



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: _____

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD
CON PUNTOS DE VENTA MÓVILES Y SERVICIO DE ENTREGA A
DOMICILIO EN LA ZONA URBANA DEL DMQ.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios.

Autor(a)

Fernando Andrés Mora Vèlez

Tutor(a)

Ing. Paulina Ponce MSc.

(QUITO) – ECUADOR

2020

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA
CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Fernando Andrés Mora Vélez, declaro ser autor del “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD CON PUNTOS DE VENTAS MÓVILIES Y SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO EN LA ZONA URBANA DEL DMQ, AÑO 2020”,”, como requisito para optar al grado de Ingeniero de Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, 2020, firmo conforme:

Autor: Fernando Andrés Mora Vélez



Firma: _____

Número de Cédula: 1725252736

Dirección: Av. Luis Vacarí y Capitán Geovani Calles

Correo Electrónico: Fernando_salto@hotmail.com

Teléfono: 0984764098

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora de trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD CON PUNTOS DE VENTAS MÒVILIES Y SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO EN LA ZONA URBANA DEL DMQ, AÑO 2020”, presentado por Mora Vélez Fernando Andrés, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios,

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación 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.

Quito,

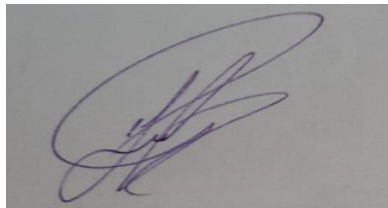
Paulina Ponce

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito,



.....
Fernando Andrés Mora Vélez

C.I: 1725252736

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El trabajo de Titulación, ha sido revisado ,aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD CON PUNTOS DE VENTAS MÒVILIES Y SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO EN LA ZONA URBANA DEL DMQ, AÑO 2020 ”, previo a la obtención del Título de ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito 4 de agosto del 2020

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F

PRESIDENTE: Ing. Viviana Cajas, M.Sc

F

F

VOCAL: Ing. Freddy Bravo, MBA

VOCAL: Lcda. Verónica Pazmiño, M.Sc

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a mi madre, a mi padre, esposa, a mi hijo y a mi tutora ya que ellos estuvieron en todo el proceso del presente proyectos y me apoyaron siempre hasta el final.

El Autor

AGRADECIMIENTO

Como primer punto agradezco a la Universidad Indoamérica y a sus respectivos docentes por todas las enseñanzas que he logrado aprender y aplicar no solo en la vida diaria si no profesional ,a mi familia mis padres, esposa eh, amigos que estuvieron siempre ahí para todo lo que necesite durante este tiempo de enseñanza ,y por último sin más que decir a Dios el que me ha guiado por un buen camino para llegar a conseguir esta meta de la cual estoy totalmente orgulloso.

Gracias.

INDÍCE DE CONTENIDO

TEMA:	i
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
AREA DE MARKETING.....	4
1.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DEL MERCADO	4
1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	4
1.2.1. Especificación del Servicio o Producto.....	4
1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona	6
1.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO	7
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.	8
Equivalencias Datos.....	11
1.3.2 Demanda Potencial.	28

1.4 ANALISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE	31
1.4.1 Análisis del microambiente	31
1.4.2 Análisis del macroambiente.	32
1.4.3 Proyección de la oferta.....	37
1.4.4 Demanda insatisfecha:	39
1.5 Promoción y publicidad que se realizara.	40
1.5.1 Plan de Medios	41
1.7 Seguimiento a clientes:	44
1.8 Mercados Alternativos	47
CAPÍTULO II.....	48
2.ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES).....	48
2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN	48
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	48
2.2.1 Descripción de proceso de transformación servicio.	48
2.2.2 Descripción de instalaciones, equipo y personas.....	54
2.2.3 Tecnología a aplicar.....	57
2.3 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.	58
2.3.1 Ritmo de producción (Comercialización)	58
2.3.2 Nivel de inventario promedio.....	59
2.3.3. Número de trabajadores.	60
2.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	60
2.4.1 Capacidad de Producción Futura.....	60
2.5 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION.	62
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.	62
2.6. CALIDAD.....	63
2.6.1. Método de Control de Calidad.....	63
2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN	64
2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional	64
CAPÍTULO III	67

3.-ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	67
3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	67
Detallar la razón de ser de la empresa realizando su respectiva estructura, organigrama, Foda y con esto obtener de qué manera va a funcionar y a estar organizado el negocio.	67
3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	67
3.2.1 Visión de la Empresa.....	67
3.2.2 Misión de la Empresa.....	67
3.2.2 Objetivos y estrategias.....	67
3.3.1 Organización interna.....	69
3.4 CONTROL DE GESTIÓN:	73
3.4.1 Indicadores de Gestión:.....	73
CAPÍTULO IV.....	75
4. AREA JURIDICO LEGAL	75
4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL	75
4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	75
4.3 Patentes y Marcas.....	77
4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).....	78
4.4.1 Patente ¡Error! Marcador no definido.	
4.4.2 LUAE 79	
4.4.3 Requisitos para su emisión:.....	80
4.4.4 SENADI 82	
CAPÍTULO V	84
5. -AREA FINANCIERA	84
5.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO.....	84
5.2.PLAN DE INVERSIONES.....	84
5.4. Cálculo de Costos y Gastos.....	89
5.6 Flujo de Caja	102

5.7 Punto de equilibrio	104
5.8 Estado de resultados proyectado:	106
5.9 Evaluación Financiera.....	107
CONCLUSIONES.....	112
RECOMENDACIONES	113
Bibliografía	114
ANEXOS:	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción de canasta básica.....	5
Tabla 2 Característica del producto.....	6
Tabla 3 Categorización de Sujetos.....	8
Tabla 4 Dimensión Conductual.....	9
Tabla 5 Dimensión Geográfica.....	9
Tabla 6 Proyección de la parroquia Calderón.....	10
Tabla 7 Dimensión demográfica.....	10
Tabla 8 Método de Recolección del Entorno.....	12
Tabla 9 Métodos de Recolección del mercado.....	13
Tabla 10 N.-1 ¿Realiza compras y pedidos por página web?.....	19
Tabla 11 Pregunta N.-2 ¿En qué lugar realiza sus compras de primera necesidad?	20
Tabla 12 3.- ¿Con que frecuencia realiza sus compras de primera necesidad? ...	21
Tabla 13: 4.- ¿Cuánto dinero gasta mensual en sus compras de primera necesidad?	22
Tabla 14 5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de entrega a domicilio?.....	23
Tabla 15 6.- ¿Cuándo se entera de alguna comercializadora u otro negocio lo hace mediante?.....	24
Tabla 16 7.- ¿Qué forma de pago utiliza a la hora de realizar sus compras de primera necesidad?.....	25
Tabla 17 8. - ¿Cuánto gasta en transporte cuando va a adquirir sus productos de primera necesidad?.....	26
Tabla 18 9.- ¿Le gustaría que en el sector de Calderón existiera una mini bodega que ofrezca productos a domicilio?.....	27
Tabla 19 Demanda Potencial.....	28
Tabla 20 Tendencia de la demanda.....	30
Tabla 21 Análisis de la Matriz Foda.....	33
Tabla 22 Matriz EFE.....	34
Tabla 23 Matriz EFI.....	35
Tabla 24 Matriz MPC (Plan de Contingencia).....	36
Tabla 25 Proyección de la oferta.....	37
Tabla 26 Proyección de la Oferta.....	38
Tabla 27 Demanda Insatisfecha.....	39
Tabla 28 Presupuesto plan de medios.....	43
Tabla 29 Cronograma de Actividades.....	43
Tabla 30 Descripción de equipos.....	56
Tabla 31 Descripción del personal.....	57
Tabla 32 Ritmo de producción (Comercialización).....	59
Tabla 33 Descripción del Inventario.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 34 Número de trabajadores.....	60
Tabla 35 Capacidad de producción anual.....	61
Tabla 36 Proyección de producción futura.....	61
Tabla 37 Materia Prima.....	62
Tabla 38 Descripción de proveedores.....	63
Tabla 39 Método de Control de Calidad.....	64

Tabla 40 Estrategias DAFO	68
Tabla 41 Descripción del puesto Gerente-Administrador.....	71
Tabla 42 Descripción del puesto Cajero	71
Tabla 43 Descripción del puesto de despachador	72
Tabla 44 Descripción del puesto del motorizado	72
Tabla 45 indicadores de Gestión	73
Tabla 46 Necesidades del Personal	73
Tabla 47 Detalle del capital utilizado.....	128
Tabla 48 Plan de inversiones.....	85
Tabla 49 Plan de Financiamiento	87
Tabla 50 Capital de Trabajo	88
Tabla 51 Detalle de costos materia prima	89
Tabla 52 Proyección de Costos	90
Tabla 53Detalle de Gastos	93
Tabla 54 Proyección de Gastos	94
Tabla 55 Rol de pagos.....	96
Tabla 57 Depreciaciones	98
Tabla 58 Proyección de Depreciaciones	99
Tabla 59 Calculo de ingresos	100
Tabla 60 Proyección de Ingresos	101
Tabla 61 Flujo de caja	102
Tabla 62Datos para el punto de equilibrio	104
Tabla 63Punto de Equilibrio	105
Tabla 64 Estado de resultados.....	107
Tabla 65 Tasa mínima aceptable de retorno	108
Tabla 67 Tasa Interna de Retorno	109
Tabla 68 Período de Recuperación	110

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.....	19
Ilustración 2 Pregunta N° 2.....	20
Ilustración 3 Pregunta N° 3.....	21
Ilustración 4 Pregunta N° 4.....	22
Ilustración 5 Pregunta N° 5.....	23
Ilustración 6 Pregunta N.-6.....	24
Ilustración 7 Pregunta N.-7.....	25
Ilustración 8 Pregunta N.-8.....	26
Ilustración 9 Pregunta N° 9.....	27
Ilustración 10 Proyección de la Demanda.....	30
Ilustración 11 5 Fuerzas Porter.....	31
Ilustración 12Proyección de la Oferta.....	38
Ilustración 13 Demanda Insatisfecha.....	40
Ilustración 14Bosquejo de página web.....	41
Ilustración 15Sistema de Distribución.....	44
Ilustración 16Software CRM.....	46
Ilustración 17Blog Personal.....	46
Ilustración 18Mapa de Procesos.....	50
Ilustración 19 Flujograma de Gestión de Compras.....	51
Ilustración 20 Flujograma de Almacenamiento.....	52
Ilustración 21Flujograma de Comercialización.....	53
Ilustración 22 Instalaciones.....	55
Ilustración 23 Objetivos estratégicos.....	69
Ilustración 24Organigrama estructural.....	69
Ilustración 25 Organigrama funcional.....	70
Ilustración 26 Logotipo de la Empresa.....	83
Ilustración 27 Punto de Equilibrio.....	106

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD CON PUNTOS DE VENTAS MÓVILES Y SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO EN LA ZONA URBANA DEL DMQ, AÑO 2020”,

AUTOR: Fernando Andrés Mora Vélez

TUTORA: Ing. Paulina Ponce.

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente el sector alimenticio es una de las industrias con más demanda en el mercado debido a su gran variedad de productos de consumo humano, la diversidad de clientes que adquieren productos de primera necesidad para abastecer sus hogares cada vez es más alta. Quick Sales es una empresa dedicada al manejo de estos productos mediante canastas básicas y personalizadas, las cuales son accesibles por medio de una página web y entregados por puntos móviles hacia el cliente final manteniendo la calidad del servicio. Actualmente la mayoría de las comercializadoras en la ciudad de Quito no cuentan con un sistema de entrega a domicilio mediante página web lo que es un factor muy favorable para la empresa, ya que el negocio se maneja con recursos tecnológicos muy buenos en el mercado, gracias a su facilidad de compra y comodidad para los consumidores. El negocio está conformado por un gran equipo de trabajo que tiene muy claro que se va a realizar en la organización y que metas se deben cumplir, la empresa cuenta con su mercado el cual ya está totalmente definido, el grupo organizacional y las diferentes áreas que ayudan a cumplir al buen funcionamiento y objetivos de la empresa, por otra parte se cumple con los estándares de calidad establecidos, permisos de funcionamiento y permisos legales dispuestos para su estructuración, la empresa usa una metodología cuantitativa la que se ve reflejada en el estudio de las respectivas encuestas que ayudaron a obtener el cliente potencial y la aceptación del servicio. Finalmente se realiza un plan financiero en el que se detalla la inversión para comenzar a funcionar, los egresos e ingresos planteados por la empresa en donde se ve reflejado la viabilidad del negocio, obteniendo indicadores como el VAN que es de \$131.758,00 dólares y un TIR del 76%

PALABRAS CLAVE: Comercializadoras, consumidores, consumo, canasta básica

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

THEME: "BUSINESS PLAN TO CREATE A MARKETING COMPANY OF BASIC PRODUCTS WITH MOBILE SALE POINTS AND HOME DELIVERY SERVICE IN THE URBAN AREA OF THE DMQ, 2020".

AUTHOR: Fernando Andrés Mora Vélez

TUTOR: Ing. Paulina Ponce.

ABSTRACT

Nowadays the food sector is one of the industries with higher demand in the market due to its wide variety of products for human consumption, the diversity of customers who purchase basic products to supply their homes is increasingly high. Quick Sales is a company engaged in handling these products through basic food baskets and customized which are accessed by a web page and delivered to the final customer by mobile points, keeping the quality of service. In Quito city, most current marketers do not have a home delivery system through a website, which is a very favorable factor for the company, since the business is managed with very good technological resources in the market, thanks to its ease of purchase and convenience for consumers. The business is made up of a great work team that is very clear about what is going to be done in the organization and what goals must be met, the company has its market which is already fully defined, the organizational group and the different areas that help to comply with the proper functioning and objectives of the company, on the other hand, the established quality standards, operating licenses and legal permits arranged for its structuring are met, the company uses a quantitative methodology which is reflected in the study of the respective surveys that helped to obtain the potential customer and the service acceptance. Finally, a financial plan is made detailing the investment to start operating, the expenses and income raised by the company where the viability of the business is reflected, obtaining indicators such as the NPV which is \$ 131,758.00 dollars and a 76% IRR.

KEY WORDS: Marketers, consumers, consumption, basic food basket

INTRODUCCIÓN

Actualmente las comercializadoras venden de manera directa al consumidor, pero tenemos negocios que realizan las entregas a domicilio los cuales son muy pocos, estos no están totalmente actualizados en el mercado por lo que el negocio tiene gran ventaja en el factor tecnológico ya que se maneja mediante una página web para los pedidos de las canastas básicas y personalizadas, también tenemos puntos móviles propios que se encargan de la entrega de los pedidos de forma eficiente y con buen calidad.

El presente plan de negocios tiene como objetivo crear una comercializadora la cual se dedica a la venta de productos de primera necesidad mediante puntos móviles, en donde el pedido se hará tanto de manera directa o por medio de una página web para facilidad y comodidad del cliente.

Este documento comprende de 5 capítulos que se detallan a continuación.

Área de Marketing: En esta área consta la definición y especificación del producto, como son las 4 p's, su respectivo estudio de mercado, su plan de muestreo, segmentación del mercado y la demanda de clientes potenciales que va a tener la empresa.

Área de Producción: Se analizan los procesos desde los pedidos del producto en percha por medio de la plataforma digital hasta su llegada con el respectivo transporte a cada uno de nuestros clientes potenciales.

Área de Organización y Gestión: Se detalla la razón de ser de la empresa, su respectivo análisis Foda, su organigrama y de qué manera se va a manejar la empresa.

Área jurídica legal: Aquí se establece las normativas correspondientes de la empresa los permisos legales para el funcionamiento, su respectivo ruc y los permisos municipales actuales.

Área Financiera: Comprende todos los estudios financieros que se hace en la empresa como son sus costos, gastos y sus ingresos que generan la respectiva rentabilidad.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para una empresa Comercializadora de productos de primera necesidad con puntos de ventas móviles y servicio de entrega a domicilio en la zona urbana del DMQ, mediante herramientas investigativas las cuales ayuden a estructurar el presente negocio y así lograr su buen funcionamiento y generar beneficios hacia la sociedad.

Objetivos específicos:

- Realizar el respectivo estudio de marketing mediante un plan de muestreo, estudio del mercado, la demanda y la oferta, para ayudar a introducir el negocio a un nuevo mercado.
- Estudiar los debidos procesos del servicio y la distribución de los mismos, detallando los flujogramas, mapas de procesos y su respectivo sistema de distribución y funcionamiento de la empresa, para lograr obtener el ciclo de gestión de funcionamiento del negocio.
- Detallar la razón de ser de la empresa realizando su respectiva estructura, organigrama, Foda y con esto obtener de qué manera va a funcionar y a estar organizado el negocio.

- Ejercer la normativa legal mediante los documentos legales correspondientes, para la creación de un “plan de negocios que tiene como objeto social la comercialización y distribución de productos de primera necesidad mediante puntos móviles estratégicos a domicilio en DMQ.
- Desarrollar un estudio financiero con sus respectivos costos, gastos y sus ingresos, los cuales serán detallados con el fin de obtener la rentabilidad del negocio

CAPÍTULO I

AREA DE MARKETING

1.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DEL MERCADO

Realizar el respectivo estudio de marketing mediante un plan de muestreo, estudio del mercado, la demanda y la oferta, para ayudar a introducir el negocio a un nuevo mercado.

1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.2.1. Especificación del Servicio o Producto.

Los productos que se ofrecen son canastas básicas que constan de productos perecibles y abastos y a su vez estas son personalizadas por el mismo cliente las que podrán ser adquiridas mediante una página web a un costo totalmente cómodo, y a su vez será entregado mediante los puntos móviles de forma rápida y segura.

Según (Travez, 2019) "Punto móvil es considerado como el medio de transporte para la entrega a domicilio de productos de primera necesidad hasta el cliente final".

Los productos perecibles son aquellos que comienzan una descomposición de forma sencilla y rápida por factores como la humedad, el aire y la calidad microbiana mientras tanto los productos no perecibles son aquellos productos que dependen de otros factores para su descomposición como: accidente, mal manejo de este y fecha de caducidad (Andrade, 2019).

A continuación, se describe una tabla sobre una canasta en general es decir una canasta básica.

Tabla 1 Descripción de canasta básica

Descripción del artículo	Detalles	Detalle de los precios.
La canasta es una general que contiene artículos de primera necesidad.	Aceite	1,20
	Arroz	2,15
	Azúcar	1,00
	Sal	0,45
	Cocoa	1,10
	Fideos	1,10
	Lenteja	0,45
	Atún	1,05
	Harina	0,65
	Avena	0,60
Leche	0,60	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Anteriormente se detalló una canasta básica en la cual se describe los productos que están en la misma, como punto adicional los clientes podrán adquirir canastas personalizadas mediante la página web la cual es accesible para los clientes con la mejor forma de pago y a precios cómodos.

Tabla 2 Característica del producto

CARACTERÍSTICAS	BENEFICIOS
1.-Atención directa con el cliente.	1.-Los requerimientos de los diferentes productos son de excelente calidad.
2.-Diversidad de productos en percha para clientes.	2.-Promociones de ofertas para los diferentes clientes que adquieran los productos.
3.-Entrega a domicilio de los productos en un horario flexible para los clientes.	3.-Entrega de los productos a un precio bajo y de calidad.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

La comercializadora a través de un sistema de publicidad tanto en redes sociales y páginas web, nos ayudará a dar el servicio de entrega a domicilio mediante un transporte motorizado a precios accesibles para el consumidor, en un horario de 6:00 am hasta las 21:00 pm. (Bolívar, 2016)

1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Existen diferentes comercializadoras en el sector de Calderón que entregan el servicio de ventas de productos de primera necesidad, pero no se encuentran muchas que ofrezcan el servicio a domicilio en un horario flexible ya que su horario es establecido en un promedio de 8 horas, pero esto afecta a los clientes de manera directa por que son compradores que necesitan adquirir sus productos, pero no lo pueden realizar por su labor, llegan demasiado tarde a sus respectivos hogares lo que complica la adquisición de estos, por lo tanto esta comercializadora entrega los productos de forma directa y a su vez mediante una página web la cual ayuda a facilitar los pedidos de los clientes que serán entregados a través de un motorizado en un lapso de un tiempo exacto.

Adicionalmente se consiguió información de tres Comercializadoras que serían la competencia directa ya que comercializan productos parecidos.

Comercializadora Humberto, Comercializadora Margarita, Comercializadora León. Los tres negocios mencionados actualmente en este año 2020 empezaron a entregar a domicilio por el covi-19, pero solo lo van a hacer por esta temporada, y otro aspecto principal es que las entregas no son secuenciales, esto quiere decir que probablemente no continuaran con este servicio.

En conclusión, esta empresa está totalmente diferenciada de la competencia ya que tenemos el manejo de los pedidos por página web la cual es muy amigable para el cliente, donde personaliza sus productos de una manera fácil y sencilla, la entrega de los pedidos se hace mediante motorizados propios del negocio para mantener un control de calidad a la hora de ser entregados los mismos, mediante esto se mantiene un cliente satisfecho para la empresa.

1.3 DEFINICIÓN DEL MERCADO

Según (Gallerano, 2018) menciona que el mercado es “Un conjunto de personas, individuales u organizadas que necesitan un producto o servicio determinado, que desean comprar y tienen la capacidad económica y legal de hacerlo”.

El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. (Reales, 2016)

1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.

Los productos van dirigidos a familias, organizaciones y sociedades, los consumidores satisfacen sus necesidades fisiológicas mediante el abastecimiento de nuestro producto de calidad.

Aquí se busca algo diferente al comprar estos productos como lo son buenos precios y la entrega a domicilio que se va a otorgar, los clientes principales que son las familias están siempre abasteciendo sus hogares con productos de prioritarios para el hogar, el rango de edad de nuestros compradores esta entre los 18 a 60 años del sector de Calderón y la decisión de compra es muy importante para la empresa ya que se venderá calidad a un precio justo.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

Los consumidores potenciales de este negocio son las familias que adquieren de forma directa el servicio.

