POR PAGAR		PROVS DECIMO TERC		PROVS DEC CUARTO	
207,9	207,9	1992,1	1992,1	133,32	183,33	33,33	33,33
207,9	207,9	725,2	1992,1		183,33		33,33
	113,4		1086,6		100		16,67

PROVS VACACIONES		GASTO ARRIENDO		SERVIC BASICOS		GASTO MOVILIZA ALIMENT	
	91,67		400		170		50
	91,67		400		170		
			400		170		

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Tabla No.22 Continuación de la mayorización

IVA VENTAS		CTAS X PAGAR		CREDITO IVA	
53,57	53,57		1000	128,38	128,38
	435,71		500	70,67	
53,57	489,28				
435,71	435,71	APORT PATR X PAG			
	120	267,3	267,3		
		267,3	145,8		

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Balance General

Tabla No.23 Balance General

FANYS CIA- LTDA					
BALANCE GENERAL					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO NO CORRIENTE		
Caja		150,00	Prestamo Bancario	20.000,00	
			TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		20.000,00
Bancos		9.748,00	PASIVO CORRIENTE		
			Ctas por Pagar		1.500,00
Inventario de Mercaderias		5.747,47	Obligaciones Fiscales		208,75
			Iva vtas por pagar	120	
Impuestos Anticipados		130,67	Retenciones Fte	40,75	
Iva en compras	60,00		Retenciones iva	48	
Credito Tributario	70,67				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		15.776,14	Obligaciones Iess		145,80
Activos Fijos					
			Aporte Patronal	145,8	
Muebles y Enseres	2.000,00				
Equipo de Computacion	400,00				
Equipo de oficina	50,00		Obligaciones Empleados		3.536,18
Estanterías	200,00				
Frigoríficos	1.200,00		Sueldos x Pagar	2353,5	
Nevera	800,00		Decimo Tercero	516,69	
			Decimo Cuarto	132,66	
Moto	2.500,00		Vacaciones	533,33	
Juegos Infantiles	758,93		TOTAL PASIVO CORRIENTE		5.390,73
TOTAL ACTIVO FIJO		7.908,93	TOTAL PASIVO		25.390,73
			PATRIMONIO		594,34
Activos Intangibles			Capital Social	5.000,00	
			TOTAL PATRIMONIO + C. SOCIAL		5.594,34
Gastos de Constitucion	2.000,00				
Garantía local	300,00				
		2.300,00			
TOTAL DEL ACTIVO		25.985,07	TOTAL ACTIVO +PATRIMONIO		25.985,07

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Balance de Resultados

Tabla No.24 Balance de resultados

FANYS CIA- LTDA		
BALANCE DE RESULTADOS		
VENTAS		69600
Costo de ventas	60%	41760
Utilidad bruta en ventas		27840
(-) Gastos operacionales		38244,4
Gastos Administrativos	36324,4	
Sueldos y salarios	21600	
13	1800	
14	1600	
Vacaciones	900	
Aporte patronal	2624,4	
Servicios básicos	2400	
Arriendo	4800	
Mantemiento preventivo	600	
Gastos de ventas	1920	
Publicidad	1200	
Tranporte	720	
UTILIDAD OPERACIONAL		-10404,4
GASTOS FINANCIEROS		6986,28
PERDIDA DEL EJERCICIO		-17390,68

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Ingresos operacionales y no operacionales

Ingresos operacionales

Se refiere a los ingresos derivados de la actividad económica de la microempresa SUPERMARKET KIDS la misma que se dedica a la compra-venta de productos de primera necesidad y su entretenimiento con áreas recreativas.

Tabla No.25 Ingresos operacionales

INGRESOS OPÉRACIONALES

GASTOS DIRECTOS	4910,72
COMPRA DE MERCADERIA	5000
INVENTARIO FINAL	89,28

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Ingresos no operacionales

El presente proyecto no cuenta con ingresos no operacionales ya que son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos en la actividad comercial de forma directa, en este caso se habla del patrimonio heredados.