Tabla 3 Categorización de Sujetos

CATEGORÌA	SUJETO
¿Quién compra?	Jefe de Hogar.
¿Quién usa?	Familias, Diferentes Consumidores.
¿Quién decide?	Jefe de hogar, Familias.
¿Qué influye?	Sociedad en General.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.3.1.2. Estudio de Segmentación

Tabla 4 Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD	Básica, alimentación
TIPO DE COMPRA	Comparación
RELACION CON LA MARCA	Si
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO	Positiva

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 5 Dimensión Geográfica

Variable	Descripción	N.- de Habitantes
País	Ecuador	14.483.499
Región	Sierra	6.081.342
Quito	Pichincha	2.576.287
Parroquia	Calderón	162.915.00

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: El autor

Para poder trabajar con un dato más real, se proyecta la población de la parroquia de Calderón, basada en los datos del último censo aplicado por el Inec en el año 2010, mostrando una población de 162,915 habitantes, los mismos que son divididos para el promedio de 4 que es la base de familias consideradas en el Ecuador obteniendo un resultado de 40.728 familias y para realizar la respectiva proyección se utiliza la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia que es de 3,24% dando un total de 54.266 familias, siendo la población total que se va a utilizar para calcular la muestra.

Tabla 6 Proyección de la parroquia Calderón

	AÑO	POBLACIÓN	CRECIAMIENTO PROMEDIO(i)	i+1	TASA PROYECTADA (i+1)^n	Co(1+i)^n
2010	0	40.728	3,24%	103,24%	1,00	40.728
2011	1	40.728		103,24%	1,03	42.048
2012	2	40.728		103,24%	1,07	43.410
2013	3	40.728		103,24%	1,10	44.816
2014	4	40.728		103,24%	1,14	46.268
2015	5	40.728		103,24%	1,17	47.768
2016	6	40.728		103,24%	1,21	49.315
2017	7	40.728		103,24%	1,25	50.913
2018	8	40.728		103,24%	1,29	52.563
2019	9	40.728		103,24%	1,33	54.266
2020	10	40.728		103,24%	1,38	56.024
2021	11	40.728		103,24%	1,42	57.839
2022	12	40.728		103,24%	1,47	59.713
2023	13	40.728		103,24%	1,51	61.648
2024	14	40.728		103,24%	1,56	63.645

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: El autor

Tabla 7 Dimensión demográfica

Variable	Descripción
Sexo	Indistinto
Educación	Indistinto
Nivel socioeconómico	Medio-Medio alto
Población	54.266 familias

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: El autor

1.3.1.3. Plan de muestreo

Para la determinación de la muestra se considera que se conoce el universo de sujetos obligados en base a los cuales se aplicará el instrumento de recolección de información, y considerando que es una población finita y se aplicará la siguiente fórmula, ya que se trabajó con la muestra total de la ciudad de Quito.

Equivalencias Datos

n = Tamaño de la muestra.

n = Personas propietarias de vehículos.

Z = Nivel de confiabilidad.

Z = Para 95% de confianza, Z = 1,96

P = Probabilidad de ocurrencia.

P = 50%

Q = Probabilidad de no ocurrencia.

Q = 50%

N = Población o universo.

N = 40.728.75

e = Error de la muestra (5%)

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 54,266}{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 + (54.266)(0,05)^2}$$

$$= 381 \text{ Familias}$$

El resultado final de la muestra es de 381 lo que será el punto base para las encuestas.

1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información

Objetivo específico: Analizar el entorno de la empresa

Tabla 8 Método de Recolección del Entorno

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Información del macroentorno	Secundaria	Artículos científicos, libros, Páginas web.	Servicios Agrupados
		Artículos científicos, libros, Páginas web.	Servicios Agrupados
Microentorno	Secundaria	Artículos científicos, libros, Páginas web.	Servicios Agrupados
Empresa	Primaria	Encuesta, entrevista, observación.	Servicios Agrupados

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Objetivo Estratégico: Determinar la demanda insatisfecha y caracterizar producto a elaborar.

Tabla 9 Métodos de Recolección del mercado

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	Inec	Servicios Agrupados
Conocer las empresas competidoras	Secundaria	Páginas Web	Servicios Agrupados
Conocer las características del sector	Secundaria	Páginas Web	Servicios Agrupados
Demanda del producto	Secundaria	Páginas Web	Servicios Agrupados
Preferencias de los consumidores	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Objetivo Estratégico: Caracterizar el producto a elaborar.

1.3.2.1 Diseño y recolección de información.

DESARROLLO DE INSTRUMENTOS

INFORMACION SECUNDARIA

Servicios Agrupados:

- **Necesidad 1:**

Información del macroentorno: Aquí se encuentran factores externos que pueden afectar a la empresa tales como demográficos, económicos, culturales, tecnológicos, legales o políticos. (Torreblanca, 2014)

En la empresa Quick Sales se tiene diferentes factores que pueden afectar al negocio, uno de ellos es el factor político como el alza de precios, esto perjudica directamente a la empresa debido a que se debe ajustar el precio a uno nuevo, por lo tanto se realiza un estudio detallado del macroentorno para saber cómo se están manejando estos factores y estar preparado con una estrategia de solución

- **Necesidad 2:**

Microentorno: Es el funcionamiento de la empresa como se desarrolla sus operaciones y su trato con los diferentes factores como: clientes, competidores y proveedores. (Franquet, 2017)

La empresa Quick Sales realiza estudios sobre el microentorno para lograr plantear estrategias de clientes, competidores y proveedores, actualmente se tiene la aceptación de familias que es el cliente potencial para la venta, como competidores se obtienen comercializadoras pequeñas del sector y afiliaciones directas con mayoristas para el abastecimiento de productos.

- **Necesidad 3:**

Determinar el mercado potencial: Se realizará un estudio sobre las personas que puedan adquirir el servicio o producto es decir conseguir ese pequeño nicho de mercado en donde puede empezar la empresa a generar utilidad y competitividad en el mercado. (Pacheco, 2020)

Para determinar el mercado potencial la empresa Quick Sales realiza un estudio sobre el sector de Calderón para determinar las familias que pueden adquirir los productos.

- **Necesidad 4:**

Conocer las empresas competidoras: Realizar el respectivo estudio de las empresas que puedan ofrecer un producto o servicio parecido. (Gil, 2018)

Las empresas competidoras de este negocio son muy pequeñas ya que hablamos de un sector rural, en donde los dueños de otras comercializadoras no se han adaptado a nuevas tendencias tecnológicas.

- **Necesidad 5:**

Características del sector: Obtener información detallada sobre el sector que se va a ofrecer el servicio o producto para poder generar un negocio rentable y estable. (García, 2017)

Para obtener una información detallada sobre el sector se analiza las diferentes comercializadoras las cuales se encuentran años en el mismo y el impacto que generara la empresa Quick Sales como nuevo competidor en el mercado.

- **Necesidad 6:**

Demanda del producto: Determinar en el mercado que necesita del servicio , o el producto establecido para lograr tener un mercado potencial el cual genere estabilidad para el negocio. (Argudo, 2020)

Como se había mencionado anteriormente el mercado potencial para la empresa son las familias que se abastecen de productos de primera necesidad, y esto genera una gran demanda para la empresa.

Encuesta:

Según (Rodríguez, 2017) La encuesta “Es un método utilizado que nos ayuda a dar respuestas a los problemas en términos descriptivos, después de realizar una recolección de datos de forma sistemática, según un diseño establecido para validar la información obtenida”

Diseño de la encuesta:

1. Objetivo:

El presente estudio tiene como objetivo determinar la adquisición de productos de primera necesidad con puntos de ventas móviles y servicio de entrega a domicilio en el sector de Calderón.

2. CUESTIONARIO:

Objetivo:

I. Información general:	
Nombre: _____	Teléfono: _____
Dirección: _____	
Ocupación:	
Edad	Genero: M F
II. DEMANDA DEL SERVICIO	
1.- ¿Realiza compras y pedidos por página web?	
a) Si	
b) No (Termina la encuesta.)	
2.- ¿En qué lugar realiza sus compras de primera necesidad?	
a) Tiendas	
b) Supermercados.	
c) Mercados	

<p>3.- ¿Con que frecuencia realiza sus compras de primera necesidad ?</p> <p>a) Quincenal</p> <p>b) Semanal</p> <p>c) Mensual</p>
<p>4.- ¿Cuánto dinero gasta mensual en sus compras de primera necesidad?</p> <p>a) \$25.00-80.00</p> <p>b) \$80.00-200.00</p> <p>c) \$200.00-500.00</p>
<p>5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de entrega a domicilio?</p> <p>a) \$2,00</p> <p>b) \$2,50</p> <p>c) \$3,00</p>
<p>6.- ¿Cuándo se entera de alguna comercializadora bodega u otro negocio lo hace mediante?</p> <p>a) Correo</p> <p>b) Redes Sociales</p> <p>c) Prensa escrita</p>
<p>7.- ¿Qué forma de pago utiliza a la hora de realizar sus compras de primera necesidad?</p> <p>a) Tarjeta de débito.</p> <p>b) Tarjeta de crédito.</p> <p>c) Efectivo.</p>
<p>8.- ¿Cuánto gasta en transporte cuando va a adquirir sus productos de primera necesidad?</p> <p>a) \$1,00</p> <p>b) \$1,50</p> <p>c) \$2,00</p>

9.- ¿ Le gustaría que existiera una Comercializadora en el sector de Calderón que ofrezca productos a domicilio?

a) Si

b) No.

Fin de la Encuesta

Observaciones:

Nombre del encuestado

Supervisor

Firma:

Fecha: _____

Validado

Si

No

La herramienta digital que se usará para la encuesta la cual será vía online es llamada SURVEY MONKEY.

Tabla 10 N.-1 ¿Realiza compras y pedidos por página web?

Opciones	Frecuencia	%
Si	306	80.31
No (Termina la encuesta)	75	19.68
Total:	381	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

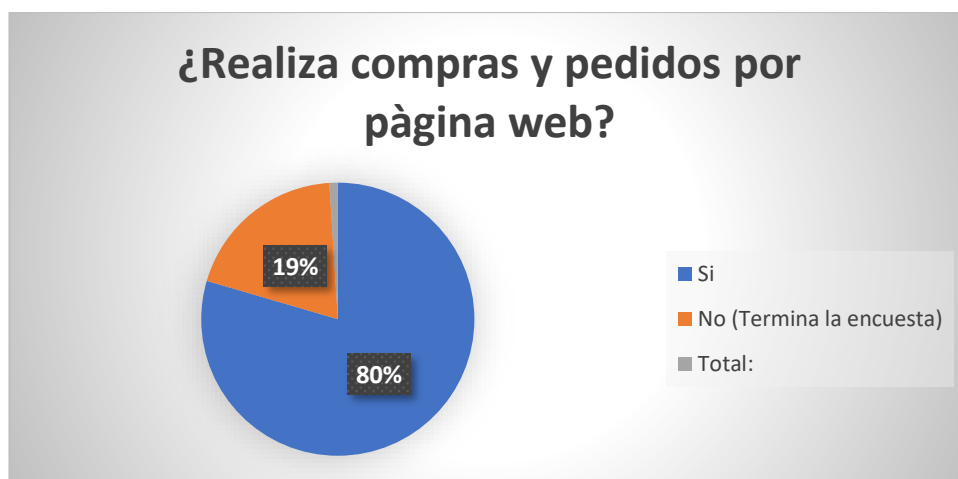


Ilustración 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis: El 80% de las personas dice que si realizan compras y pedidos por página web lo que es puntual para iniciar el negocio y el 19.68% dice que no por lo que no es un mercado potencial.

Interpretación: Se obtiene como resultado que hay gran demanda para el servicio de los pedidos por página web ya que se tiene el 80% de aceptación, esto ayudará a iniciar el negocio y a poder dar ejecución al sistema de la plataforma digital la que da opciones para el registro del cliente y el pedido de las canastas personalizadas a un precio muy económico.

Tabla 11 Pregunta N.-2 ¿En qué lugar realiza sus compras de primera necesidad?

Opciones	Frecuencia	%
Tiendas	70	22.87
Supermercados	181	59.15
Mercados	55	17.97
Total	306	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

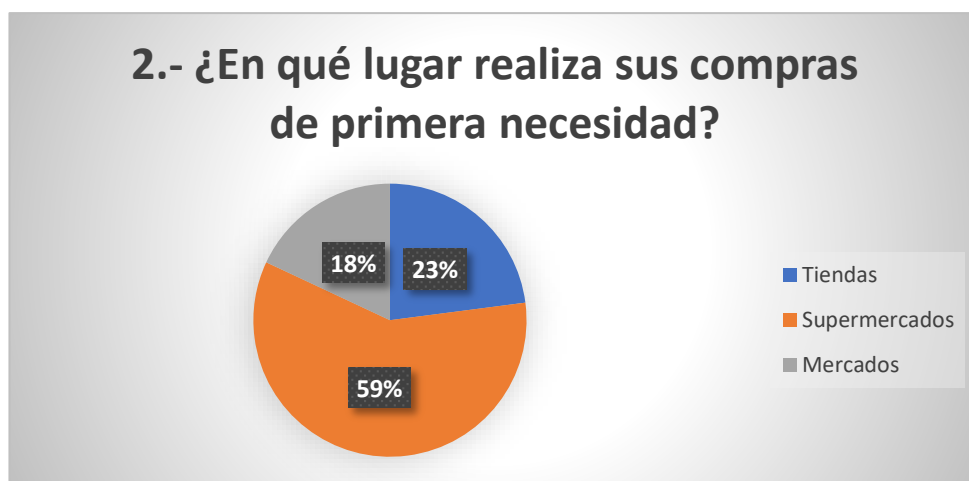


Ilustración 2 Pregunta N° 2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis: El 18% de las personas compran en mercados lo que es un porcentaje bajo , el 59% de las personas compran en supermercado y el 23% compran en tiendas.

Interpretación: Él cliente potencial que tiene el negocio es en el supermercado ya que la mayoría de las familias se abastecen de producto de primera necesidad en esos lugares, por lo tanto esta empresa facilitara estas compras realizando canastas básicas y personalizadas para que el consumidor las pueda adquirir desde la comodidad de su hogar , mediante una página web y puntos móviles que faciliten la llegada de los productos.

Tabla 12 3.- ¿Con que frecuencia realiza sus compras de primera necesidad?

Opciones	Frecuencia	%
a.-Quincenal	231	75.50
b.-Semanal	60	19.60
c.-Mensual	15	4.90
Total	306	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor



Ilustración 3 Pregunta N° 3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis: El 75% de las personas compra de manera quincenal, el 20% semanal y el 5% Mensual.

Interpretación: Aquí podemos observar que el 75% de las personas compran quincenal por lo tanto la frecuencia de compra es de dos veces por mes, lo que genera más demanda de clientes para el negocio y utilidad para el mismo ya que la empresa se encuentra en un sector totalmente comercial en donde la influencia de clientes es alta.

Tabla 13: 4.- ¿Cuánto dinero gasta mensual en sus compras de primera necesidad?

Opciones	Frecuencia	%
a.-\$25.00-80.00	35	11.43
b.-\$80.00-200.00	261	85.30
c.-\$200.00-500.00	10	3.26
Total	306	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor



Ilustración 4 Pregunta N° 4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis: El 85% gastan entre \$80.00 y \$200.00 , el 11% de las personas gastan entre\$25,00 y \$80.00 y el 3% entre \$200.00 y \$500.00

Interpretación: Se puede observar que la mayoría de las personas compran en un rango alto como es \$80.00 y \$200.00 esto es un numero adecuado de consumo por parte de los clientes lo que generará rentabilidad y utilidad para el negocio, por otra parte esto ayudará a generar más producción de canastas tanto básicas como personalizadas y se obtendrá un margen de utilidad totalmente alto.

Tabla 14 5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de entrega a domicilio?

Opciones	Frecuencia	%
a.-\$2.00	231	75.50
b.-\$2.50	50	16.33
c.-\$3.00	25	8.16
Total	306	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

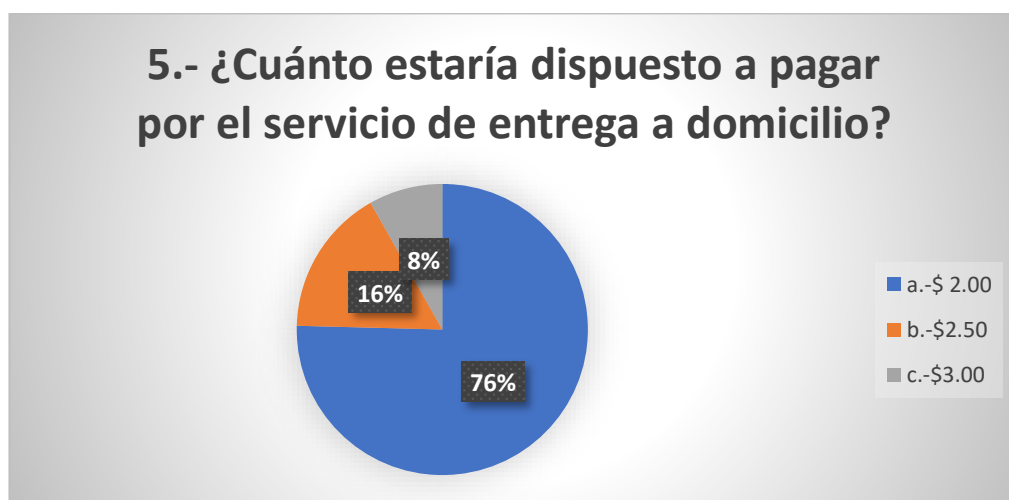


Ilustración 5 Pregunta N° 5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis: El 76% dice que \$2.00 , el 16% 2.50 y el 8 % %3.00.

Interpretación: La entrega a domicilio puede comenzar con un pago de \$2.00 pero con el tiempo se puede alcanzar una cuota más alta dependiendo el crecimiento del negocio y la acogida y fidelización de más consumidores, por el momento el negocio tiene sus propios puntos móviles los que trasladan las canastas de forma gratuita sin ningún costo.

Tabla 15 6.- ¿Cuándo se entera de alguna comercializadora u otro negocio lo hace mediante?

Opciones	Frecuencia	%
a.-Correo.	45	14.70
b.-Redes Sociales	235	76.80
c.-Prensa escrita	26	8.50
Total	306	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor



Ilustración 6 Pregunta N.-6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis: El 15% dice que, por correo, el 77% por redes sociales, y el 8% por celular.

Interpretación: La mayoría de los clientes tienen una aceptación por redes sociales para la publicidad, lo que es un apoyo para el negocio ya que este medio es el más directo para ganar consumidores fijos para la empresa, como otro punto las redes sociales son un sistema totalmente accesible tanto en precio como en manejo para obtener un marketing competitivo en el mercado actual.

Tabla 16 7.- ¿Qué forma de pago utiliza a la hora de realizar sus compras de primera necesidad?

Opciones	Frecuenci	
	a	%
a.-Tarjeta de débito.	226	73.85
b.-Tarjeta de crédito.	60	19.60
c.-Efectivo.	20	6.53
Total	306	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

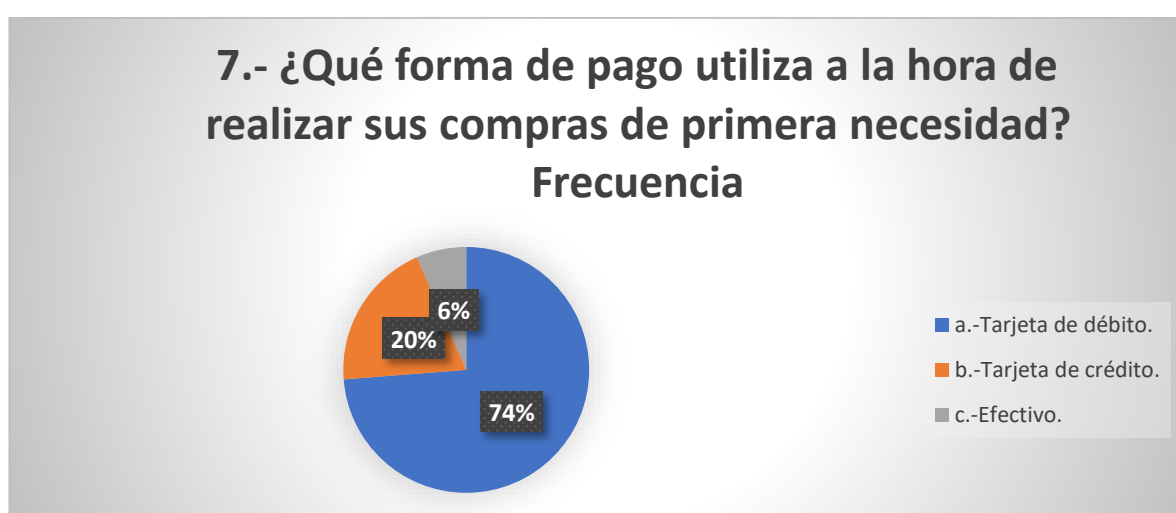


Ilustración 7 Pregunta N.-7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis: El 20% realizaría su pago por tarjeta de crédito, el 74% con tarjeta de débito y el 6% en efectivo

Interpretación: La mayoría de los clientes cancelan con tarjeta de débito lo que genera una forma de pago más rápida y segura para el cliente, por su factibilidad la tarjeta de débito es la que más se usa para generar una compra actualmente en el mercado por lo que se gestionara una forma de pago de este medio en la página web de la empresa.

Tabla 17 8. - ¿Cuánto gasta en transporte cuando va a adquirir sus productos de primera necesidad?

Opciones	Frecuencia	%
a.-\$1.00	201	65.68
b.-\$1.50	95	31.04
c.-\$2.00	10	3.26
Total	306	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor



Ilustración 8 Pregunta N.-8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis: El 66% gasta en transporte \$1.00, el 31% se paga con \$1.50 y el 3% \$2.00.

Interpretación: Se observa que el transporte ocupa un gasto hasta de 2\$ diarios lo que conlleva un gasto adicional para el cliente, los puntos móviles del negocio resolverán este problema de forma segura y rápida para tener clientes totalmente satisfechos en la empresa.

Tabla 18 9.- ¿Le gustaría que en el sector de Calderón existiera una Comercializadora que ofrezca productos a domicilio?

Opciones	Frecuencia	%
a.-Si	291	95.09
b.-No.	15	4.90
c.-Fin de la Encuesta.		
Total	306	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

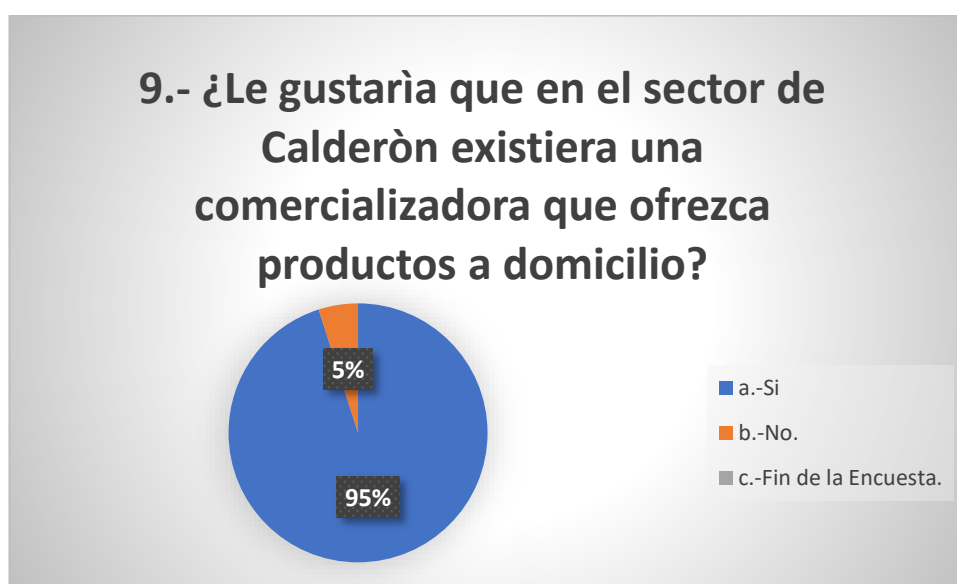


Ilustración 9 Pregunta N° 9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El autor

Análisis: El 95% dice que si, el 5% No y lo que conlleva a que termina la encuesta.

Interpretación: los clientes están totalmente de acuerdo con una comercializadora que entregue los productos a domicilio ya que es más cómodo para el consumidor y accesible por los precios y promociones que se ofrece de manera directa y por medio de la página web.

Conclusión de la Encuesta:

En conclusión, se puede observar en la tabla N.-19 que existe un alto porcentaje de aceptación en el mercado lo que es esencial para continuar con el proyecto ya que representa viabilidad de este.

1.3.2 Demanda Potencial.

Concepto de Demanda Potencial:

La demanda potencial es el tamaño total del mercado para un producto en un momento específico. Representa el límite superior del mercado para un producto. Generalmente se mide por el valor de las ventas o el volumen de ventas. Por tanto, se refiere al volumen máximo de ventas de cualquier producto o servicio en un mercado determinado, antes que el producto o servicio alcance la saturación del mercado. (Helmut Sy Corvo, 2019)

Para la demanda actual se usarán los ingresos de las siguientes Comercializadoras Comercializadora Humberto, Comercializadora Margarita y Comercializadora León, el ingreso de ventas del 2019 de cada empresa será dividido para \$20.00 ya que es un promedio de una canasta básica a continuación se detalla del proceso realizado: Comercializadora Humberto $\$180,000/20$, Comercializadora Margarita $\$72,000/20=y$ Comercializadora León $\$46,800/20$.

Tabla 19 Demanda Potencial

Empresas	Unidades.- de canastas
Comercializadora Humberto	9,000.00
Comercializadora Margarita	3,600.00
Comercializadora León	2,340.00
Total de unidades de canastas	14,940.00

Fuente: (Ekos, 2020)

Elaborado por: El autor

A continuación, se obtiene el total de unidades de las comercializadoras el cual es de 14,940,00 unidades de canastas entregadas mediante la prestación de servicio a domicilio continuación será multiplicado por el porcentaje de aceptación de la pregunta filtro.

$$14,940,00 \times 80\%$$

=11,952,00 dan como resultado la venta de unidades anual, mediante la prestación de servicio a domicilio que realizan estas empresas.

A continuación, la tendencia de la demanda será proyectada mediante la cantidad de prestaciones de servicios de cada empresa la cantidad de unidades producidas por las empresas y será remplazado en la fórmula de valor futuro, para poder conseguir la demanda de años siguientes:

$$\text{Formula valor futuro} = CO = (1 + i)^0$$

A continuación, se detalla las formula de valor futuro para la proyección de la demanda:

$$VF = CO(1 + i)^1$$

$$VF = 11952(1 + 1.56\%)^1$$

$$VF = 12138.45(1 + 1.56\%)^2$$

$$VF = 12520.12(1 + 1.56\%)^3$$

$$VF = 13115.25(1 + 1.56\%)^4$$

$$VF = 13953(1 + 1.56\%)^5$$

$$VF = 15075.82(1 + 1.56\%)^6$$

$$VF = 16543.11(1 + 1.56\%)^7$$

A continuación, se estructura la tabla de la tendencia de la demanda con los datos respectivos en unidades de prestaciones de servicio a domicilio de canastas.

Tabla 20 Tendencia de la demanda.

	X	Y	XY	X2
1	2019	11,952.00	11952	1
2	2020	12,138.45	24276.9024	4
3	2021	12,520.12	37560.37467	9
4	2022	13,115.25	52461.01984	16
5	2023	13,953.00	69764.9859	25
6	2024	15,075.82	90454.925	36
7	2025	16,543.11	115801.7602	49
28		95,297.76	402,271.97	140.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

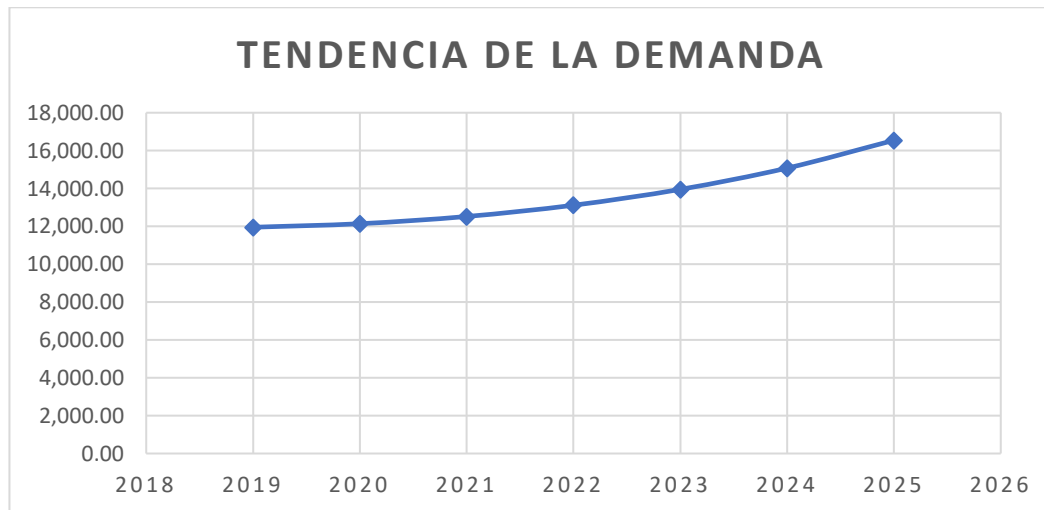


Ilustración 10 Proyección de la Demanda

Fuente: (Ekos, 2020)

Elaborado por: El autor

En la curva de la demanda se puede observar que este negocio tiene una alta demanda por lo que esta industria tiene un gran consumo por parte de los diferentes clientes potenciales.

1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE

1.4.1 Análisis del microambiente

Siempre se tiene que estar analizando todos los micro factores que afectan a la empresa, la toma de decisiones y el rendimiento empresarial de una organización y lo que esto puede afectar a obtener ganancia y su respectiva rentabilidad.

1.4.1.1 Las cinco fuerzas Porter

Las fuerzas portes son usadas para saber el nivel de competencia dentro de una industria, todo esto dependiendo del tipo de negocio, producto o servicio que se ofrece a continuación se desarrolla el siguiente mapa conceptual basado en la empresa.

Mediante las 5 fuerzas Porter se obtiene un análisis del nivel de competencia en la industria alimenticia, y como esto forma una ventaja en la empresa.

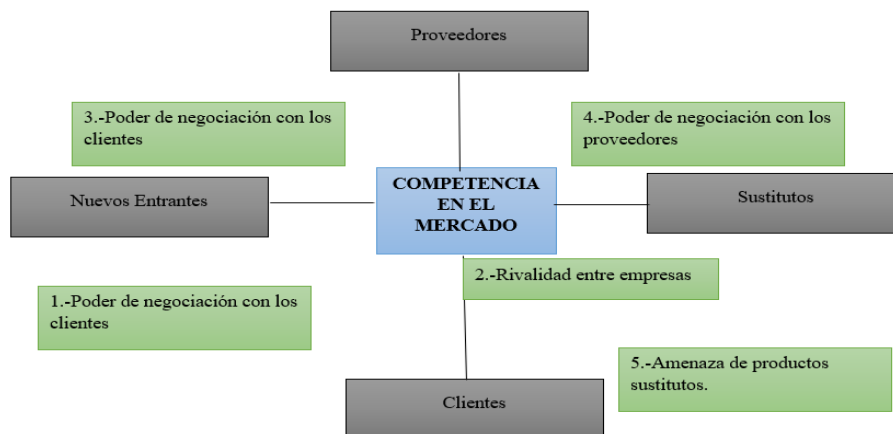


Ilustración 11 5 Fuerzas Porter

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

1.-Poder de negociación de los clientes: Los clientes son la razón de ser del negocio ya que mediante las promociones y los buenos precios que se ofrece se tendrá como resultados consumidores totalmente satisfechos.

2.-Rivalidad entre empresas: Hay una gran variedad de competencia sobre el giro de negocio, lo que es manejable ya que se ofrece un servicio adicional el cual es la venta directa con el cliente, esto es un punto muy fuerte frente a la competencia, ya que desde el manejo de la página web hasta recibir el pedido es algo totalmente ágil y rápido para el cliente.

3.-Amenaza de nuevos entrantes: Con el pasar del tiempo puede aparecer un negocio parecido al que se ofrece, pero esto no será inconveniente ya que manteniendo el buen servicio y la satisfacción de los clientes se obtendrá la rentabilidad necesaria.

4.-Poder de negociación con los proveedores: Se tiene un alto rango de negociación con los proveedores ya que se tiene alianza con mayoristas directos los que facilitan productos de calidad a un bajo precio ,y en el tiempo establecido para su despacho y adquisición.

5.-Amenaza de productos sustitutos: Actualmente no existe un producto o servicio que remplace a nuestro negocio ya que su manera de interactuar con el cliente es totalmente diferente a otras empresas.

1.4.2 Análisis del macroambiente.

Macroambiente

Este análisis es demasiado importante para la organización ya que verificar los factores externos se puede analizar que puede dañar a la empresa y a su vez poder obtener oportunidades y poder evitar las diferentes amenazas.

1.4.2.1 Análisis F.O.D.A

Tabla 21 Análisis de la Matriz Foda

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">-Se tiene conocimiento y práctica sobre el sector alimenticio .-Venta directa hacia el cliente.-Autofinanciamiento.-Servicio con herramientas de calidad.-Precios y promociones accesibles para los clientes.	<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none">-Fallas de proveedores.-Falta de productos para la venta.-Falla de procesos operativos-No tener una marca posicionada.
<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none">-Crecimiento rápido en el mercado-Confianza y fidelización de consumidores-Compras de maquinarias de calidad.-Demanda de clientes potenciales.	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none">-Proveedores trabajando con la competencia.-Leyes que afecten al giro del negocio.-La inflación alta en el país.-Publicidades engañosas del negocio.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

1.4.2.2 Matriz EFE

La matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE), se determina mediante un peso ponderado para cada una de las Oportunidades y Amenazas que son identificadas a un análisis de la matriz F.O.D.A que se mostrara a continuación

Tabla 22 Matriz EFE

FACTOR EXTERNO CLAVE <u>OPORTUNIDADES</u>	PESO	CALIFICACION	PONDERACIÓN
Crecimiento rápido en el mercado.	0,09	4	0,36
Leyes que afecten al giro del negocio	0,09	4	0,36
Compra de maquinaria de calidad	0,10	4	0,40
Demanda de clientes potenciales	0,09	3	0,36
AMENAZAS			
Falla de Proveedores	0,10	3	0,30
Leyes que afecten al giro del negocio.	0,11	2	0,22
Inflación alta en el país	0,15	2	0,30
Publicidades engañosas del negocio.	0,16	3	0,48
TOTAL	1		2,78

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Como se puede observar el resultado que se obtiene de la matriz es de 2,78 por lo que la empresa está haciendo un uso adecuado de las oportunidades y amenazas.

1.4.2.3 Matriz EFI

La matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI), es la encargada de determinar mediante un peso ponderado cada una de las Fortalezas y Debilidades que se encuentran en la matriz F.O.D.A.

Tabla 23 Matriz EFI

FACTOR EXTERNO CLAVE <u>FORTALEZAS</u>	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Se tiene conocimiento y práctica sobre el sector alimenticio.	0,27	4	1,08
Venta directa hacia al cliente	0,25	4	1,00
Servicios con herramientas de calidad.	0,10	4	0,40
Precios y promociones accesibles para los clientes	0,10	4	0,40
DEBILIDADES			
Falta de apoyo por parte del ente regulador.	0,05	3	0,15
Falta de productos para la venta.	0,05	3	0,15
Falta de procesos operativos	0,05	2	0,10
No tener una marca posicionada	0,13	3	0,39
TOTAL	1		3,67

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Como se puede observar el resultado de la matriz EFI es de 3,67 lo que da como conclusión que la empresa maneja de forma adecuada las fortalezas y debilidades.

Tabla 24 Matriz MPC (Plan de Contingencia)

	<u>DIRECT SALE</u>			<u>Comercializadora Margarita</u>		<u>Comercializadora León</u>	
	Peso	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado
<u>Factores críticos para el éxito</u>	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2
Participación en el mercado.	0,15	4	0,6	3	0,45	2	0,3
Competitividad en precios	0,15	4	0,6	2	0,3	2	0,3
Posición financiera	0,15	2	0,3	3	0,45	3	0,45
Calidad del producto	0,25	2	0,5	3	0,75	2	0,5
Lealtad del cliente	0,2	3	0,6	2	0,4	2	0,4
Total	1		2,9		2,55		2,15

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación Propia

Según los resultados de la matriz MPC se obtiene un análisis de 2,9 lo que refleja un resultado representativo ante la competencia ya que se maneja de forma correcta todos los factores críticos presentados en el cuadro anteriormente.

1.4.3 Proyección de la oferta.

Según (Economía, 2019) “La oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto”.

La proyección de la oferta se la realizara mediante la investigación de la oferta de las canastas por prestaciones de servicio a domicilio de la Comercializadora Don Humberto, Comercializadora Margarita, Comercializadora León, para cual se realizó un porcentaje de consumo y adquisición del servicio el cual fue del 50% .

Tabla 25Proyección de la oferta

<u>Empresas</u>	<u>Unidades</u>
Comercializadora Humberto	4,500.00
Comercializadora Margarita	2,160.00
Comercializadora León	1,980.00
<u>Total</u>	<u>8,640.00</u>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

A continuación, se detalla las formula de valor futuro para la proyección de la oferta:

$$VF = CO(1 + i)^1$$

$$VF = 8640(1 + 1.56\%)^1$$

$$VF = 8774.78(1 + 1.56\%)^2$$

$$VF = 9050.69(1 + 1.56\%)^3$$

$$VF = 9480.91(1 + 1.56\%)^4$$

$$VF = 10086.50(1 + 1.56\%)^5$$

$$VF = 10898.18(1 + 1.56\%)^6$$

$$VF = 11958.87(1 + 1.56\%)^7$$

A continuación, se estructura la tabla de la proyección de la oferta con los datos respectivos en unidades.

Tabla 26 Proyección de la Oferta

	X	Y	XY	X2
1	2019	8,640.00	8640	1
2	2020	8,774.78	17549.568	4
3	2021	9,050.69	27152.07808	9
4	2022	9,480.91	37923.6288	16
5	2023	10,086.50	50432.51993	25
6	2024	10,898.18	65389.10241	36
7	2025	11,958.87	83712.1158	49
28		68,889.95	290,799.01	140.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

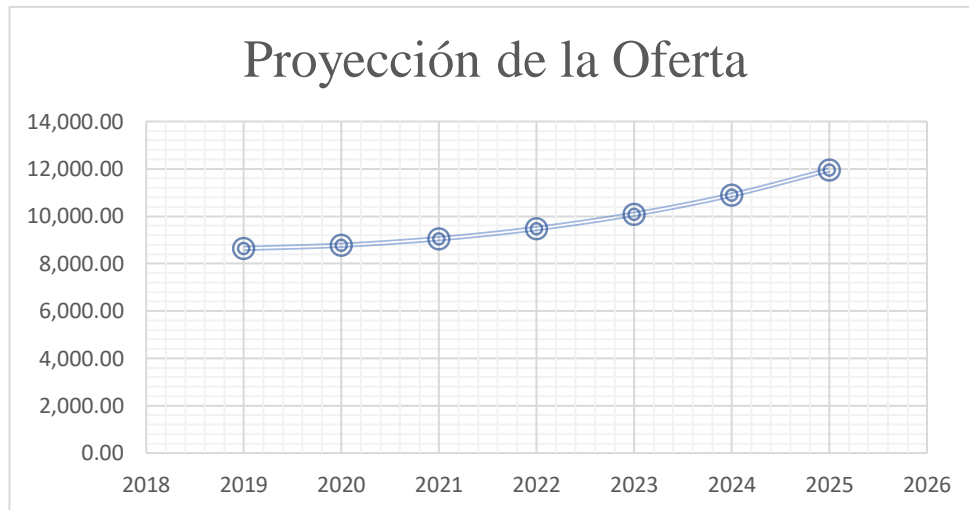


Ilustración 12 Proyección de la Oferta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Mediante la proyección de la oferta se obtiene como resultado que hay un mercado totalmente amplio para el negocio y su oferta es muy alta por lo que el negocio es totalmente rentable.

1.4.4 Demanda insatisfecha:

La demanda insatisfecha se obtiene considerando los resultados obtenidos en las proyecciones realizadas de la oferta y la demanda en las respectivas unidades, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 27 Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2019	11,952.00	8,640.00	3,312.00
2020	12,138.45	8,774.78	3,363.67
2021	12,520.12	9,050.69	3,469.43
2022	13,115.25	9,480.91	3,634.34
2023	13,953.00	10,086.50	3,866.50
2024	15,075.82	10,898.18	4,177.64
2025	16,543.11	11,958.87	4,584.24

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

En la demanda insatisfecha nos da como resultado las unidades que salen en los respectivos años posteriores.

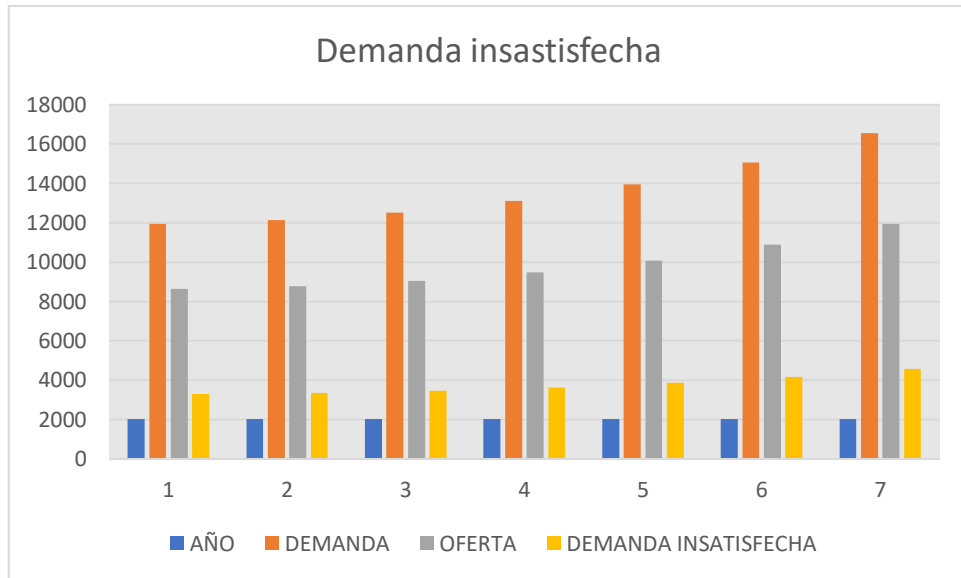


Ilustración 13 Demanda Insatisfecha

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.5 Promoción y publicidad que se realizara.

Con el fin de promocionar el negocio se establece los siguientes puntos que harán que la empresa salga a flote:

1.-Creación de una página web la que estará compuesta con toda la información del negocio a su vez se mostrará las promociones, beneficios y el respectivo lugar de sugerencias para nuestros respectivos clientes.

2.-Se promocionará por medio de redes sociales que es una forma de comercio electrónico para llegar de forma directa con los clientes potenciales.