Gastos fijos y variables

Gastos fijos son todos aquellos que se los tiene que cumplir mes a mes como pago de nómina, servicios básicos, arriendo, en cambio, gastos variables son todos los insumos necesarios para desarrollar el negocio que van en función de su necesidad.

Gastos fijos

Todos los gastos fijos forman parte del presupuesto que la empresa.

Arriendo

Gasto que la empresa necesita para funcionar en el mercado financiero y que se lo devenga mes a mes.

Tabla No.26 Arriendo

DESCRIPCION	GARANTIA	MENSUAL	ANUAL				
			1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
ARRIENDO	\$ 300,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
TOTAL							\$ 24.000,00

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Depreciación

Se refiere a la disminución periódica de un bien y que se lo considera como gasto porque se va terminando su vida útil ya sea por el uso o por el avance tecnológico.

Tabla No.27 Depreciación

CUENTAS	COSTO	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y enseres	\$2.000,00	10%	\$200,00	10	\$180,00
Moto	\$2.500,00	2%	\$50,00	7	\$350,00
Adecuaciones	\$2.000,00	10%	\$200,00	10	\$180,00
Equipos de Oficina	\$50,00	10%	\$5,00	10	\$4,50
Equipos de Computación	\$400,00	20%	\$80,00	5	\$64,00
TOTAL DEPRECIACIONES					\$778,50

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Gastos variables

Se considera a las comisiones en ventas, costos de materia prima entre otros ya que se calculan en función del volumen de la actividad empresarial.

Sueldos

Considerado como gasto sueldos para la empresa ya que es el pago en dinero a las personas que trabajan en la entidad comercial.

Tabla No.28 Sueldos

Sueldos por Pagar	2353,5
Decimo Tercero	516,69
Decimo Cuarto	132,66
Vacaciones	533,33
TOTAL	3536,18

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Inversión fija

Son bienes y servicios intangibles con vida útil mayo de un año, pasando a formar parte de los activos de la empresa.

Activos Fijos

Son bienes de la empresa ya sean tangibles o intangibles que permiten dar funcionamiento a la empresa.

Tabla No.29 Activos Fijos

INVERSION INICIAL	
Muebles y Enseres	2.000,00
Equipo de Computacion	400,00
Equipo de oficina	50,00
Estanterias	200,00
Frigorificos	1.200,00
Nevera	800,00
Moto	2.500,00
TOTAL	7.150,00

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Activos Fijo Depreciable

Son aquellos activos que pierden parte de su valor por el paso del tiempo.

Tabla No.30 Activos

CANTIDAD	TAMAÑO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA UTIL
3	Frigoríficos grandes	1000	3000	4 años
2	Congeladores	800	1600	5 años
2	TIC (tecnología de información y comunicación)	1200	2400	5 años
10	estanterías	200	2000	10 años
1	impresora	350	350	3 años
4	Archivadores	10	40	3 años
	Área recreativa		850	3 años
	TOTAL		5950	


Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

Son valores precalculados en función de un préstamo bancario solicitado, el mismo que debe ser debitado a través de la institución financiera mes a mes hasta cumplir la totalidad del pago de su capital más sus intereses.