Bosquejo de la página web: <https://disepi.wixsite.com/directsale>

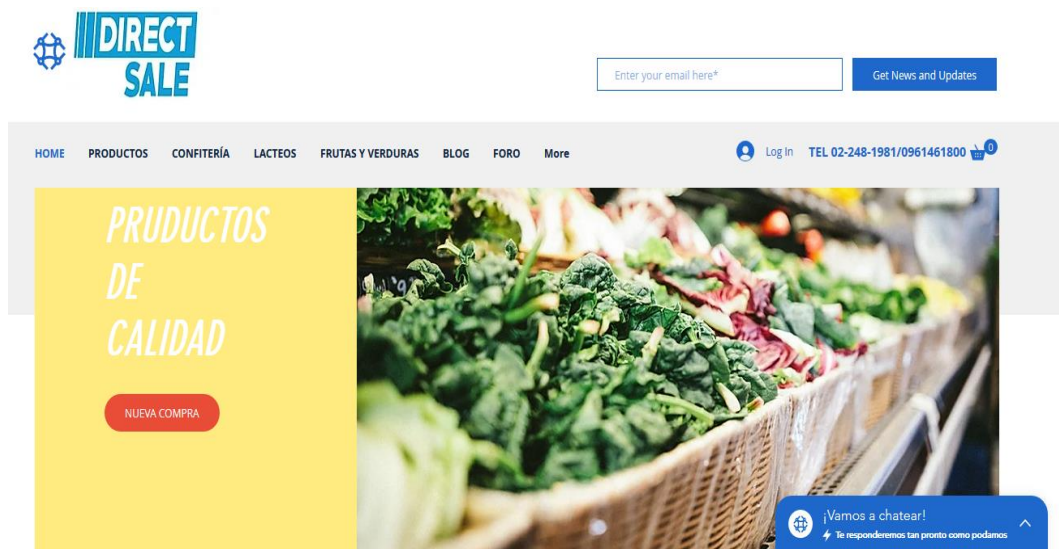


Ilustración 14Bosquejo de página web

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

1.5.1 Plan de Medios

1.5.1.1 Objetivos

Dar a conocer mediante las redes sociales a nuestros clientes como funciona el negocio con el fin de poder fidelizar una gran cantidad de consumidores y poder establecerse en el mercado.

1.5.1.2 Target

Las personas que son beneficiadas del respectivo servicio son las respectivas familias, empresas, es decir la sociedad ya que ayudaremos a abastecer productos de primera necesidad para cubrir todas las necesidades de los consumidores.

1.5.1.3 Estrategia

La estrategia planteada de la empresa es crear diferentes formas de llegar a los clientes entre eso está la página web y la ágil entrega por parte de los diferentes motorizados, mediante las redes sociales en donde nuestros consumidores logran sugerir algún cambio que no les guste o a su vez felicitar el beneficio y la calidad de los productos.

1.5.1.4 Medios

Los medios son digitales por lo tanto se podrá reunir toda la información de estos:

- Página web
- Redes Sociales
- Correo Corporativo

1.5.1.5 Presupuesto

Para poder cubrir el plan de medios se necesita tener un presupuesto que nos ayude a cumplir el objetivo.

Tabla 28 Presupuesto plan de medios

Medio	Cantidad	Costo Unitario	Total	Frecuencia	Costo Anual
Plan de Internet WIFI	1	28,00	28,00	Mensual	336,00
Página Web + Dominio + Hosting	1	10	10,00	Mensual	120,00
Tarjetas de presentación	42	2	84	Anual	84
TOTAL					540,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.5.1.6 Cronograma

A continuación, se muestra el cronograma de actividades.

Tabla 29 Cronograma de Actividades

Actividad	Herramientas	Frecuencia	Responsables
Administración de Página Web	Internet	Mensual	Gerente General
Publicidad Redes Sociales	Internet	Diario	Asistente
Correo electrónico empresarial	Internet	Diario	Administrativo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

1.6 Sistema de distribución a utilizar

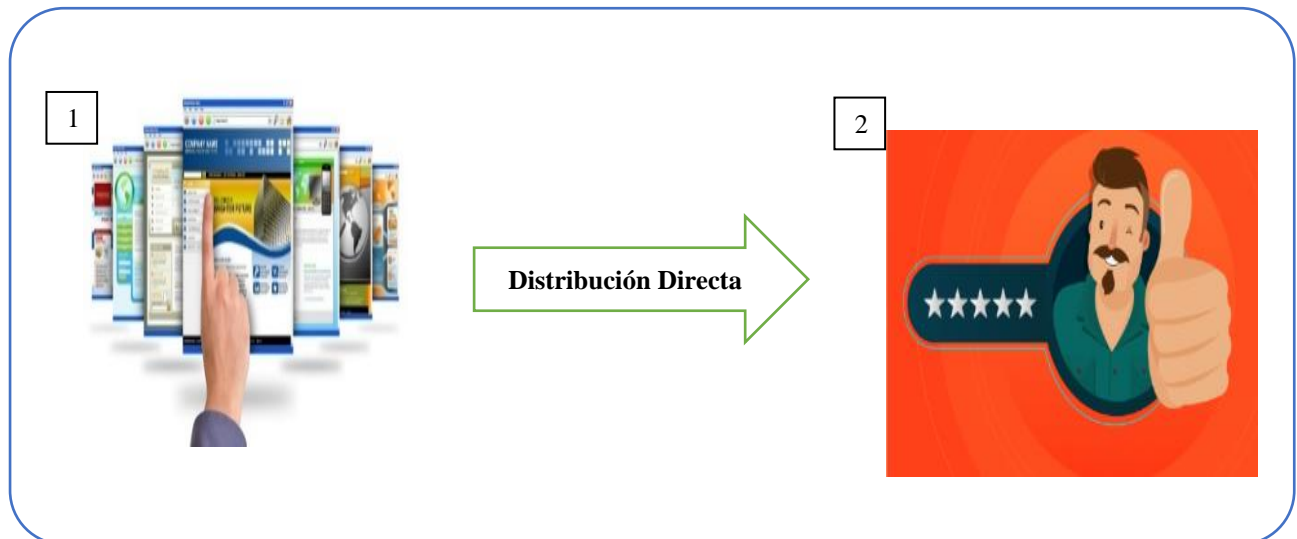


Ilustración 15 Sistema de Distribución

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

El sistema de distribución a utilizar será de forma directa con el cliente, se llegará mediante la página web al cliente final.

1.7 Seguimiento a clientes:

CRM son las siglas de Customer Relationship Management, que en español significa Gestión de Relaciones con Clientes. La definición de CRM es un software de empresa que sirve para tener todas las comunicaciones con clientes en un mismo sitio y accesible por todo el mundo en la empresa. (Suma CRM, 2020)

Qué es software CRM

En detalle, es un programa o aplicación en el que todas las conversaciones que cualquiera de tu empresa tenga con un cliente, ya sean emails, llamadas o reuniones, se guardan automáticamente en la ficha de dicho cliente. Esta ficha es accesible para todo el mundo y, además, sobre estas conversaciones se ponen notas internas y/o actividades con una fecha para hacer, asignadas a ti u otro compañero, consiguiendo así que se mejore muchísimo la productividad. (Suma CRM, 2020)

¿Cómo se aplicará este software para el negocio?

La herramienta CRM permite agilizar la forma de intercomunicación con los clientes, es decir, permite realizar un seguimiento del mismo agilizar los procesos de ventas y tener un cronograma de todas las actividades que se va a realizar , para mejorar el proceso del servicio y esta se haya completado con total éxito. (Suma CRM, 2020)

Existen varios tipos de CRM para su uso en una empresa, pero en este negocio solo se usarán dos en especial como son los siguientes:

Según (Suma CRM, 2020) un sistema CRM Operativo: “Se centra en la gestión del marketing, ventas y servicios al cliente. Todos estos procesos son denominados "Front Office" porque la empresa tiene contacto con el cliente”.

Según (Suma CRM, 2020) un sistema CRM Colaborativo: “Tiene la función de centralizar y organizar toda la información y los datos que el cliente proporciona a través de diferentes canales”.

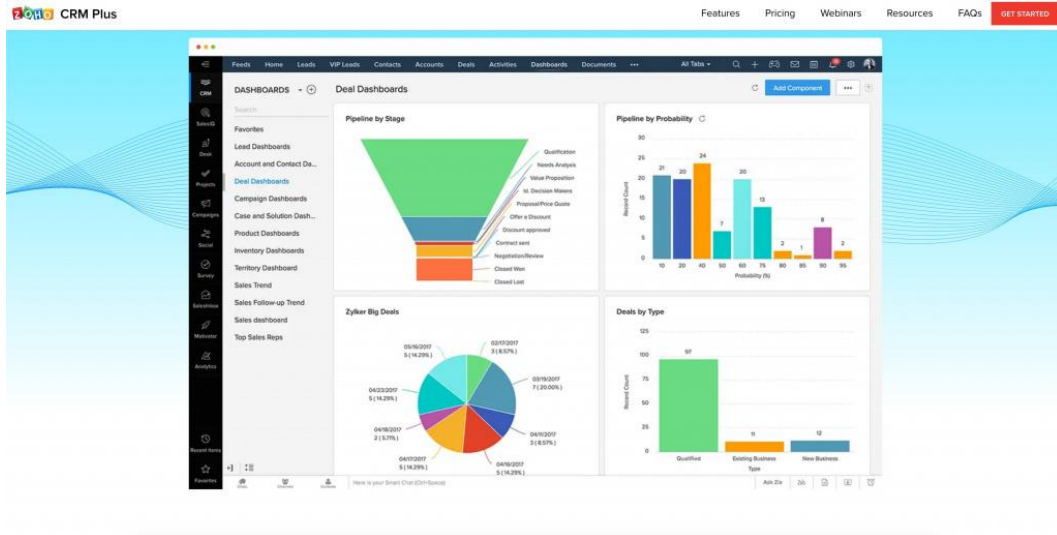


Ilustración 16 Software CRM

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Herramienta utilizada: Blog personal de clientes:

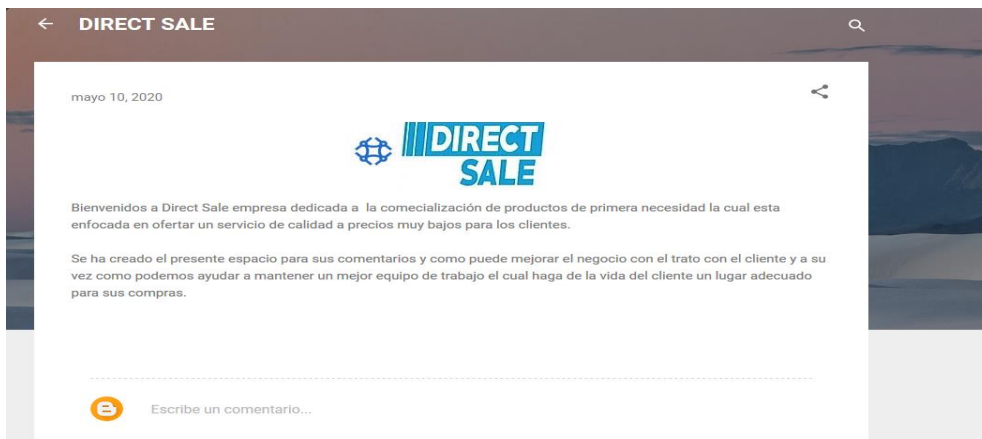


Ilustración 17 Blog Personal

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Enlace: <https://directsaleeficiencia.blogspot.com/>

Blog personal de clientes: Tiene como objetivo recibir y manejar todas las quejas de los clientes y a su vez mantener la calidad y eficacia del servicio tanto en la entrega como en la venta del mismo.

1.8 Mercados Alternativos

Este servicio a futuro desea crear su propia aplicación y con eso no depender de personas exteriores, y como mercado tendría el campo de la tecnología, esto nos ayudara a obtener un mercado más amplio actualmente ya que millones de personas usan las aplicaciones para facilitar y agilizar su vida de la manera más rápida y efectiva, lo que nos da una ventaja competitiva para mantener rentabilidad y utilidad en el negocio.

Como otro mercado alternativo es afiliarnos con empresas grandes como “La Favorita” para ayudar a gestionar sus ventas de una manera diferente eh hacerlo no solo a nivel ciudad, si no de forma nacional lo que nos generara mayor rentabilidad y utilidad.

CAPÍTULO II

2.ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

Estudiar los debidos procesos del servicio y la distribución de los mismos, detallando los flujogramas, mapas de procesos y su respectivo sistema de distribución y funcionamiento de la empresa, para lograr obtener el ciclo de gestión de funcionamiento del negocio.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.2.1 Descripción de proceso de transformación servicio.

La empresa es una comercializadora de productos de primera necesidad, con entrega a domicilio con puntos móviles estratégicos para la entrega de los productos la cual comienza, mediante una página web, el transporte, hasta llegar al cliente final.

Detalle del mapa de procesos de la empresa:

Procesos estratégicos: En los procesos estratégicos se tiene como primer punto a la gestión gerencial el cual es el encargado de mantener el control y el buen funcionamiento de los demás procesos.

Procesos operativos: Estos procesos están divididos en tres fases las que cumplen las siguientes funciones.

- **Gestión de compras:** Es la parte encargada de adquirir la mercadería y negociar la misma, mediante los proveedores y conseguir con éxito la adquisición de los productos.
- **Gestión de Almacenamiento:** La empresa se encarga de almacenar todos los productos de abarrotes adquiridos, revisando fechas y el cuidado de los respectivos productos.
- **Gestión de comercialización:** En esta fase se entregan las canastas a los diferentes clientes mediante el pedido, facturación y logística hacia el cliente final.

Procesos de apoyo: En los procesos de apoyo encontramos varios puntos de gestión de apoyo los cuales ayudaran a la empresa a obtener un mejor control de todo lo que se realiza.

- **Gestión de contabilidad:** Esto ayudara a la empresa a manejar correctamente la parte financiera para obtener una mayor rentabilidad y evitar errores en el negocio.
- **Gestión de Talento Humano:** Aquí se logrará tener un mejor control sobre los empleados como se desarrollan, como se encuentra en su clima laboral y que tal es su desempeño es decir su productividad en cada función.
- **Gestión legal:** La parte legal es fundamental para el negocio ya que aquí se logrará obtener los permisos para su respectivo funcionamiento.
- **Gestión de Transporte:** Aquí se logra el control del respectivo transporte de la entrega de los productos.

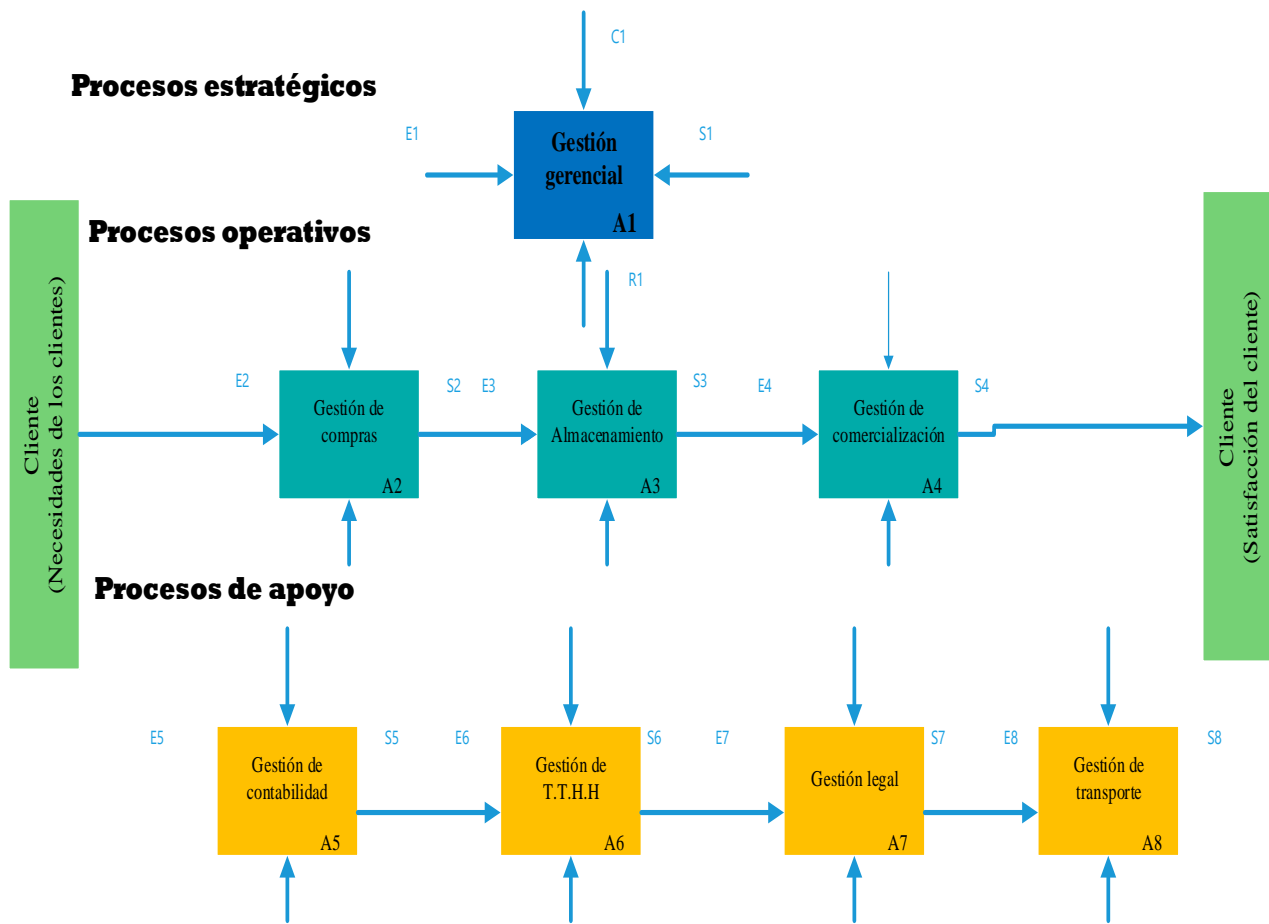


Ilustración 18 Mapa de Procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

FLUJOGRAMA DE GESTIÓN DE COMPRAS

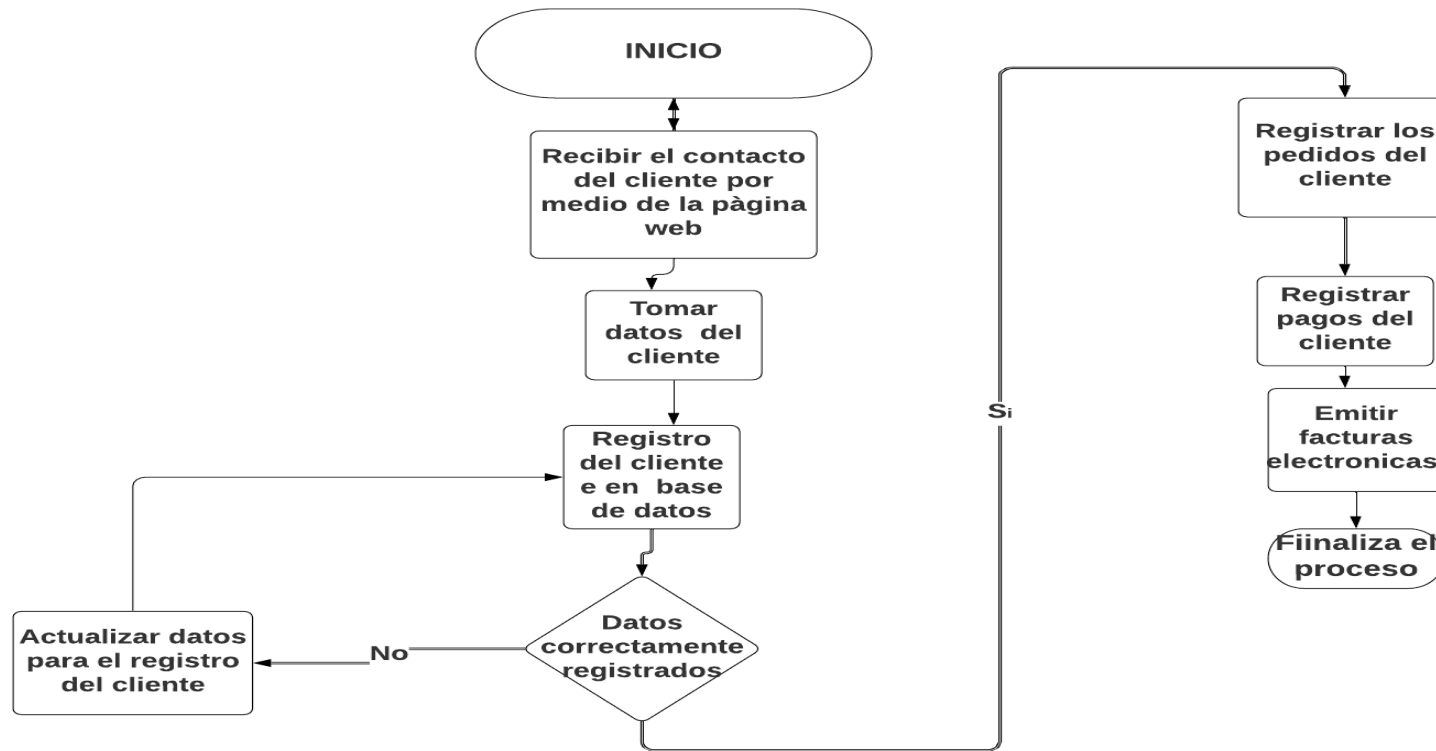


Ilustración 19 Flujograma de Gestión de Compras

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

FLUJOGRAMA DE GESTIÓN DE ALMACENAMIENTO

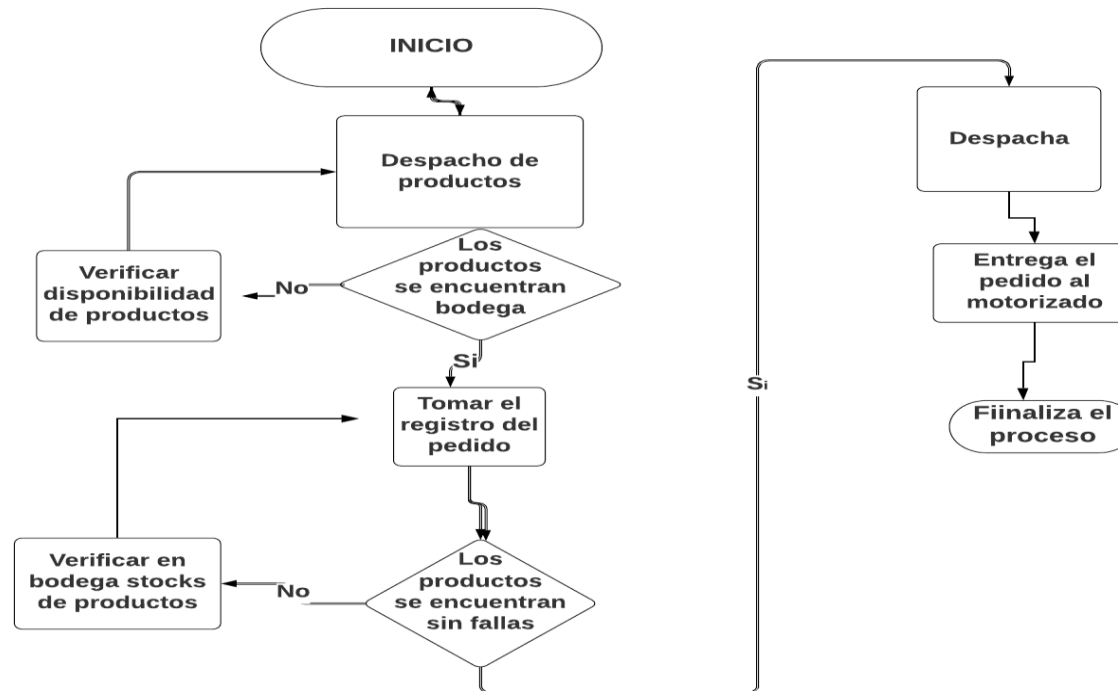


Ilustración 20 Flujoograma de Almacenamiento

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

FLUJOGRAMA DE GESTIÓN DE COMERCIALIZACIÓN (LOGÍSTICA)

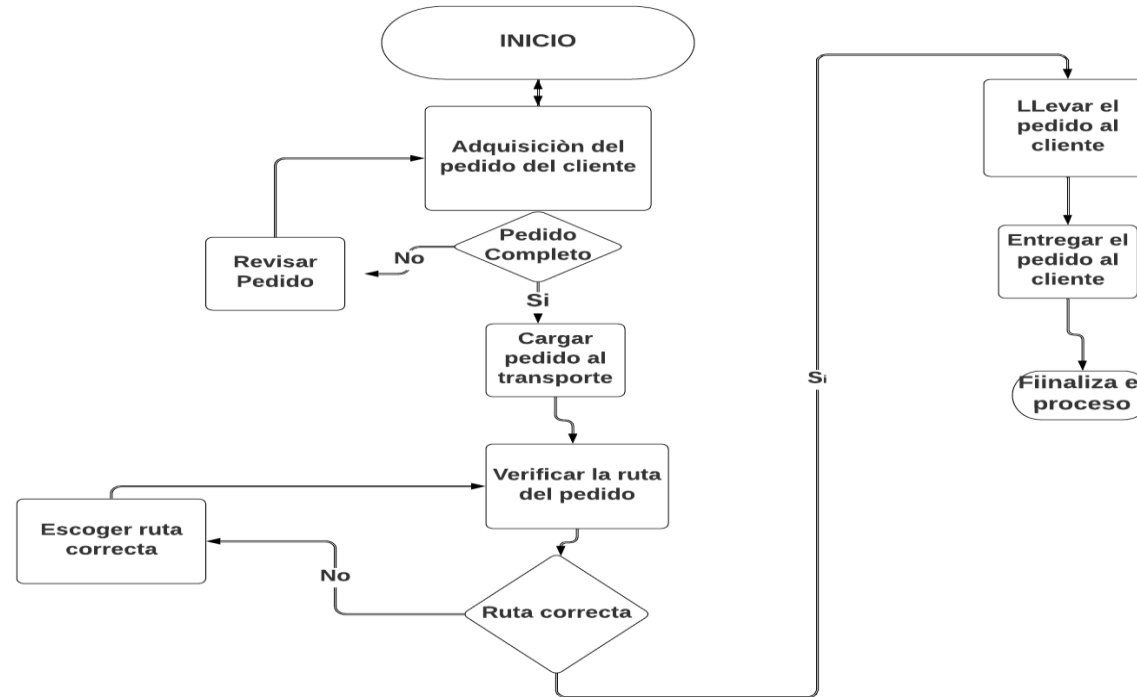


Ilustración 21Flujograma de Comercialización

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

2.2.2 Descripción de instalaciones, equipo y personas.

Instalaciones: Se contará con un local de 400m² en el sector de Calderón, este local contará con el área de Almacenaje para cada producto y los diferentes pasillos con sus respectivas perchas (Exhibición de productos de abastos) y (Exhibición de productos perecibles), una pequeña área de pedidos y la caja (Punto de cobro). Se utilizará congeladores para mantener frescos los productos, también se cuenta con la respectiva área de carritos(coches) para que los clientes que quieran ir de forma directa adquieran sus respectivos productos y como último punto contamos con el estacionamiento de los motorizados que llevan los productos a domicilio (Estacionamiento de motorizados).

Equipo: La maquinaria principal a utilizar es el congelador ya que se dispone de productos perecibles los cuales con el debido cuidado conservan su frescura y calidad.

Personas: El equipo de trabajo está constituido por un personal totalmente capacitado, es decir, conocen sobre el trabajo que se está realizando y cómo manejar la operativa correspondiente del mismo.



Ilustración 22 Instalaciones

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Descripción de Equipos:

A continuación, se despliega la información de cada equipo que va a ser utilizado en el negocio los cuales son los siguientes:

- **Congelador:** Esta maquinaria ayuda a mantener el control de los productos perecibles a una temperatura estable.
- **Laptop:** Aquí se logrará manejar toda la base de datos de los clientes y mantener el respectivo uso de la página web.
- **Caja registradora:** Esta maquinaria va a ayudar a realizar el respectivo cobro de los productos.
- **Stands de percha:** Esto sirve para exhibir los productos que el cliente requiera comprar.

- Motos: Son el transporte de los pedidos de los productos los cuales están muy bien equipado para ofrecer un servicio de calidad.

Tabla 30 Descripción de equipos

ACTIVIDAD	EQUIPO	COSTO
Congelar los productos que lo requieran	Congelador	160,00
Control de pedidos online	Laptop	500.00
Cobros de los pedidos	Caja registradora	75,00
Almacenaje de productos	Stand de percha	75.00
Logística para los productos	Moto	600,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Descripción de personal:

Se contará con 4 colaboradores: 1 Administrador, 1 vendedor, 1 despachador y 1 motorizado, los que cumplen sus respectivas funciones en un tiempo de 8 horas es decir 40 horas semanales lo que es permitido por la ley a continuación, se detallará cada uno de ellos y su respectiva función.

- Gerente General: Él es el encargado de controlar todas las funciones del negocio y realizar el manejo de pedidos y ventas de los productos por medio de la página web.
- Cajero: Realiza los cobros y factura los diferentes pedidos.
- Despachador: Recibe el pedido y envía el mismo es decir despacha los pedidos.
- Motorizados: Encargados del transporte de la mercadería hasta que llegue al cliente.

Tabla 31 Descripción del personal

Actividad	Encargado	Tiempo	N.-de Personas	Horas - Hombre
Verifica y controla todo lo que se está realizando en la empresa y a su vez recibe las ordenes de los pedidos mediante la página web para organizar el listado del cliente.	Gerente General	8h	1	40h
Realiza el cobro y emite la factura de los respectivos productos	Cajero	8h	1	40h
Toma la factura del pedido y procede con el despacho	Despachador	8h	1	40h
Revisa que todo el pedido este completo y traslada el pedido hacia el cliente final.	Motorizados	8h	2	40h

Fuente: (Ministerio de Relaciones Laborales, 2016)

Elaborado por: El autor

2.2.3 Tecnología a aplicar

La empresa actualmente cuenta con el pedido mediante una página web la cual estará compuesta por el registro de cada cliente, los diferentes tipos de canastas las que puede escoger y a su gusto personalizar para la comodidad del cliente y se cuenta con la entrega a domicilio la cual ayudará a dar un servicio completo y de excelencia para los consumidores, pero a largo plazo planteamos crecer como negocio, mediante una aplicación o asociación con este de tipo de negocios. (María Estela Raffino, 2020)

2.3 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.

En este punto detallaremos el ritmo de comercialización, el nivel de inventario promedio, y el número de trabajadores que va a tener la empresa.

2.3.1 Ritmo de producción (Comercialización)

A continuación, se mostrará cómo opera la empresa, de qué manera lo realiza y con qué tipo de personal lo hace en este caso tenemos en el área operativa a las siguientes personas:

- **Administrador:** Recibe y procesa los pedidos del cliente por medio de la página web, y controla el buen funcionamiento del negocio.
- **Cajero:** Realiza el cobro y emite facturas.
- **Despachador:** Recibe la factura del pedido y lo despacha.
- **Motorizado:** Transporta y entrega el pedido al cliente.

Tabla 32 Ritmo de producción (Comercialización)

Actividad	Encargado	Tiempo promedio	Tiempo normal	Ritmo de trabajo
Recibe las ordenes de los pedidos mediante la página web para a su vez organizar el listado del cliente, y controla el buen funcionamiento del negocio.	Gerente General	8 horas	40 horas	Moderado
Realiza el cobro y emite la factura de los respectivos productos	Cajero	8horas	40 horas	Moderado
Toma la factura del pedido y procede con el despacho	Despachador	8horas	40 horas	Moderado
Revisa que todo el pedido este completo y traslada el pedido hacia el cliente final.	Motorizados	8horas	40 horas	Moderado

Fuente: (Ministerio de Relaciones Laborales, 2016)

Elaborado por: El autor

Según (WIKIPEDIA, 2016)” Para determinar el Ritmo de Producción o Takt Time se empleará la siguiente fórmula”.

R. de producción

$$= \frac{\text{tiempo nominal}}{\text{tiempo promedio}} * n^{\circ} \text{personas} * n^{\circ} \text{días trabajados}$$

2.3.2 Nivel de inventario promedio

La empresa Quick Sales va a producir un total de 75 canastas diarias de las cuales 5 son extras para inventario mensual de la organización que da como resultado 120 canastas básicas adicionales para solventar cualquier pedido agregado que se pueda presentar.

Tabla 33 Nivel de Inventario

Inventario de la Empresa Quick Sales						
Producción al día de canasta básica	Reserva	Total	Diario	Mensual de inventario		
				Extra	Total	
70	5	75	75	120	1800	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

2.3.3. Número de trabajadores.

La empresa cuenta con 5 trabajadores

Tabla 34 Número de trabajadores

N.- de Trabajadores		
N.	Tarea administrativa	Puesto
1	Gerente General	Fijo
2	Cajero	Fijo
3	Despachador	Fijo
4	Motorizado	Fijo
5	Motorizado	Fijo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

2.4 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.4.1 Capacidad de Producción Futura

Según el (Ministerio de Relaciones Laborales, 2016) “Un trabajador puede trabajar hasta 8 horas diarias como permite la ley”.

A continuación, se calcula la producción anual mediante el número de horas el cual es aprobado por el Ministerio de trabajo de forma anual y este será multiplicado por las unidades producidas al día para sacar el respectivo resultado.

Tabla 35 Capacidad de producción anual

HORAS TRABAJADAS POR DÍA	UNIDADES PRODUCIDAS AL DÍA	DÍAS TRABAJADOS ANUAL	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL
8	75	288	21,600

Fuente: (Ministerio de Relaciones Laborales, 2016)

Elaborado por: El autor

Como siguiente punto procedemos a detallar el proceso, con la tasa de crecimiento poblacional que es el 1.56% , como la empresa recién inicia se cubrirá el 40% de la demanda insatisfecha y así obtenemos la producción futura. (Ekos, 2020)

$$VF = CO(1 + i)^1$$

$$VF = 1,345.8(1 + 1.56\%)^1$$

$$VF = 1,387.77(1 + 1.56\%)^2$$

$$VF = 1,453.74(1 + 1.56\%)^3$$

$$VF = 1,546.60(1 + 1.56\%)^4$$

$$VF = 1,671.05(1 + 1.56\%)^5$$

Tabla 36 Proyección de producción futura

AÑO	PRODUCCIÓN PROYECTADA/VENTA UNIDADES
0	1,324.8
1	1,345.47
2	1,387.77
3	1,453.74
4	1,546.60
5	1,671.05

Fuente: (Ministerio de Relaciones Laborales, 2016)

Elaborado por: El autor

2.5 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION.

2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

A continuación, se detalla la materia prima que es utilizado en la empresa.

Tabla 37 Materia Prima

MATERIA PRIMA	IMPORTANCIA	PRODUCTO SUSTITUTO	GRADO DE SUSTITUCIÓN
Productos de abarrotes	La importancia de los productos alimenticios es algo esencial, para la sociedad ya que es una necesidad primaria en las personas .	Ninguno	Baja

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

Descripción de proveedores

El negocio se maneja con productos de primera necesidad, entonces se busca precios estables y los cuales ayuden a generar ganancia para esto se tiene los siguientes proveedores:

El Titan: Su venta de los productos es al por mayor, por lo tanto, la adquisición de la materia prima en este lugar es totalmente económica.

Mercado Mayorista: De igual manera que el anterior proveedor ofrece productos a un precio totalmente económico y aceptable.

Tabla 38 Descripción de proveedores

Proveedores	Actividad
El Titan	Ventas de productos al por mayor
Mercado Mayorista	Ventas de productos al por mayor

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

2.6. CALIDAD

2.6.1. Método de Control de Calidad.

Checklist

Las “listas de control”, “listas de chequeo”, “Checklist” u “hojas de verificación”, son formatos creados para realizar actividades repetitivas, controlar el cumplimiento de una lista de requisitos o recolectar datos ordenadamente y de forma sistemática. Se usan para hacer comprobaciones sistemáticas de actividades o productos asegurándose de que el trabajador o inspector no se olvida de nada importante. (Rodrigo González González y Jorge Jimeno Bernal, 2015)

La metodología que se va a usar para realizar el respectivo control de Calidad es un Checklist, esto ayudara a plantear una mejora en el proceso para verificar que tipo de errores pueda ocurrir y así mantener la calidad en todo.

Tabla 39 Método de Control de Calidad

Inspección de Comercialización de la empresa" Quick Sales CIA. LTDA"			
LISTA DE CHEQUEO			
Fecha:			
Inspector:			
Referencia:			
Hora de entrada:		Hora de salida:	
INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
Se cumplen los requerimientos (tipo y características de material) del cliente			
Existe registro de pedido a proveedores.			
Cajero entrega la factura de forma rápida.			
Existe retraso en el despacho del producto			
Existe inconveniente en el transporte del pedido			
Se dio solución a los errores encontrados.			

Fuente: (PIME menorca, 2016)

Elaborado por: El autor

2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional

Norma ISO 45001:

La norma ISO 45001 permitirá que una empresa, mediante el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, pueda integrar aspectos relacionados con la salud y la seguridad como puede ser el bienestar de los trabajadores, sin embargo, debe tenerse en cuenta que la empresa se rige por

ciertos requisitos legales que deben ser aplicados obligatoriamente. (Alejandro Perez, 2018)

¿Cuáles serán los beneficios del uso de ISO 45001?

- Desarrollar e implementar las políticas y los objetivos del Sistema de Gestión de SST.
- Establecer los procesos sistemáticos que consideran su contexto y que tengan en cuenta sus riesgos y las consecuencias jurídicas que pueden tener.
- Determinar los riesgos que están asociados a sus actividades, trata de eliminar o poner controles para reducir al mínimo los efectos potenciales.
- Establecer todos los controles operacionales para gestionar los riesgos con su Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Incrementar la conciencia en cuanto a los riesgos.
- Evaluar el rendimiento y tratar de mejorarlo mediante la toma apropiada de comportamiento.
- Los trabajadores se aseguran de tener un papel activo en el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Seguridad e higiene ocupacional de la empresa.

Instalaciones y áreas.

1. Las instalaciones de los establecimientos deben evitar la contaminación de las materias primas, alimentos y bebidas. (OISS, 2016, pág. 3)
2. Los pisos, paredes y techos del área de elaboración deben ser de fácil limpieza, sin grietas o roturas. (OISS, 2016, pág. 5)

3. Las puertas y ventanas del área de elaboración deben ser provistas de protecciones para evitar la entrada de la lluvia, fauna nociva, o plagas, excepto puertas y ventanas que se encuentran en el área de atención al cliente. (OISS, 2016)
4. Debe evitarse que las tuberías, conductos, rieles, vigas, cables, etc. pasen por encima de tanques y áreas de elaboración donde el producto sin envasar esté expuesto. En donde existan, deben mantenerse en buenas condiciones de mantenimiento y limpios. (OISS, 2016)

Equipo

1. Los equipos deben ser instalados en forma tal que el espacio entre ellos mismos, la pared, el techo y piso, permitan su limpieza y desinfección. (OISS, 2016, pág. 7)
2. El equipo y los utensilios empleados en las áreas en donde se manipulen directamente materias primas, alimentos y bebidas sin envasar, y que pueden entrar en contacto con ellos, deben ser lisos y lavables sin roturas. (OISS, 2016, pág. 9)
3. En los equipos de refrigeración y congelación se debe evitar la acumulación de agua. (OISS, 2016, pág. 12)
4. Los equipos de refrigeración y congelación deben contar con un termómetro o con un dispositivo de registro de temperatura en buenas condiciones de funcionamiento y colocado en un lugar accesible para su monitoreo. (OISS, 2016, pág. 12)

CAPÍTULO III

3.-ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Detallar la razón de ser de la empresa realizando su respectiva estructura, organigrama, Foda y con esto obtener de qué manera va a funcionar y a estar organizado el negocio.

3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.2.1 Visión de la Empresa

Para el 2025 ser la comercializadora líder en abastecimientos de productos de primera necesidad en la ciudad de Quito.

3.2.2 Misión de la Empresa

Somos una empresa que tiene como objetivo proporcionar productos de primera necesidad, mediante un servicio a domicilio de calidad de la manera más eficiente y rentable, brindando la mejor experiencia posible al público.

3.2.2 Objetivos y estrategias

Tabla 40 Estrategias DAFO

I N T E R N O S	ESTRATEGIAS DAFO	I N T E R N O S	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		1.-Se tiene conocimiento y práctica sobre el sector alimenticio.	1.-Falla de proveedores.
		2.-Venta directa hacia el cliente.	2.-Falta de productos para la venta.
		3.-Autofinanciamiento	3.-Falla de procesos operativos.
		4.Servicios con herramientas de calidad.	4.-No tener una marca posicionada.
5.-Precios y promociones accesibles para clientes.			
OPORTUNIDADES		FO	DO
1.-Crecimiento rápido en el mercado.	2.-Confianza y fidelización de consumidores.	F1,O4 Estrategia de posicionamiento en el mercado.	D1,O3 Estrategia de plan de contingencia de proveedores.
3.-Compras de maquinaria de calidad.			
4.-Demanda de clientes potenciales.		F3,O3 Estrategia de plan de compra para nueva maquinaria.	D3,O1 Estrategia de planes de control de procesos.
		F5,O2 Estrategia de marketing para los productos.	
AMENAZAS		FA	DA
1.-Proveedores trabajando con la competencia.	2.-Leyes que afecten al giro del negocio. 3.La inflación alta en el país.	F2,A2 Estrategia de adquisición de productos.	D2,A2 Estrategias de publicidad y venta.
2.-Leyes que afecten al giro del negocio.			
3.La inflación alta en el país.			
4.-Publicidades engañosas del negocio.		F5,A3 Estrategia de auditoría interna definir más.	D3 A1 Estrategia de planes de acción para cuellos de botella.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

MISIÓN
Somos una empresa que tiene como objetivo proporcionar productos de primera necesidad, mediante un servicio a domicilio de calidad de la manera más eficiente y rentable, brindando la mejor experiencia posible al público.

Visión:
Para el 2025 ser la comercializadora líder en abastecimientos de productos de primera necesidad en la ciudad de Quito.

Objetivo Estratégico año 1 Adquirir herramientas necesarias para la creación de la plataforma digital	Objetivo Estratégico año 2 Crear un diseño corporativo para la empresa .	Objetivo Estratégico año 3 Mostrar los productos que se ofrecen en la empresa.	Objetivo Estratégico año 4 Incorporar auditorías internas para el	Objetivo Estratégico año 5 Mejorar como negocio para tener competitividad en el mercado.
Política Herramientas digitales para el negocio. Estrategia de uso de herramientas digitales.	Política Diseño corporativo o slogan para la organización. Estrategia de diseño corporativo	Política Publicidad en redes sociales Estrategia de publicidad online	Política Auditorías de mejora para la empresa. Estrategia de gestión de auditorias	Política Crecimiento empresarial Estrategia de desarrollo empresarial

Ilustración 23 Objetivos estratégicos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor.

3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.3.1 Organización interna

A continuación, se presenta el organigrama estructural de cómo se va a manejar la empresa.