Tabla No.31 Amortización

						
TABLA DE AMORTIZACION						
Plazo (Meses)	Saldo insoluto	Pago mensual tot	Capital	Intereses	IVA	
1	\$19.709,32	\$582,19	\$290,68	251,30	40,21	
2	\$19.414,40	\$582,19	\$294,92	247,65	39,62	
3	\$19.115,19	\$582,19	\$299,22	243,94	39,03	
4	\$18.811,61	\$582,19	\$303,58	240,18	38,43	
5	\$18.503,61	\$582,19	\$308,00	236,37	37,82	
6	\$18.191,12	\$582,19	\$312,49	232,50	37,20	
7	\$17.874,07	\$582,19	\$317,05	228,57	36,57	
8	\$17.552,40	\$582,19	\$321,67	224,59	35,93	
9	\$17.226,05	\$582,19	\$326,36	220,55	35,29	
10	\$16.894,94	\$582,19	\$331,11	216,45	34,63	
11	\$16.559,00	\$582,19	\$335,94	212,28	33,97	
12	\$16.218,16	\$582,19	\$340,83	208,06	33,29	
13	\$15.872,36	\$582,19	\$345,80	203,78	32,60	
14	\$15.521,52	\$582,19	\$350,84	199,44	31,91	
15	\$15.165,56	\$582,19	\$355,96	195,03	31,20	
16	\$14.804,42	\$582,19	\$361,14	190,56	30,49	
17	\$14.438,01	\$582,19	\$366,41	186,02	29,76	
18	\$14.066,26	\$582,19	\$371,75	181,41	29,03	
19	\$13.689,10	\$582,19	\$377,17	176,74	28,28	
20	\$13.306,43	\$582,19	\$382,66	172,00	27,52	
21	\$12.918,19	\$582,19	\$388,24	167,20	26,75	
22	\$12.524,29	\$582,19	\$393,90	162,32	25,97	
23	\$12.124,65	\$582,19	\$399,64	157,37	25,18	
24	\$11.719,18	\$582,19	\$405,47	152,35	24,38	
25	\$11.307,80	\$582,19	\$411,38	147,25	23,56	
26	\$10.890,43	\$582,19	\$417,37	142,08	22,73	
27	\$10.466,97	\$582,19	\$423,46	136,84	21,89	
28	\$10.037,35	\$582,19	\$429,63	131,52	21,04	
29	\$9.601,46	\$582,19	\$435,89	126,12	20,18	
30	\$9.159,21	\$582,19	\$442,24	120,64	19,30	
31	\$8.710,52	\$582,19	\$448,69	115,09	18,41	
32	\$8.255,29	\$582,19	\$455,23	109,45	17,51	
33	\$7.793,43	\$582,19	\$461,86	103,73	16,60	
34	\$7.324,83	\$582,19	\$468,60	97,92	15,67	
35	\$6.849,41	\$582,19	\$475,43	92,04	14,73	
36	\$6.367,05	\$582,19	\$482,36	86,06	13,77	
37	\$5.877,67	\$582,19	\$489,39	80,00	12,80	
38	\$5.381,15	\$582,19	\$496,52	73,85	11,82	
39	\$4.877,39	\$582,19	\$503,76	67,61	10,82	
40	\$4.366,29	\$582,19	\$511,10	61,28	9,81	
41	\$3.847,74	\$582,19	\$518,55	54,86	8,78	
42	\$3.321,64	\$582,19	\$526,11	48,35	7,74	
43	\$2.787,86	\$582,19	\$533,77	41,74	6,68	
44	\$2.246,31	\$582,19	\$541,55	35,03	5,60	
45	\$1.696,86	\$582,19	\$549,45	28,22	4,52	
46	\$1.139,41	\$582,19	\$557,46	21,32	3,41	
47	\$573,82	\$582,19	\$565,58	14,32	2,29	
48	\$0,00	\$582,19	\$573,82	7,21	1,15	

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Estado de resultados proyectados

Es un informe financiero a través del cual se puede observar de forma detallada los ingresos, gastos, y ganancias o pérdidas de la empresa durante un cierto tiempo.

Tabla No.32 Estado de resultados proyectados

INGRESOS	
Caja	150
Bancos	9748
Inventario de Mercaderias	5747,47
Impuestos Anticipados	130,67
Capital social	5000
Ventas	69600
TOTAL INGRESOS	90376,14
EGRESOS	
Ctas por Pagar	1500
Obligaciones Fiscales	208,75
Costo de ventas	41760
Gastos administrativos	36324,4
Gastos de ventas	1920
Gastos financieros	6986,28
TOTAL EGRESOS	88699,43
TOTAL (I -E)	1676,71
(+)OTROS INGRESOS	
(-)OTROS EGRESOS	
(=) FLUJO DE EFECTIVO	1676,71

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Flujo Caja

Hace referencia al flujo de efectivo, flujo de liquidez permitiendo la solvencia en la empresa para cubrir los distintos gastos de la empresa.

Tabla No.33 Flujo Caja

FLUJO CAJA						
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
1676,71	2179,72	2833,64	3683,73	11775,13	15307,67	19899,97

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

VAN

Valor Actual Neto permite calcular la rentabilidad en flujos positivos o negativos en rendimiento económico de la empresa.

Tabla No.34 VAN

$$VAN 1 = -I + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN 1 = -25985,07 + \frac{1676,71}{(1+0,15)^1} + \frac{2179,72}{(1+0,15)^2} + \frac{2833,63}{(1+0,15)^3} + \frac{3683,73}{(1+0,15)^4} + \frac{11775,13}{(1+0,15)^5} + \frac{15307,67}{(1+0,15)^6} + \frac{19899,97}{(1+0,15)^7}$$

$$VAN 1 = -25985,07 + \frac{1676,71}{1,15} + \frac{2179,72}{1,32} + \frac{2833,63}{1,52} + \frac{3683,73}{1,74} + \frac{11775,13}{2,01} + \frac{15307,67}{2,31} + \frac{19899,97}{2,66}$$

$$VAN 1 = -25985,07 + 1458,01 + 1651,30 + 1864,23 + 1628,52 + 5858,27 + 6626,70 + 7481,19$$

$$VAN 1 = 583,16 \longrightarrow i1=0,15$$

$$VAN 2 = -25985,07 + \frac{1676,71}{(1+0,30)^1} + \frac{2179,72}{(1+0,30)^2} + \frac{2833,63}{(1+0,30)^3} + \frac{3683,73}{(1+0,30)^4} + \frac{11775,13}{(1+0,30)^5} + \frac{15307,67}{(1+0,30)^6} + \frac{19899,97}{(1+0,30)^7}$$

$$VAN 2 = -25985,07 + \frac{1676,71}{1,30} + \frac{2179,72}{1,69} + \frac{2833,63}{2,19} + \frac{3683,73}{2,85} + \frac{11775,13}{3,71} + \frac{15307,67}{4,82} + \frac{19899,97}{6,27}$$

$$VAN 2 = -25985,07 + 1289,77 + 1289,78 + 1293,89 + 1292,53 + 3173,88 + 3175,86 + 3173,83$$

$$VAN 2 = -11295,53 \longrightarrow i2=0,30$$

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

TIR

Tasa Interna de Retorno mide la viabilidad de un proyecto a determinado tiempo si es rentable o no.

Tabla No.35 TIR

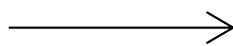
$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

$$TIR = 0,15 + (0,30 - 0,15) \left(\frac{583,16}{583,16 - (-11295,53)} \right)$$

$$TIR = 0,15 + (0,15) \left(\frac{583,16}{11878,69} \right)$$

$$TIR = 0,15 + (0,15)(0,049)$$

$$TIR = 0,1573$$



$$TIR\% = 15,73\%$$

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

PRI (periodo de recuperación de la inversión)

Es un indicador que mide cuanto tiempo se recuperara de forma total la inversión efectuada, en función del flujo de cada tomando en cuenta a los años.

Tabla No.36 PRI

F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
1676,71	2179,72	2833,64	3683,73	11775,13	15307,67	19899,97

Elaborado por: Aracely Carolina Taípe Mullo

Fuente: Investigación propia

Tabla No.37 PRI

suma de flujos	22148,94
inversion	25985,07
i	30% y 31%
PRI	3836,13

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Tabla No.38 PRI

PRI= I- SUMA FLUJOS F1+F4

PRI=25985,07-22148,94

PRI=3836,13

VALOR A RECURAR			
	5 AÑOS	VALOR DE CALCULO AÑO =15307,67	
$3836,13 - (1275,64 * 3) = 9,21$	3 MESES	VALOR DEL MES =15307,67/12 =1275,64	
		VALOR DIA=1275,64/30 =42,52	
$9,21 - (5,32 * 1) = 3,90$	1 HORAS	VALOR HORA=42,52/8 =5,32	
$3,90 - (0,09 * 44) = 0,00$	44 MINUTOS	VALOR DEL MINUTO= 5,32/60= 0,09	
		VALOR DEL SEGUNDO =0,09/60= 0,00	