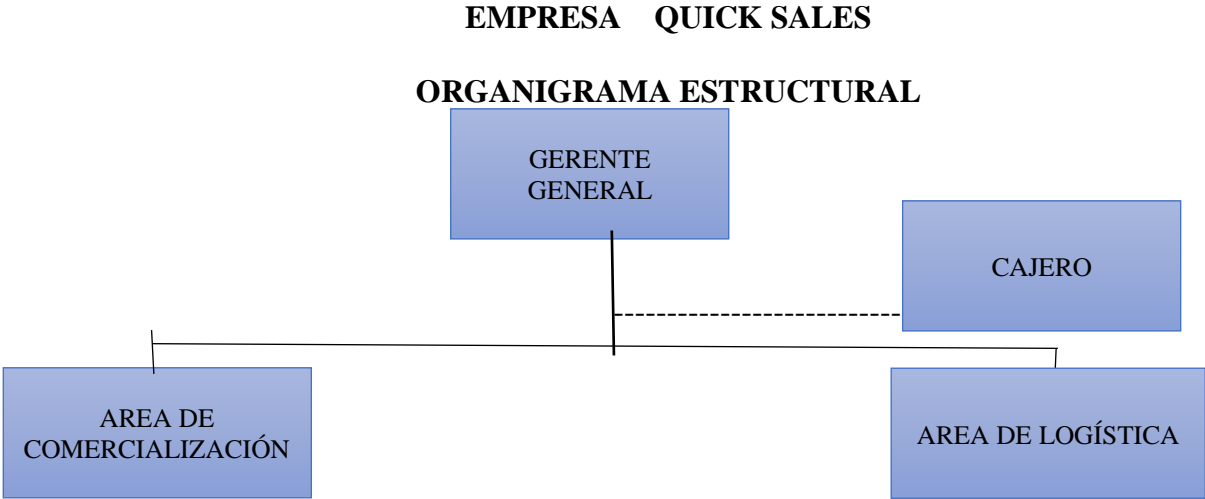


Ilustración 24 Organigrama estructural

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

EMPRESA QUICK SALES
ORGANIGRAMA FUNCIONAL

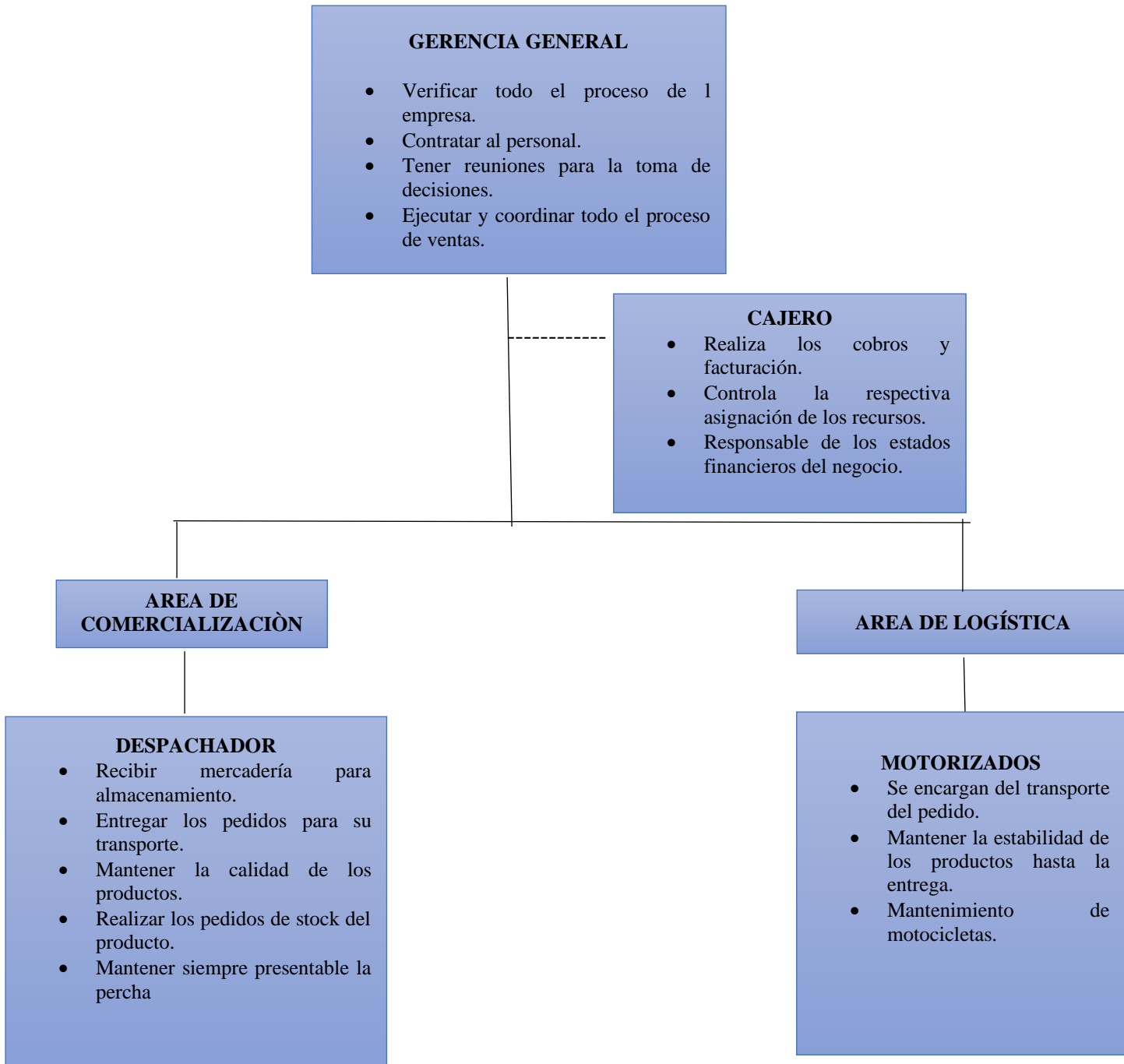


Ilustración 25 Organigrama funcional
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El autor

3.3.2 Descripción de los puestos

Tabla 41 Descripción del puesto Gerente-Administrador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Gerente General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Ninguno
SUPERVISA A	Áreas de la empresa
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Se encarga de controlar todo lo relacionado con la empresa, para que todo este funcionado de una manera eficiente y de calidad	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Verificar todo el proceso de l empresa.• Contratar al personal.• Tener reuniones para la toma de decisiones.• Ejecutar y coordinar todo el proceso de ventas.	
IV REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ing. Administración de Empresas
EXPERIENCIA	Tener un año en el liderazgo de una empresa
HABILIDADES	Ser un líder organizacional
FORMACION	De tercer nivel en adelante
Fuente: Investigación Propia	
Elaborado por: El autor	

Tabla 42 Descripción del puesto Cajero

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Cajero
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Se encarga de la facturación . cobro y contabilidad de la empresa	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Realiza los cobros y facturación.• Controla la respectiva asignación de los recursos.• Responsable de los estados financieros del negocio	
IV REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Contabilidad y Auditoría
EXPERIENCIA	Tener más de un año en el manejo de finanzas
HABILIDADES	Contables, Numéricas
FORMACION	De tercer nivel en adelante
Fuente: Investigación Propia	
Elaborado por: El autor	

Tabla 43 Descripción del puesto de despachador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Despachador
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Ninguno
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Se encarga de la adquisición y despacho de los productos.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir mercadería para almacenamiento. • Entregar los pedidos para su transporte. • Mantener la calidad de los productos. • Realizar los pedidos de stock del producto. • Mantener siempre presentable la percha 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ninguno
EXPERIENCIA	Tener más de un año en el manejo del área de bodega.
HABILIDADES	Organización y Rapidez
FORMACION	Bachiller

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El autor

Tabla 44 Descripción del puesto del motorizado

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Motorizados
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	Logística
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Se encarga del transporte de los pedidos.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Se encargan del transporte del pedido. • Mantener la estabilidad de los productos hasta la entrega. • Mantenimiento de motocicletas. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TITULO PROFESIONAL	Ninguno
EXPERIENCIA	Tener más de un año en el manejo del área de perchas.
HABILIDADES	Manejo de automotores
FORMACION	Bachiller

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El autor.

3.4 CONTROL DE GESTIÓN:

3.4.1 Indicadores de Gestión:

A continuación, se mostrará una tabla de indicadores los cuales miden los números de pedidos entregados, la estimación de ventas y el tiempo que se demora en llegar los productos hacia el cliente.

Tabla 45 indicadores de Gestión

Nombre	Formula	Frecuencia	Tipo	Responsable
Ventas	$\frac{\text{Numero de Pedidos}}{\text{Numero de Ventas Totales}}$	Mensual	Eficacia	Vendedor
Compras	$\frac{\text{Numero de Productos comprados}}{\text{Estimación de ventas de productos}}$	Mensual	Eficacia	Vendedor
Comercialización	$\frac{\text{Tiempo real de entrega del producto}}{\text{Tiempo estandar}}$	Mensual	Eficacia	Despachador.

Fuente: (Pérez Jaramillo, Carlos Mario, 2020)

Elaborado por: El autor

3.5 NECESIDADES DEL PERSONAL

El personal que se encuentra en la empresa son fijos, por lo tanto, se tendrán todas las herramientas necesarias para el desarrollo del negocio sin ningún retraso para cumplir todos los debidos procesos y objetivo de manera rápida y eficiente.

A medida que el negocio crezca se necesitara más personal ya que con el poco personal que se tiene no se podrá cubrir toda la demanda.

Tabla 46 Necesidades del Personal

Año	Gerencia	Departamento Comercialización	Departamento de Logística	Cajero
1	1	1	2	1
2	1	1	2	1
3	1	1	2	1
4	1	1	2	1
5	1	2	2	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor.

Durante los 5 años la empresa mantendrá la misma nómina ya que la cantidad de personal que se tiene es totalmente alta, para poder aumentar empleados a la empresa se necesita incrementar las ventas a futuro y lograr crecer como empresa para generar utilidad y rentabilidad.

CAPÍTULO IV

4. AREA JURIDICO LEGAL

4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL

Ejercer la normativa legal para la creación de un Plan de negocios que tiene como objeto social la comercialización y distribución de productos de primera necesidad mediante puntos móviles estratégicos a domicilio en el sector Norte de Quito.

4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La compañía será legalmente constituida bajo la figura de compañía limitada y estará domiciliada en el sector norte de Quito, la misma que llevará como razón social el nombre de “Quick Sales”. **Anexo Legal**

Requisitos y pasos para el funcionamiento de la Compañía “Quick Sales.Ltda”

- 1. Reserva un nombre:** Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías y se debe verificar que el nombre de la empresa ya no exista.
- 2. Elabora los estatutos:** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.
- 3. Abre una “cuenta de integración de capital”:** Los requisitos son los siguientes:

- Capital mínimo:\$ 400 para compañía limitada.
 - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno.
 - Copia de cédula y papeleta de votación de cada socio.
4. **Eleva a escritura pública.:** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
 5. **Aprueba el estatuto:** Se lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
 6. **Publica en un diario:** La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
 7. **Obtén los permisos municipales:** Se debe obtener los permisos municipales:
 - Pagar la patente municipal
 - Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
 8. **Inscribe tu compañía:** Con los documentos antes planteados, acercarse directamente al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.
 9. **Realiza la Junta General de Accionistas:** Esta reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. Obtén los documentos habilitantes: Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se entregarán automáticamente los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribe el nombramiento del representante: Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas.

12. Obtén el RUC: El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.

13. Obtén la carta para el banco: Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías realizarán la entrega de una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta anteriormente, para que se pueda disponer del valor depositado.

4.3 Patentes y Marcas

Quick Sales poseerá un producto y servicio nuevo que no existe en el mercado, por lo tanto, se procederá al respectivo registro del producto en la secretaría nacional de derechos intelectuales de acuerdo con el siguiente procedimiento.

Para el registro de una patente en el Ecuador tiene los siguientes pasos:

Presentación de la solicitud ante la Senae y pago de la tasa de mantenimiento de la primera anualidad.

1. **Examen de Forma:** Tras la solicitud el senadec realiza un examen de forma de la documentación para comprobar que la solicitud es clara y esta correctamente presentada. En el caso que no se cumpla con los requisitos formales, el solicitante tiene un periodo de dos meses para subsanar los defectos.
2. **Publicación:** En un plazo de 18 meses a partir de la fecha de solicitud de la publicación se abre un periodo de 60 días para oposición, si existe oposición se abrirá un periodo para discutirlos, si no hay oposición se efectuara un examen final y la decisión si conceder o negar la patente solicitada.
3. **Examen de Fondo:** Se determina la patentabilidad de la invención.
4. **Resolución de la concesión.:** Permiso completo de la entrega.

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Para el desarrollo de las actividades razón social se contará con los siguientes documentos los cuales son extendidos por el gobierno autónomo del distrito metropolitano de Quito, mismos que se detallan a continuación.

Patente Municipal:

La patente municipal es un requisito obligatorio para obtener el registro único de contribuyente (RUC), según el código de ordenamiento territorial (COOTAD), y la ordenanza municipal 339.

La patente que es un impuesto que se paga por ordenanza y se aplica a personas naturales y jurídicas como también a sociedades nacionales o extranjeras que tienen actividades comerciales, industrial, financiera, inmobiliaria y profesional en la ciudad.

Para obtener la patente se realiza el siguiente tramite:

1. Para personas no obligadas a llevar contabilidad formularia de la declaración de patente municipal debidamente lleno.
- 2.- Copia de la cedula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- 3.- Copia del registro único de contribuyentes.

4.4.2 LUAE

Es el documento habilitante indispensable para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del distrito metropolitano de Quito. El régimen administrativo para su obtención consta en la ordenanza metropolitana N.-308 que integra en los siguientes permisos y autorizaciones administrativas:

- 1.- Informe de compatibilidad y uso de suelo.
- 2.- Permiso Sanitario.
- 3.-Permiso de funcionamiento de bomberos.
- 4.-Rotulación(Identificación de la actividad económica)
- 5.Permiso ambiental.
- 6.-Licencia única anual de funcionamiento de actividades turísticas.
- 7.-Permiso anual de funcionamiento de la Intendencia general de policía.

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del municipio de Quito con la presentación del formulario impreso, lleno y firmado en cualquiera de sus administraciones zonales. Una vez otorgada tiene validez de un año calendario.

4.4.3 Requisitos para su emisión:

Personas Naturales

Formulario único de la solicitud de la licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas o lo que le hemos resumido como LUAE.

- Copia de Ruc actualizada
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Informe de compatibilidad de uso de suelo (Cuando se lo requiere).
- Certificado ambiental(Cuando se requiere).

Persona Jurídica:

- Copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Copia del nombramiento de representante legal.
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Copia de la resolución emitida por la dirección metropolitana financiera tributaria aprobado la exoneración del impuesto de patente municipal para las entidades sin fines de lucro.

- Original de la declaración del 1.5 por mil sobre los activos totales del año inmediato anterior.

Procesos de tramitación

Los lugares que se van a visitar para poder concluir el presente proyecto.

- **Superintendencia de compañías:** Para obtener la razón social de compañía. Resolución de constitución de la compañía .

Notaria:

- La minuta .
- Acta de la junta general.
- Resolución de la SUPER de compañías.
- Cédulas de identidad y papeletas de votación de los socios o accionistas.
- Registro mercantil del cantón Quito:
- Presentamos las escrituras con la razón notariada.
- Servicio de Rentas Internas:
- Obtención del RUC(Registro único del contribuyente).
- Municipio de Quito:
- Presentar para obtención la patente, del 1.5 por mil y de la LUAE.

Lugares:

Los lugares que se visitaron para la tramitación de la compañía fueron: Superintendencia de compañías, Notaria 80 del cantón Quito, Registro mercantil ,Servicio de Rentas Internas y el Municipio de Quito.

4.4.4 SENADI

Requisitos para el registro de una marca:

Requisitos Obligatorios:

- Solicitud de Registro de Signos Distintivos.
- Comprobante de pago de tasa.
- Etiqueta en Digital (Formato JPG de 5X5 cm.)

Requisitos Especiales:

- Certificado Financiero para descuento.
- Poder o nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite.
- Documento de Prioridad.

Logotipo de la empresa:



Ilustración 26 Logotipo de la Empresa

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

CAPÍTULO V

5. -AREA FINANCIERA

5.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO

Desarrollar un estudio financiero con sus respectivos costos, gastos y sus ingresos, los cuales serán detallados con el fin de obtener la rentabilidad del negocio.

5.2.PLAN DE INVERSIONES

Un plan de inversión inicial es un documento en el que se detalla el destino de las inversiones a realizar, las acciones para hacer esas inversiones y los plazos en los que se van a hacer. El objetivo es obtener la máxima rentabilidad y reducir el riesgo. (Consultoría de Negocio, 2020)

En la tabla N° 48 se especifica cada uno de los artículos con sus precios que se necesita para implementar en la Empresa Quick Sales.

Tabla 47 Plan de inversiones

	DETALLE DE ACTIVOS FIJOS	CANT.	V. UNITARI O	VALOR TOTAL
1.	INMUEBLE	1	8,000.00	8,000.00
2.	INSTALACIONES Y REMODELACIONES			67.90
	Focos	6	1.80	10.80
	Pintura Exterior	1	22.00	22.00
	Pintura Interior	2	12.00	24.00
	Apagadores	3	1.20	3.60
	Tomacorriente	5	1.50	7.50
3.	VEHÍCULOS			1,100.00
	Motocicletas	2	550.00	1,100.00
4.	MUEBLES Y ENSERES			335.00
	Escritorio	1	80.00	80.00
	Silla Giratoria de Oficina	1	40.00	40.00
	Silla normal de Oficina	5	15.00	75.00
	Stand de Caja	1	90.00	90.00
	Archivador Metálico	1	50.00	50.00
5.	MAQUINARIA Y EQUIPO			1,250.00
	Congelador	1	160.00	160.00
	Stands de percha	2	75.00	150.00
	Culer	1	40.00	40.00
	Vitrinas Frigoríficas	1	900.00	900.00
6.	SUMINISTROS DE OFICINA			129.55
	Carpetas Archivadoras	4	1.50	6.00
	Resmas de Papel e Bond	3	3.50	10.50
	Caja de Esferográficos	1	3.60	3.60
	Caja de Clips	1	3.00	3.00
	Caja de Resaltadores	1	4.00	4.00
	Caja de Grapas	1	3.00	3.00
	Grapadora	1	6.00	6.00
	Perforadora	1	6.00	6.00
	Separador de Hojas	25	0.25	6.25
	Tinta de Impresora	5	15.00	75.00
	Caja de Lápices	1	1.20	1.20
	Cinta adhesiva	2	1.50	3.00
	Porta notas	2	1.00	2.00
7.	EQUIPO DE COMPUTACIÓN			850.00
	Impresora	1	350.00	350.00
	Computadora	1	500.00	500.00
8.	EQUIPO DE OFICINA			390.00

Teléfono Inalámbrico	1	15.00	15.00
Datafast	1	300.00	300.00
Caja Registradora	1	75.00	75.00
9. SUMINISTROS DE LIMPIEZA			79.00
Detergente	5	3.50	17.50
Cloro	3	1.50	4.50
Guantes	3	1.50	4.50
Papelón	5	3.50	17.50
Escoba	2	2.00	4.00
Trapeador	1	2.50	2.50
Lava platos grandes	2	3.50	7.00
Desinfectante	3	1.50	4.50
Ambientador	5	2.00	10.00
Fundas de basura	30	0.05	1.50
Basurero	2	2.00	4.00
Recogedor basura	1	1.50	1.50
DETALLE DE ACTIVOS DIFERIDOS			
9. COSTOS DE CONSTITUCIÓN			1,500.00
Patentes	1	400.00	400.00
RUC	1	200.00	200.00
Permiso de Funcionamiento Municipal	1	500.00	500.00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	1	200.00	200.00
Registro de Marca	1	200.00	200.00
10			
. CAPITAL DE TRABAJO			63,698.45
Gastos			3,254.94
Costos			60,443.51
TOTAL			77,399.90

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor.

5.3. Plan de Financiamiento

El plan de financiamiento es la herramienta básica que te permitirá especificar cuáles van a ser, con concreción, las fuentes de financiación de tu proyecto empresarial. Es, fundamentalmente, un documento que forma parte del plan económico-financiero de una empresa donde se recoge de forma explícita las vías de acceso al capital preciso. (María Montero, 2017)

a) Forma de financiamiento

En la tabla N°49 se observa la forma de financiamiento que adquiere la empresa, con el aporte de los dos socios tanto de bienes como dinero en efectivo, representando los bienes con: vehículos, inmueble e impresora obteniendo un valor de \$9,950.00 dólares y dinero en efectivo sumando \$67,449.90 dólares; sin adquirir un préstamo a una institución financiera y así dar inicio al funcionamiento de la Empresa.

Tabla 48 Plan de Financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)
Recursos Propios		
Efectivo	67,449.90	87.14%
Bienes	9,950.00	12.86%
Recursos de terceros	-	-
Préstamo bancario	-	-
T O T A L	77,399.90	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor.

b) Capital de trabajo:

Según (MYABCM, 2018) “El capital de trabajo es básicamente una cantidad de recursos financieros que la empresa necesita para seguir operando y explorar su actividad. “

En la tabla N. 50 se detalla el capital de trabajo de la empresa el cual está por tres meses para poder solventar alguna emergencia del negocio.

Tabla 49 Capital de Trabajo

DETALLE DE COSTOS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR MENSUAL	VALOR POR 3 MESES
MATERIA PRIMA			\$ 55,890.00
Aceite (La favorita)	unidad	\$ 2,160.00	\$ 6,480.00
Arroz (Gustadina)	gramos	\$ 3,870.00	\$ 11,610.00
Azúcar (La troncal)	gramos	\$ 1,800.00	\$ 5,400.00
Sal de mesa (Cristal)	gramos	\$ 810.00	\$ 2,430.00
Cocoa (La Universal)	gramos	\$ 1,980.00	\$ 5,940.00
Fideos (Oriental)	gramos	\$ 1,980.00	\$ 5,940.00
Lenteja (La Cuencana)	gramos	\$ 810.00	\$ 2,430.00
Atún (Real)	unidad	\$ 1,890.00	\$ 5,670.00
Harina (Ya)	gramos	\$ 1,170.00	\$ 3,510.00
Avena (Quaker)	gramos	\$ 1,080.00	\$ 3,240.00
Leche (Vita)	unidad	\$ 1,080.00	\$ 3,240.00
MANO DE OBRA DIRECTA			\$ 1,469.97
Sueldo Despachador	Usd	\$ 489.99	\$ 1,469.97
MANO DE OBRA INDIRECTA			\$ 2,906.53
Sueldo Motorizado	Usd	\$ 968.84	\$ 2,906.53
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			\$ 177.00
Combustible motos	Usd	\$ 25.00	\$ 75.00
Mantenimiento y reparación motos	Usd	\$ 24.00	\$ 72.00
Mantenimiento de Instalaciones	Usd	\$ 10.00	\$ 30.00
DETALLE DE GASTOS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR MENSUAL	VALOR POR 3 MESES
GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 3,119.95
Sueldo Gerente General	Usd	\$ 489.99	\$ 1,469.97
Cajero	Usd	\$ 489.99	\$ 1,469.97
Servicios Básicos	Usd	\$ 60.00	\$ 180.00
GASTOS FINANCIEROS			-
Préstamo Bancario	Usd	-	-
GASTOS DE VENTAS			\$ 135.00
Publicidad	Usd	\$ 45.00	\$ 135.00
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 21,232.82	\$ 63,698.46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

5.4. Cálculo de Costos y Gastos

a)Detalle de Costos:

Según (María Estela Raffino, 2018) ” El costo, también llamado coste, es el desembolso económico que se realiza para la producción de algún bien o la oferta de algún servicio.”

A continuación se detalla todos los costos que tiene la empresa Quick Sales.

Tabla 50 Detalle de costos materia prima

DETALLE DE COSTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MATERIA PRIMA						\$ 223,560.00
Aceite (La favorita)	unidad	75	1.20	90.00	\$ 2,160.00	\$ 25,920.00
Arroz (Gustadina)	gramos	75	2.15	161.25	\$ 3,870.00	\$ 46,440.00
Azúcar (La troncal)	gramos	75	1.00	75.00	\$ 1,800.00	\$ 21,600.00
Sal de mesa (Cristal)	gramos	75	0.45	33.75	\$ 810.00	\$ 9,720.00
Cocoa (La Universal)	gramos	75	1.10	82.5	\$ 1,980.00	\$ 23,760.00
Fideos (Oriental)	gramos	75	1.10	82.50	\$ 1,980.00	\$ 23,760.00
Lenteja (La Cuencana)	gramos	75	0.45	33.75	\$ 810.00	\$ 9,720.00
Atún (Real)	unidad	75	1.05	78.75	\$ 1,890.00	\$ 22,680.00
Harina (Ya)	gramos	75	0.65	48.75	\$ 1,170.00	\$ 14,040.00
Avena (Quaker)	gramos	75	0.60	45.00	\$ 1,080.00	\$ 12,960.00
Leche (Vita)	unidad	75	0.60	45.00	\$ 1,080.00	\$ 12,960.00
MANO DE OBRA DIRECTA						\$ 5,879.90
Sueldo Despachador	Usd	1	489.99	489.99	\$ 489.99	\$ 5,879.90
MANO DE OBRA INDIRECTA						\$ 11,626.14
Sueldo Motorizado	Usd	2	484.42	968.84	\$ 968.84	\$ 11,626.14
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						\$ 708.00
Combustible motos	Usd	2	\$ 25.00	\$ 50.00	\$ 25.00	\$ 300.00
Mantenimiento y reparación motos	Usd	2	\$ 12.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 288.00
Mantenimiento de Instalaciones	Usd				\$ 10.00	\$ 120.00
TOTAL			\$ 1,021.76	2,309.09	20,147.84	241,774.03

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

c) Proyección de Costos

Para obtener la proyección de gastos se tomó en cuenta el promedio de los 5 últimos años de la inflación País con una tasa de 1.01% para obtener los costos anuales futuros.

Tabla 51 Proyección de Costos

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Materia Prima										
Aceite (La favorita)	2,160.00	-	2,160.00	25,920.00	-	2,276.86	27,322.27	-	2,400.03	28,800.41
Arroz (Gustadina)	3,870.00	-	3,870.00	46,440.00	-	4,079.37	48,952.40	-	4,300.06	51,600.73
Azúcar (La troncal)	1,800.00	-	1,800.00	21,600.00	-	1,897.38	22,768.56	-	2,000.03	24,000.34
Sal de mesa (Cristal)	810.00	-	810.00	9,720.00	-	853.82	10,245.85	-	900.01	10,800.15
Cocoa (La Universal)	1,980.00	-	1,980.00	23,760.00	-	2,087.12	25,045.42	-	2,200.03	26,400.37
Fideos (Oriental)	1,980.00	-	1,980.00	23,760.00	-	2,087.12	25,045.42	-	2,200.03	26,400.37
Lenteja (La Cuencana)	810.00	-	810.00	9,720.00	-	853.82	10,245.85	-	900.01	10,800.15
Atún (Real)	1,890.00	-	1,890.00	22,680.00	-	1,992.25	23,906.99	-	2,100.03	25,200.36
Harina (Ya)	1,170.00	-	1,170.00	14,040.00	-	1,233.30	14,799.56	-	1,300.02	15,600.22
Avena (Quaker)	1,080.00	-	1,080.00	12,960.00	-	1,138.43	13,661.14	-	1,200.02	14,400.20
Leche (Vita)	1,080.00	-	1,080.00	12,960.00	-	1,138.43	13,661.14	-	1,200.02	14,400.20
Mano de Obra Directa										
Sueldo Despachador	489.99	489.99	-	5,879.90	494.94	-	5,939.28	499.94	-	5,999.27
Mano de Obra Indirecta										

Sueldo Motorizado	968.84	968.84	-	11,626.14	978.63	-	11,743.56	988.51	-	11,862.17
Costos Indirectos de Fabricación										
Combustible motos	25.00	-	25.00	300.00	-	26.35	316.23	-	27.78	333.34
Mantenimiento y reparación motos	24.00	-	24.00	288.00	-	25.30	303.58	-	26.67	320.00
Mantenimiento de Instalaciones	10.00	-	10.00	120.00	-	10.54	126.49	-	11.11	133.34
TOTAL	20,147.84	1,458.84	18,689.00	241,774.03	1,473.57	19,700.07	254,083.74	1,488.45	20,765.85	267,051.63

COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
	2,529.88	30,358.51		2,666.74	32,000.90
	4,532.69	54,392.33		4,777.91	57,334.95
	2,108.23	25,298.76		2,222.29	26,667.42
	948.70	11,384.44		1,000.03	12,000.34
	2,319.05	27,828.63		2,444.51	29,334.16
	2,319.05	27,828.63		2,444.51	29,334.16
	948.70	11,384.44		1,000.03	12,000.34
	2,213.64	26,563.70		2,333.40	28,000.79
	1,370.35	16,444.19		1,444.49	17,333.82
	1,264.94	15,179.25		1,333.37	16,000.45
	1,264.94	15,179.25		1,333.37	16,000.45
504.99	-	6,059.86	510.09	-	6,121.07
998.50	-	11,981.98	1,008.58	-	12,103.00

-	29.28	351.37	-	30.87	370.38
-	28.11	337.32	-	29.63	355.57
-	11.71	140.55	-	12.35	148.15
1,503.49	21,889.28	280,713.22	1,518.67	23,073.49	295,105.96

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

b)Detalle de Gastos

Según (Steven Jorge Pedrosa, 2019)” Gasto es la utilización o consumo de un bien o servicio a cambio de una contraprestación, se suele realizar mediante una cantidad saliente de dinero, También se denomina egreso”.

A continuación, se detallan los diferentes gastos que tiene la Empresa Quick Sales.

Tabla 52Detalle de Gastos

DETALLE DE GASTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 13,583.99
Sueldo Gerente General	\$ 489.99	\$ 5,879.90
Cajero	\$ 489.99	\$ 5,879.90
Servicios Básicos	\$ 60.00	\$ 720.00
Depreciación muebles y enseres	\$ 2.79	\$ 33.50
Depreciación Vehículo	\$ 18.33	\$ 220.00
Depreciación Inmueble	\$ 33.62	\$ 403.40
Depreciación equipo de oficina	\$ 3.25	\$ 39.00
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 10.42	\$ 125.00
Depreciación equipo de computación	\$ 23.61	\$ 283.31
GASTOS FINANCIEROS		\$ -
Préstamo Bancario	-	\$ -
GASTOS DE VENTAS		\$ 540.00
Publicidad	\$ 45.00	\$ 540.00
	\$ 1,177.00	\$ 14,123.99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

a) Proyección de Gastos

Para los cálculos de la proyección de gastos, se tomó el promedio de la inflación de 1.01%, utilizando este incremento para los posteriores gastos anuales de la Empresa.

Tabla 53 Proyección de Gastos

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2	GASTOS		TOTAL AÑO 3
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldo Gerente General	489.99	489.99	-	5,879.90	494.94	-	5,939.28	499.94	-	5,999.27
Cajero	489.99	489.99	-	5,879.90	494.94	-	5,939.28	499.94	-	5,999.27
Servicios Básicos	60.00	60.00	-	720.00	60.61	-	727.27	61.22	-	734.62
Depreciación muebles y enseres	2.79	2.79	-	33.50	2.82	-	33.84	2.85	-	34.18
Depreciación Vehículo	18.33	18.33	-	220.00	18.52	-	222.22	18.71	-	224.47
Depreciación Inmueble	33.62	33.62	-	403.40	33.96	-	407.47	34.30	-	411.58
Depreciación equipo de oficina	3.25	3.25	-	39.00	3.28	-	39.39	3.32	-	39.79
Depreciación maquinaria y equipo	10.42	10.42	-	125.00	10.52	-	126.26	10.63	-	127.54
Depreciación equipo de computación	23.61	23.61	-	283.31	23.85	-	286.17	24.09	-	289.06
GASTOS DE VENTAS										
Publicidad	45.00	-	45.00	540.00	-	45.45	545.45	-	45.91	550.96
TOTAL	1,177.00	1,132.00	45.00	14,123.99	1,143.43	45.45	14,266.64	1,154.98	45.91	14,410.74

GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
504.99	-	6,059.86	510.09	-	6,121.07
504.99	-	6,059.86	510.09	-	6,121.07
61.84	-	742.04	62.46	-	749.53
2.88	-	34.53	2.91	-	34.87
18.89	-	226.73	19.09	-	229.02
34.65	-	415.74	35.00	-	419.94
3.35	-	40.19	3.38	-	40.60
10.74	-	128.83	10.84	-	130.13
24.33	-	291.98	24.58	-	294.93
-	46.38	556.53	-	46.85	562.15
1,166.65	46.38	14,556.29	1,178.43	46.85	14,703.30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Mano de Obra

Según (Ilián Pérez Porto y María Merino, 2017) “El rol de pagos es el registro que lleva una compañía para detallar los pagos y los descuentos que tiene que hacer cada mes a sus empleados”.

En la tabla N°55 se detalla el número de personas a trabajar en la empresa Quick Sales cada uno con su salario y sus respectivos beneficios lo que conforma un rol de pagos.

Tabla 54 Rol de pagos

N°	NÓMINA	CARGO	DÍAS TRABAJADOS	SALARIO	HORAS EXTRAS	INGRESOS			EGRESOS			
						COMISIONES	SUBTOTAL INGRESO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESO	APORTE PERSONAL 9,45%	TOTAL EGRESO	TOTAL A RECIBIR
1	Fernando Mora	Gerente General	24	410.00	0.00	0.00	410.00	34.15	444.15	38.75	38.75	405.41
2	Sebastián Álvarez	Cajero	24	410.00	0.00	0.00	410.00	34.15	444.15	38.75	38.75	405.41
3	Daniel Pérez	Despachador	24	410.00	0.00	0.00	410.00	34.15	444.15	38.75	38.75	405.41
4	David Arias	Motorizado 1	24	405.00	0.00	0.00	405.00	33.74	438.74	38.27	38.27	400.46
5	Javier Morales	Motorizado 2	24	405.00	0.00	0.00	405.00	33.74	438.74	38.27	38.27	400.46
TOTAL				2,040.00	0.00	0.00	2,040.00	169.93	2,209.93	192.78	192.78	2,017.15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Rol de Provisiones:

La tabla N°55, muestra el rol de provisiones de todo el Recurso Humano que conforman la empresa Quick Sales.

Tabla 56 Rol de Provisiones

ROL DE PROVISIONES								
N°	NOMBRES	CARGO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	TOTAL REMUNERACIÓN
1	Fernando Mora	Gerente General	34.17	33.33	17.08	84.58	45.72	489.99
2	Sebastián Álvarez	Cajero	34.17	33.33	17.08	84.58	45.72	489.99
3	Daniel Pérez	Despachador	34.17	33.33	17.08	84.58	45.72	489.99
4	David Arias	Motorizado 1	33.75	33.33	16.88	83.96	45.16	484.42
5	Javier Morales	Motorizado 2	33.75	33.33	16.88	83.96	45.16	484.42
TOTAL			170.00	166.67	85.00	421.67	227.46	2438.82

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Depreciaciones

La depreciación es una disminución del valor o del precio de algo. Esta caída puede detectarse a partir de la comparación con el valor o el precio previo, o en relación a otras cosas de su misma o igual clase. (Julián Pérez Porto y María Merino, 2019)

En la tabla N°57, se puede apreciar la depreciación de activos fijos que posee la Empresa.

Tabla 55 Depreciaciones

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de Oficina	10	390.00	10%	39.00
Muebles y Enseres	10	335.00	10%	33.50
Equipo de Computación	3	850.00	33.33%	283.31
Maquinaria y Equipo	10	1,250.00	10.00%	125.00
Vehículos	5	1,100.00	20%	220.00
Inmuebles	20	8,067.90	5%	403.40
TOTAL		\$ 11,992.90		1,104.20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor.

Proyección de depreciaciones

La tabla N°58, muestra la proyección de la depreciación de 5 años posteriores.

Tabla 56 Proyección de Depreciaciones

PROYECCIÓN DE DEPRECIACIONES					
DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de Oficina	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00
Muebles y Enseres	33.50	33.50	33.50	33.50	33.50
Equipo de Computación	283.31	283.31	283.31	-	-
Maquinaria y Equipo	125.00	125.00	125.00	125.00	125.00
Vehículos	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00
Inmuebles	403.40	403.40	403.40	403.40	403.40
TOTAL	1,104.20	1,104.20	1,104.20	820.90	820.90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.5 Calculo de ingresos

Según (María Estela Raffino, 2020) “Se denomina ingreso al incremento de los recursos económicos que presenta una organización, una persona o un sistema contable, y que constituye un aumento del patrimonio neto de los mismos”.

En la tabla N°59, se observa el precio de venta unitario obteniendo de la sumatoria de costos + gastos, resultando ser el costo de producción a ello se le suma un porcentaje de utilidad obteniendo un margen del 25,95% de todos los ingresos mensuales.

Descripción de la canasta básica en lo teórico.

Tabla 57 Calculo de ingresos

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO+GASTO MENSUAL	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD %	MARGEN DE UTILIDAD \$	INGRESOS MENSUALES	UNIDADES PRODUCIDAS	P. VENTA UNITARIO
Canasta Especial								
Básica	unidades	\$ 21,324.84	\$ 11.85	25.95%	7,457.16	\$ 28,782.00	1800	\$ 15.99
TOTAL		\$ 21,324.84	\$ 11.85	25.95%	7,457.16	\$ 28,782.00	1800	\$ 15.99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Proyección de Ingresos:

Para la proyección de ingresos en 5 años se ha considerado lo siguiente: en la cantidad se ha utilizado la tasa del crecimiento del sector de alimentos con el 4.4% y para el precio se ha utilizado la tasa promedio de la inflación con el 1,01%.

Tabla 58 Proyección de Ingresos

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 1	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 2	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 3
Canasta Especial									
Básica	21,600.00	15.99	345,384.00	22,550	16.15	364,222.76	23,543	16.31	384,089.08
TOTAL	21,600.00	15.99	345,384.00	22,550	16.15	364,222.76	23,543	16.31	384,089.08

CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 4	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 5
24,578	16.48	405,038.98	25,660	16.65	427,131.59
24,578	16.48	405,038.98	25,660	16.65	427,131.59

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.6 Flujo de Caja

Según (Marco Antonio Moreno, 2019) “El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado”.

En el siguiente flujo de caja se presenta el detalle de utilidad neta de la diferencia de los ingresos y egresos que tiene la empresa anualmente, obteniendo una liquidez cada año.

Tabla 59 Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas		345,384.00	364,222.76	384,089.08	405,038.98	427,131.59
(-) Costo de Ventas		241,774.03	254,083.74	267,051.63	280,713.22	295,105.96
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		103,609.97	110,139.02	117,037.45	124,325.77	132,025.63
(-) Gasto de Venta		540.00	545.45	550.96	556.53	562.15
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS		103,069.97	109,593.57	116,486.48	123,769.24	131,463.48
(-) Gastos Administrativos		13,583.99	13,721.19	13,859.77	13,999.76	14,141.16
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		89,485.98	95,872.38	102,626.71	109,769.48	117,322.33
(-) Gastos Financieros		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) Otros Ingresos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Otros Egresos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES		89,485.98	95,872.38	102,626.71	109,769.48	117,322.33
(-) 15% Participación trabajadores		13,422.90	14,380.86	15,394.01	16,465.42	17,598.35

(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	76,063.08	81,491.52	87,232.70	93,304.06	99,723.98
(-) Impuesto a la renta 25%	19,015.77	20,372.88	21,808.18	23,326.01	24,930.99
(=) UTILIDAD NETA	57,047.31	61,118.64	65,424.53	69,978.04	74,792.98
(+) Depreciaciones	1,104.20	1,115.35	1,126.62	1,138.00	1,149.49
(-) Amortización pago capital	-	-	-	-	-
(-) Inversión Inicial	-77,399.90	-	-	-	-
(=) FLUJO DE EFECTIVO	-77,399.90	58,151.51	62,233.99	66,551.15	71,116.04

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.7 Punto de equilibrio

Según (Enrique Arias, 2020) “El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales”

El punto de equilibrio es una herramienta donde se determina que los costos fijos y variables se encuentran cubiertos, por lo tanto, la Empresa debe vender 4.160,14 dólares o distribuir 260 canastas para no perder ni ganar, siendo los valores antes mencionados la recuperación de la inversión mensual.

Según (Smith) “Para calcular el punto de equilibrio se debe aplicar la siguiente fórmula”:

Tabla 60 Datos para el punto de equilibrio

COSTOS FIJOS MENSUALES	COSTOS VARIABLE UNIT.	PRECIO DE VENTA UNITARIO
\$ 1,458.84	10.38	15.99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Punto de equilibrio en dólares:

$$\begin{aligned} \text{PE:} & \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS TOTALES}}} \\ \text{PE:} & \frac{1.458,84}{1 - \frac{18.689,00}{28.782,00}} \\ \text{PE} & = 4.160,14 \text{ dólares} \end{aligned}$$

Punto de equilibrio en unidades:

PEQ:

$$\frac{COSTOS FIJOS}{PRECIO - COSTO DE VARIABLE UNITARIO}$$

PEQ:

$$\frac{1.458,84}{15,99 - 10,38}$$

PEQ:

260 canastas

Tabla 61 Punto de Equilibrio

Unidades	costo total	Ingreso
15	\$ 1,614.58	\$ 239.85
30	\$ 1,770.32	\$ 479.70
45	\$ 1,926.06	\$ 719.55
60	\$ 2,081.80	\$ 959.40
75	\$ 2,237.54	\$ 1,199.25
90	\$ 2,393.29	\$ 1,439.10
105	\$ 2,549.03	\$ 1,678.95
120	\$ 2,704.77	\$ 1,918.80
135	\$ 2,860.51	\$ 2,158.65
150	\$ 3,016.25	\$ 2,398.50
165	\$ 3,171.99	\$ 2,638.35
180	\$ 3,327.74	\$ 2,878.20
195	\$ 3,483.48	\$ 3,118.05
210	\$ 3,639.22	\$ 3,357.90
225	\$ 3,794.96	\$ 3,597.75
240	\$ 3,950.70	\$ 3,837.60
255	\$ 4,106.44	\$ 4,077.45
270	\$ 4,262.19	\$ 4,317.30
285	\$ 4,417.93	\$ 4,557.15
300	\$ 4,573.67	\$ 4,797.00
315	\$ 4,729.41	\$ 5,036.85
330	\$ 4,885.15	\$ 5,276.70
345	\$ 5,040.89	\$ 5,516.55
360	\$ 5,196.64	\$ 5,756.40
375	\$ 5,352.38	\$ 5,996.25
390	\$ 5,508.12	\$ 6,236.10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

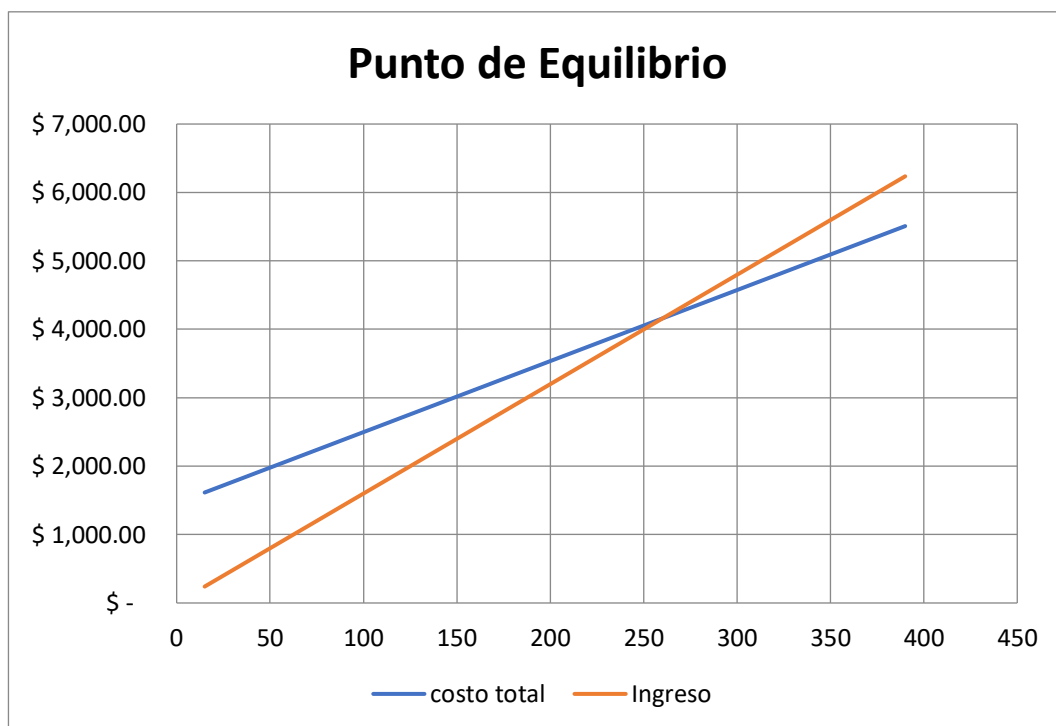


Ilustración 27 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.8 Estado de resultados proyectado:

El estado de resultados o estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en un período de tiempo, con el objeto de analizar dicha información y tomar decisiones en base a ella. Además brinda información sobre el desempeño del ente que sea útil para predecir sus resultados futuros. (Macarena Jauregui, 2017)

En la tabla N°64 se detalla los ingresos obtenidos, los costos y gastos del producto de producción, impuestos y como consecuencia el beneficio o utilidad del ejercicio que Quick Sales generará anualmente

Tabla 62 Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas	345,384.00	364,222.76	384,089.08	405,038.98	427,131.59
(-) Costo de Ventas	241,774.03	254,083.74	267,051.63	280,713.22	295,105.96
UTILIDAD BRUTA EN					
(=) VENTAS	103,609.97	110,139.02	117,037.45	124,325.77	132,025.63
(-) Gasto de Venta	540.00	545.45	550.96	556.53	562.15
UTILIDAD NETA EN					
(=) VENTAS	103,069.97	109,593.57	116,486.48	123,769.24	131,463.48
(-) Gastos Administrativos	13,583.99	13,721.19	13,859.77	13,999.76	14,141.16
UTILIDAD					
(=) OPERACIONAL	89,485.98	95,872.38	102,626.71	109,769.48	117,322.33
(-) Gastos Financieros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Otros Egresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD ANTES DE					
(=) PARTICIPACIONES	89,485.98	95,872.38	102,626.71	109,769.48	117,322.33
15% Participación					
(-) trabajadores	13,422.90	14,380.86	15,394.01	16,465.42	17,598.35
UTILIDAD ANTES DE					
(=) IMPUESTOS	76,063.08	81,491.52	87,232.70	93,304.06	99,723.98
(-) Impuesto a la renta 25%	19,015.77	20,372.88	21,808.18	23,326.01	24,930.99
UTILIDAD O PÉRDIDA					
(=) DEL EJERCICIO	57,047.31	61,118.64	65,424.53	69,978.04	74,792.98

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

5.9 Evaluación Financiera

a) Indicadores Financieros

Los indicadores financieros son herramientas que se diseñan utilizando la información financiera de la empresa, y son necesarias para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, la capacidad de generar liquidez, los rendimientos y las utilidades de la entidad, a través de la interpretación de las cifras, de los resultados y de la información en general. (Javier Andrade, 2018)

a.1) Tasa mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Según (Jim Woodruf, 2019) "La TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento) es la rentabilidad mínima que un inversionista espera obtener de una inversión, teniendo en cuenta los riesgos de la inversión y el costo de oportunidad de ejecutarla en lugar de otras inversiones".