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Tabla No.39 Valor a Recuperar

PRI= 5 AÑOS, 3 MESES CON 1 HORA Y 44 MINUTOS ES EL VALOR A RECUPERAR
--

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Al culminar el proyecto objeto de estudio como parte de un emprendimiento que permite generar desarrollo económico se ha determinado las siguientes conclusiones:

- De acuerdo a la investigación realizada se llega a concluir que en gran porcentaje tanto de hombres como mujeres manifiestan que por el sector solo existen tiendas de barrio con artículos de primera necesidad muy básicos.
- En lo que respecta a las áreas recreativas los habitantes del sector manifiestan que es algo nuevo para ellos y que si les gustaría se implemente, en vista que hasta sería gustoso ir de compras.
- Una vez enfocado el proyecto de emprendimiento ambicioso que se desea implementar, se realizó el plan de negocios plasmando los objetivos para la creación de la microempresa en la cual se abordaron parámetros de competencia, emprendimiento, ventas en base de un mercado competitivo, buscando alcanzar las metas fijadas en función de la misión y visión propuestas.

Recomendaciones

De acuerdo a la investigación realizada se recomienda:

- Implementar estrategias de marketing tales como promociones de diferentes productos para seguir manteniendo un crecimiento constante en las ventas.
- Se recomienda que la empresa a más de promocionarse de forma online busque alianza con nuevos clientes con el afán de lograr nuevos compradores para que se refuerce las operaciones mercantiles.
- La empresa debe evaluarse periódicamente en cuanto a su personal como al rendimiento de ventas y en base a ello buscar estrategias de competitividad.

BIBLIOGRAFIA

- Arévalo Moreno, P. V. (08 de Septiembre de 2015). Diseño de un plan de negocio para la Empresa de Yuca Precocida "Macabeitas". *Trabajo de Titulación*, 161. Macas, Morona Santiago, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020
- Arias Gómez, J. (06 de abril de 2016). El protocolo de investigación. *Revista Alergia México*, 63. Recuperado el 19 de 09 de 2020
- Ballesteros Cobos, M. H., Galeas Ramos, R. A., & Vieyra Villala, E. V. (2009). *Marketing y plan de Negocios*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: UTE. Recuperado el 22 de julio de 2020, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/1562> ...
- Barbosa Estrada, A. (02 de Enero de 2019). Proyectos de inversión. *Proyecto de grado*, 54. Recuperado el 20 de 09 de 2020
- Boubeta, A. I. (12 de Febrero de 2010). Promoción y Publicidad en el punto de venta. *Ideaspropias*, 34. Recuperado el 8 de 09 de 2020
- Burneo, S. (2 de Septiembre de 2016). Estudio de factibilidad. *Scielo*, 37, 18. Recuperado el 16 de Septiembre de 2020
- Bustamante, J. C. (03 de Junio de 2004). Crecimiento económico, nuevos negocios y actividad emprendedora. *VISIÓN GENERAL*, 13. Recuperado el 03 de 08 de 2020
- Consejo Metropolitano DMQ. (18 de Julio de 2015). *Propueta: Componente Estratégico Consejo Metropolitano*. Quito: Secretaria General de Coordinacion Territorial y Participación Ciudadana. Recuperado el 11 de Julio de 2020
- Construcción de una sociedad plurinacional e intercultural. (28 de enero de 2017). *UNV*. Recuperado el 01 de 12 de 2020
- Corponet. (2016). Importancia de la tecnología e las PyMES y empresas en crecimiento. *ERP*. Recuperado el 10 de 12 de 2020
- De la Parra, E., & Madero, M. (2003). *Estrategias de ventas y negociación*. México, México, México: Panorama Editorial. Recuperado el 12 de Enero de 2020
- Desempleo. (2020). *El Comercio*. Recuperado el 08 de agosto de 2020
- Diario el Telégrafo. (12 de Enero de 2019). Quito es ahora la ciudadada mas poblada del Ecuador. *El Telegrafo*, 8.
- Economía. (2020). *EU*. Recuperado el 11 de 12 de 2020

El comercio. (23 de 11 de 2020). El ingreso familiar supera el costo de la canasta familiar. *El comercio*. Recuperado el 10 de 12 de 2020

El Comercio. (25 de septiembre de 2020). La Junta definirá cada mes los techos de las tasas de interés para préstamos. *El comercio*. Recuperado el 4 de diciembre de 2020

El Comercio. (20 de Noviembre de 2020). PIB del Ecuador. *El comercio*. Recuperado el 11 de 11 de 2020

FRED, D. (01 de 01 de 2016). Concepto de Administración Estratégica. *Pearson Educacion*, 165. Recuperado el 28 de 11 de 2020

Gomez, C. (s.f.).

Impacto ambiental. (11 de 08 de 2016). *Etece*. Recuperado el 1 de 12 de 2020

INEC. (9 de Diciembre de 2015). Quito, el cantón más poblado del Ecuador en el 2020. *Boletín Oficial*, 1. Recuperado el 17 de 10 de 2020

INEC. (06 de Octubre de 2020). Boletín Técnico. *Indices de precios al consumidor*, 17. Recuperado el 5 de 11 de 2020

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (01 de JULIO de 2020). CANASTA FAMILIAR BÁSICA. *INEC*, 2. Recuperado el 01 de AGOSTO de 2020

León, V. (1 de 05 de 2017). ¿Población o muestra? *Scielo*. Recuperado el 28 de 11 de 2020

LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. (2000). *Ley N. 2000-21*, 29. Recuperado el 30 de 11 de 2020

López, E. (30 de Enero de 2018). Proyecto y Viabilidad. *Creación y gestión de empresas*, 8. Málaga, Madrid, España: iceditorial. Recuperado el 17 de 09 de 2020

López, P. (4 de enero de 2015). Población, muestra y muestreo. *Scielo*. Recuperado el 30 de 11 de 2020

Mantilla Perugachi, I. E. (31 de Enero de 2016). Plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de frutas en el cantón Quinsaloma, provincia de Los Ríos. *Trabajo Académico*, 125. Quinsaloma, Los Ríos, Ecuador: Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Recuperado el 06 de 09 de 2020

Manuel Santos, A. C. (28 de Enero de 2015). Plan de Negocios. *Trabajo de investigación*. Mendoza, Argentina, Buenos Aires: Universidad Nacional del Cuyo. Recuperado el 16 de 09 de 2020

Marketing. (12 de Enero de 2016). *Marketinginteli*. Recuperado el 03 de septiembre de 2020

Marketing Mix. (1 de noviembre de 2016). *Debitor*. Recuperado el 18 de diciembre de 2020

Mundialización y cultura. (1 de 08 de 2015). *Abya*. Recuperado el 11 de 12 de 2020

Núñez, J. (12 de 11 de 2019). El desempleo. *Repositorio*. Recuperado el 30 de 12 de 2020

Objetivos Nacionales del Buen Vivir. (2017). *Buen Vivir - Plan Nacional*, 6. Recuperado el septiembre de 01 de 2020

Rubio, F. (01 de Octubre de 2017). ASpectos legales para crear una empresa. *Emprendedor*. Recuperado el 15 de 12 de 2020

Sánchez Galán, J. (03 de Junio de 2019). Plan estratégico. *Economipedia*, 6. Recuperado el 30 de agosto de 2020

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades 2017. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida. *Constitución de la República del Ecuador*, 148.

Senplades. (22 de Septiembre de 2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida. *Democracia, 2021*, 69. Recuperado el 18 de 09 de 2020, de <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/>

Sevilla, A. (2 de septiembre de 2018). Inflación. *Economipedia*. Recuperado el 21 de 12 de 2020

SRI. (28 de junio de 2020). Impuesto a la Renta. *SRI*, 28. Recuperado el 8 de 12 de 2020

Suárez, A. L., & Avilés, W. (01 de 02 de 2017). Plan de negocios para la creación de una empresa de eventos en el cantón Empalme. *Trabajo de Titulación*, 84. Empalme, Guayas, Ecuador. Recuperado el 14 de 11 de 2020

Tasa de interes. (1 de 06 de 2018). *Banecuador*. Recuperado el 12 de 12 de 2020

Tasa Pasiva. (27 de 11 de 2020). *Economia*. Recuperado el 12 de 12 de 2020

Taxis Flores, M., & Ramirez Urquidy, M. (30 de Enero de 2016). Microempresas. *Revista de Estudios Latinoamericanos*, 567. Recuperado el 07 de 09 de 2020

Thompson, I. (11 de Septiembre de 2007). Tipos de empresas. *Promonegocios*, 76. Recuperado el 07 de 09 de 2020

Thompson, I. (1 de 11 de 2017). Productos. *Marketing - Free*. Recuperado el 22 de 12 de 2020

Ubicacion de la empresa. (1 de 11 de 2016). *Camara fp*. Recuperado el 26 de 12 de 2020

Vargas, A. (2 de 11 de 2016). Macrolocalización. *Repositorio*. Recuperado el 28 de 12 de 2020

ANEXOS

Presupuesto

Tabla No.40 Presupuesto

ITEM	RUBRO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora	1	\$120	\$120
2	Impresora	1	\$90	\$90
3	Internet	1	\$150	\$150
4	Insumos: calculadora, borrador, lápiz de minas. Minas para lápiz	1	\$40	\$40
5	Hojas	1	\$10	\$10
6	Empastados	1	\$40	\$40
7	Anillados	1	\$20	\$20
			INVERSIÓN	\$470
			TOTAL	\$470

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Cronograma

Tabla No.41 Cronograma

N.	Funciones	Fecha de inicio	Fecha Final	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Solicitud de aprobación del tema	20-jul	25-jul																								
2	Estructura de la tesis	27-jul	30-sep																								
3	Capítulo I	5-oct	17-oct																								
4	Capítulo II	19-oct	31-oct																								
5	Capítulo III (Estudio de mercado)	2-nov	14-nov																								
6	Capítulo IV (Estudio Técnico)	16-nov	28-nov																								
7	Capítulo V (Estudio Financiero)	1-dic	16-dic																								
8	Capítulo VI (Conclusiones y Recomendaciones)	17-dic	20-dic																								

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia

Préstamo

Tablas de Amortización y Desembolso

Andalucía Documentos de Transparencia

No.RUC 1790325083001

DESEMBOLSO

FECHA: 07/dic/2017

PAGINA: Page 2 of 2

SUCURSAL: ATAHUALPA

No.RECIBO: -1

No.OPERACION: 0030337167 MONEDA: DOLARES

TIPO OPERACION: PREAPROBADO-

CLIENTE: 89103 TAIPE GONZALEZ ANGEL WALTER CED/RIF/PASAP 1710323161

DATOS DE LA OPERACION

No.OP.ANTERIOR:	0030289114	FECHA LIQUID.:	2017/12/07
MONTO APROBADO:	20.000.00	SUMA DE CUOTAS:	27.082.32
MONTO FINANCIADO:	20.000.00	TASA INT.NOMINAL:	14.8000 %
MONTO LIQUIDO:	20.000.00	TASA INT.EFECTIVA:	16.3800 %
MONTO RETENIDO:	0.00	TASA INT.MORA:	INT x 1.10
DIRECCION:	CARLOS LARREA S42-75 Y 8 DE FEBRERO S42 MARTHA BU	TELEFONO:	022638815
		FECHA VENCIM.:	2021/12/20
		REAJUSTABLE:	S
		PERIODO REAJ.:	3 M

Gráfico No. 21 Tabla de amortización y desembolso

Elaborado por: Aracely Carolina Taipe Mullo

Fuente: Investigación propia