Para el cálculo de la TMAR se tomó en cuenta la inflación promedio del País con un 1,01% y la tasa pasiva del año 2019 obtenida del Banco Central del Ecuador con un 6,02%, a esto se le adiciono un 10% de riesgo, tomando en cuenta la relación entre la inflación promedio del País de 1,01% obteniendo una TMAR de 17,03%.

Tabla 63 Tasa mínima aceptable de retorno

Inflación	1.01%
Tasa de Interés Pasiva	6.02%
Riesgo	10%
TMAR	17.03%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

a.2) Valor actual neto:

Según (Víctor Velayos Morales, 2019) "El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión".

A continuación se detalla el proceso de cómo se sacó el Van:

VAN

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+K)^1} + \frac{Q_2}{(1+K)^2} + \frac{Q_3}{(1+K)^3} + \frac{Q_4}{(1+K)^4} + \frac{Q_5}{(1+K)^5}$$
$$VAN = -77.399,90 + \frac{58.151,51}{(1+0,1703)^1} + \frac{62.233,99}{(1+0,1703)^2} + \frac{66.551,15}{(1+0,1703)^3}$$
$$+ \frac{71.116,04}{(1+0,1703)^4} + \frac{75.942,47}{(1+0,1703)^5}$$

$$VAN = -77.399,90 + \frac{58.151,51}{1.1703} + \frac{62.233,99}{1.3696} + \frac{66.551,15}{1.6028} + \frac{71.116,04}{1.8758} + \frac{75.942,47}{2.1952}$$

$$VAN = -77.399,90 + 49.689,40 + 45.439,54 + 41.521,80 + 37.912,38 + 34.594,78$$

$$VAN = \$131.758,00$$

El valor actual neto es un indicador financiero que determina la viabilidad de un proyecto, tras medir los ingresos, egresos y descontando la inversión inicial y así obteniendo algún beneficio o ganancia, por lo tanto, observamos que la Empresa refleja un VAN en un período de 5 años de \$ 131.758,00, siendo mayor a 1, lo que representa que el proyecto es viable para invertir.

a.3) Tasa Interna de Retorno

Según (Andrés Sevilla, 2020) “La Tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, es decir que es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto”.

El TIR es un indicador de rentabilidad de un proyecto, lo cual permite saber si el negocio es viable, para la Empresa se obtiene una TIR de 76% superando a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), dando como resultado que el proyecto es rentable.

Tabla 64 Tasa Interna de Retorno

Año 0	-77,399.90
Año 1	58,151.51
Año 2	62,233.99
Año 3	66,551.15
Año 4	71,116.04
Año 5	75,942.47
TIR	76%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

a.4) Beneficio Costo

La relación costo beneficio se toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

Se obtiene un beneficio costo de 2,70, lo que representa que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 1,70 centavos.

$$R \frac{b}{c} = \frac{\sum FNE / (1 + i)^n}{I_0}$$

$$R \frac{b}{c} = \frac{209.157,90}{77.399,90}$$

$$R \frac{b}{c} = 2,70$$

a.5) Período de Recuperación:

Según (Jose Didier Vaquiro, 2020) "El Periodo de Recuperación es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo".

El período de recuperación permite identificar en que tiempo se recuperara el capital invertido, siendo para la Empresa Quick Sales la tabla N° 68 indica que el dinero invertido se lo recupera en el año 2, con un saldo a favor de \$ 42,985.60 dólares.

Tabla 65 Período de Recuperación

INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	SALDO
-77,399.90	58,151.51	62,233.99	42,985.60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

a.6) Rentabilidad:

Según (Iban García, 2017) “El término rentabilidad se refiere a los beneficios conseguidos o que pueden obtenerse procedentes de una inversión realizada con anterioridad”.

La Empresa obtendrá un 30% de rentabilidad en el primer año.

$$\frac{\text{Ventas Netas} - \text{Costos de venta}}{\text{Ventas}} \times 100$$

$$\frac{345.384,00 - 241.774,03}{345.384,00} \times 100$$

$$= 30\%$$

CONCLUSIONES

En el presente trabajo se presenta un plan de negocios para la distribución de LA creación de una Empresa Comercializadora de Productos de Primera Necesidad con puntos de venta móviles y servicio de entrega a domicilio en la zona urbana del DMQ. Planteando las siguientes conclusiones:

- Mantener la oferta y demanda de prestaciones de servicios de entregas de canastas a domicilio mantienen el incremento en el sector alimenticio ya que se obtuvo un dato de 291 personas que aceptaron el servicio y esto genero viabilidad y rentabilidad para seguir continuando con el negocio.
- Se pudo establecer que cada uno de los procesos de la empresa son totalmente ágiles ya que muestra que el ciclo de cada uno es decir el tiempo de uso lo que es mínimo para que el cliente obtenga un servicio ágil y de calidad
- Se logro plantear estrategias para el buen funcionamiento de la empresa, su organización tanto funcional como estructural, el total de personal es de 5 personas los cuales ayudaran a cumplir con las metas y objetivos de la empresa.
- Se pudo culminar las normativas correctas como establece la ley tanto como permisos, papeles y los diferentes pasos que ayudaron a la creación de la empresa para su buen funcionamiento.
- La empresa está en capacidad de concluir con el respectivo estudio financiero y a pesar de que la inversión para la creación de la empresa es alta, se observa que su rentabilidad es muy buena la cual es del 30%, considerando que existe un aumento en la demanda por la prestación de servicio a domicilio en el sector alimenticio.

RECOMENDACIONES

- La situación del Sector Alimenticio está en un punto alto de ingresos, por lo cual se debe iniciar y ejecutar el plan propuesto para la creación de la Empresa.
- Se debe mantener un buen control de los procesos planeando a futuro mejores herramientas para evitar los cuellos de botellas y problemas en la organización.
- Se debe preservar la estructura administrativa y mantener estableciendo estrategias para el buen funcionamiento del negocio.
- Es importante que la empresa cumpla con todas las leyes y permisos establecidos para evitar inconvenientes como organización.
- Mantener un buen manejo de la parte financiera de la empresa ayudara a generar una rentabilidad y utilidad para el negocio

Con todo lo mencionado anteriormente se recomienda que el negocio tengan su respectiva creación y funcionamiento ya que genera gran demanda y rentabilidad.

Bibliografía

- Alejandro Perez. (20 de 01 de 2018). *Nuevas normas iso*. Obtenido de Nuevas normas iso: <https://www.nueva-iso-45001.com/2016/01/que-es-la-iso-45001/>
- Andrade Espinosa, A. M. (2016). Productos perecibles. *Bachelor*, 60.
- Andrade, R. (20 de 05 de 2019). Definición de Perecibles y No Perecibles. (F. Mora, Entrevistador) Obtenido de <https://definicion.de/abasto/#:~:text=A-,Definici%C3%B3n%20de%20abasto,se%20necesitan%20para%20la%20subsistencia.>
- Andres Sevilla. (15 de 04 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/bien-de-primera-necesidad.html>
- Andrés Sevilla. (15 de 05 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Argudo, J. (2020).
- Bolívar, R. (2016). Entrega a domicilio de los supermercados. *Cuadernos de Contabilidad*.
- ConceptoDefinición. (22 de 07 de 2019). Obtenido de ConceptoDefinición: <https://conceptodefinicion.de/pagina-web/>
- Consultoría de Negocio. (24 de 02 de 2020). *Plan de inversion inicial*. Obtenido de Plan de inversion inicial: <https://www.cmcnegocio.com/blog-sobre-desarrollo-de-negocio/plan-de-inversion-inicial-en-una-empresa-definicion-y-contenido/>
- De significados. (18 de 04 de 2020). *Desiginificados*. Obtenido de Desiginificados: <https://designificados.com/abasto/>
- Economía. (03 de 05 de 2019). <https://sites.google.com/site/tecno1obachiller/tema-7-el-mercado/la-oferta>. Obtenido de Economía: <https://sites.google.com/site/tecno1obachiller/tema-7-el-mercado/la-oferta>
- Ekos. (15 de 01 de 2020). *Ekos*. Obtenido de Ekos: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/las-empresas-mas-grandes-por-ingresos-de-ecuador>
- Enrique Arias. (17 de 04 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- Franquet, A. R. (2017).

- Gallerano, M. V. (2018). Conceptos y Limites de Mercado. *Temas de Administración de Empresas*, 24.
- García, I. (2017).
- Gil, S. (2018).
- Helmut Sy Corvo. (15 de 01 de 2019). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/demanda-potencial/>
- Iban García. (31 de 08 de 2017). *Economía Simple*. Obtenido de Economía Simple: <https://www.economiasimple.net/glosario/rentabilidad>
- INEC. (17 de 04 de 2010). Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Javier Andrade. (18 de 02 de 2018). *Actualicese*. Obtenido de Actualicese: <https://actualicese.com/definicion-de-indicadores-financieros/>
- Jim Woodruff. (25 de 05 de 2019). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/tmar-tasa-minima-aceptable-rendimiento/>
- Jose Didier Vaquiro. (23 de 02 de 2020). *Pymesfuturo.com*. Obtenido de Pymesfuturo.com: <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- José Didier Váquiro C. (12 de 05 de 2020). *PF(Proyectos y Finanzas)*. Obtenido de PF (Proyectos y Finanzas): <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Julián Pérez Porto y María Merino. (12 de 03 de 2019). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/depreciacion/>
- Julián Pérez Porto y María Merino. (15 de 04 de 2017). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/rol-de-pagos/>
- Macarena Jauregui. (23 de 03 de 2017). *Aprendiendo Administración*. Obtenido de Aprendiendo Administración: <https://aprendiendoadministracion.com/estado-de-resultados/>
- Marco Antonio Moreno. (07 de 06 de 2019). *El Blog Salmon*. Obtenido de El Blog Salmon: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>
- María Estela Raffino. (18 de 06 de 2018). *Concepto de*. Obtenido de Concepto de.: <https://concepto.de/costo/>
- María Estela Raffino. (14 de 02 de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/pagina-web/>

- María Estela Raffino. (12 de 02 de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/ingreso-2/>
- María Montero. (17 de 10 de 2017). *Emprendepyme*. Obtenido de Emprendepyme: <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-plan-de-financiacion.html>
- Ministerio de Relaciones Laborales. (23 de 04 de 2016). *Normas reguladoras*. Obtenido de Normas reguladoras: <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/Normas-que-regulan-la-aplicacion-y-procedimiento-de-autorizaci%C3%B3n-de-horarios-especiales.pdf>
- MYABCM. (05 de 03 de 2018). *El mejor contenido en costos y rentabilidad*. Obtenido de El mejor contenido en costos y rentabilidad: <https://www.myabcm.com/es/blog-post/capital-de-trabajo-que-es-y-como-puede-calcularlo/>
- OISS. (30 de 06 de 2016). *Gestión dela Seguridad y Salud laboral en las PYMES*. Obtenido de Gestión dela Seguridad y Salud laboral en las PYMES: https://www.diba.cat/documents/467843/96195101/Gestion_seguridad_saludl_aboral_PYMES.pdf/32cc3263-8186-4431-a915-a705a9936457
- Pacheco, J. (2020).
- Pedro Guajardo. (01 de 06 de 2019). *RockContent*. Obtenido de RockContent: <https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico/>
- Pérez Jaramillo, Carlos Mario. (26 de 04 de 2020). *Reliabilityweb.com*. Obtenido de Reliabilityweb.com: <https://reliabilityweb.com/sp/articles/entry/los-indicadores-de-gestion>
- PIME menorca*. (01 de 06 de 2016). Obtenido de PIME menorca: <https://www.pimemenorca.org/documento/38/plantilla-check-list-deteccion-carencias-en-las-empresas>
- Properati. (22 de 03 de 2018). *Oferta de supermercados en Quito*. Obtenido de Properati: <https://blog.properati.com.ec/el-centro-norte-de-quito-es-la-zona-con-mas-supermercados/>
- Produccìon, C. d. (21 de 01 de 2020). Revista de industrias. (Issu, Ed.) *Issu*, 60. Obtenido de https://issuu.com/industrias/docs/revista_industrias_enero_2020
- Publicidad y Salud. (23 de 03 de 2019). *Alimentaciòn segun Maslow*. Obtenido de Alimentaciòn segun Maslow: <http://www.publicidadysalud.com/2011/07/la-alimentacion-segun-maslow/>
- Reales, H. (2016). El Mercado Empresarial, Conceptos Basicos. *Gestiopolis*, 40.
- Rodrigo González González y Jorge Jimeno Bernal. (22 de 03 de 2015). *PDCA HOME*. Obtenido de PDCA HOME: <https://www.pdcahome.com/check-list/>

Rodriguez, M. L. (2017). LA TÉCNICA DE LA ENCUESTA. *Métodologías de la Investigación*, 15.

Smith, A. (s.f.).

Smith, A. (s.f.).

Steven Jorge Pedrosa. (18 de 03 de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/gasto.html>

Suma CRM. (30 de 01 de 2020). *Suma CRM*. Obtenido de Suma CRM:
<https://www.sumacrm.com/soporte/que-es-crm>

Torreblanca, F. (2014).

Víctor Velayos Morales. (15 de 05 de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

WIKIPEDIA. (2016). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Takt_time

ANEXOS:

PÁGINA WEB

The screenshot shows a web browser window with several tabs open, including 'Editor Wix - misitio'. The address bar shows the URL: <https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/5db255d4-c5d1-4673-b8fd-875e178b29b5?>

At the top of the editor, there is a Wix logo, a status bar indicating 'Estás actualmente en modo vista previa' (You are currently in preview mode), and a green button labeled 'Volver al editor' (Return to editor).

A purple banner below the status bar reads: 'Haz upgrade de tu página web para eliminar los anuncios de Wix' (Upgrade your website to remove Wix ads), with a button that says 'Haz upgrade ahora' (Upgrade now).

The main content area shows a navigation menu with the following items: 'Inicio', 'Productos de abarros', 'Productos perecibles', 'Contáctanos', 'More', and a shopping cart icon.



The central focus is a large promotional banner for 'QUICK SALES'. The banner features a background image of fresh produce. The text on the banner includes:

- 'QUICK SALES' in large, bold, black serif font.
- 'Personaliza tu propia canasta:' (Personalize your own basket:) in white text on a dark background.
- A red shopping cart icon.
- 'QUICK SALES' in white text on a dark background.
- 'Registrate' (Sign up) in white text on a black background.


The bottom of the screenshot shows the Windows taskbar with the search bar containing 'Escribe aquí para buscar' (Write here to search), several application icons, and the system tray showing the time '14:53' and date '29/07/2020'.

Documentos X Correo: fernando mora velez X Vallenatos Románticos - Yo X Panel de Control | Wix.com X Editor Wix - mistio X









← → ↻ 🏠 <https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/6db255d4-c5d1-4673-b8fd-875e178b29b5?> 120%

Wix  Estás actualmente en modo vista previa 

Haz upgrade de tu página web para eliminar los anuncios de Wix [Haz upgrade ahora](#)

Inicio Productos de abarrotes Productos perecibles Contáctanos More  0

Productos relacionados

 Colas y Jugos \$1.00	 Salsas y atunes \$2.00	 Chocolate en polvo \$1.00	 Cafés y Aguas aromáticas \$1.50
 Colas y Jugos \$1.00	 Salsas y atunes \$2.00	 Chocolate en polvo \$1.00	 Cafés y Aguas aromáticas \$1.50

Escribe aquí para buscar

14:54 29/07/2020

REDES SOCIALES

Documentos | Correo: fernando mora veloz - | Vallenatos Románticos - Yo | (4) QUICK SALES | Facebook | Editor Wix - misitio

https://www.facebook.com/QUICK-SALES-108353947623350

Busca en Facebook

Administrar página

- QUICK SALES
- Inicio
- Bandeja de entrada
- Recursos y herramientas
- Administrar ofertas de empleo
- Notificaciones (89 nuevos)
- Estadísticas
- Herramientas de publicación
- Centro de anuncios
- Calidad de la página
- Configuración de la página

Inicio Empleos Eventos Opiniones Ver más

Promocionar Ver como visitante

QUICK SALES

Crear nombre de usuario - Supermercado

Editar Enviar mensaje

Crear publicación

Foto/video Registrar visita Sentimiento/actividad

Crear En directo Evento

Escribe aquí para buscar


14:58 29/07/2020

Principal ↑

Tendencias 🔥

Suscripciones 📺


Biblioteca 📖



QUICK SALES

PERSONALIZAR CANAL YOUTUBE STUDIO

PÁGINA PRINCIPAL VIDEOS LISTAS DE REPRODUCCIÓN CANALES DEBATE ACERCA D >



Sube un video para comenzar

BLOG DE CLIENTES:

The screenshot shows a web browser window with the following elements:

- Browser Tabs:** Documentos, Correo: fernan..., QUICK SALES, Bloggen: Lista d..., Bloggen: Quick..., Bloggen: Quick..., Quick Sale, Editor Wix - m...
- Address Bar:** <https://quicksalesugerencias.blogspot.com>
- Page Content:**
 - Navigation menu (hamburger icon) and search icon (magnifying glass) at the top.
 - Large title:

Quick Sale
 - White box with text:

No hay nada aquí.
 - Footer text:

Con tecnología de Blogger

Imágenes del tema de [Michael Elkan](#)
- Taskbar:** Windows logo, search bar (Escribe aquí para buscar), icons for Edge, Store, Firefox, File Explorer, Mail, Chrome, Excel, Word, OneDrive, and other apps. System tray shows 'Escritorio', network, volume, and date/time: 15:07, 29/07/2020.

Anexo Legal

Constitución de Compañía Legal

CONSTITUCIÓN COMPAÑÍA DE COMPAÑÍA LIMITADA

DENOMINADA

QUICK SALES CIA.LTDA

OTORGADO POR

FERNANDO ANDRES MORA VELEZ

JULIANA BEATRIZ JACOME MELO

CAPITAL SOCIAL: US\$ 2000

DI:3 COPIAS

En la ciudad de San Francisco de Quito, capital de la República del Ecuador hoy día viernes siete (7) de marzo del dos mil veinte, ante mí, Doctor Efraín Condor Herrera, Notario Cuadragésimo Octavo del Distrito Metropolitano de Quito comparecen, los señores, Fernando Andrés Mora Vèlez, Juliana Beatriz Jacome Melo, los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, casado el primero, casado la segunda y soltero el último, domiciliados en esta ciudad de Quito ; hábiles para contratar y contraer obligaciones , a quienes de conocer doy fe, por cuanto me han presentado sus documentos de identidad, cuyas copias certificadas se agregan a la presente; bien instruidos por mí.

En el objeto y resultado de esta escritura, que a celebrarla procede, libre y voluntariamente de acuerdo a la minuta que se entrega , cuyo tenor literal y que transcribo lo siguiente: SEÑOR NOTARIO.- En el protocolo de Escrituras Públicas a su cargo , sírvase incorporar una de la que aparezca el presente Contrato de Constitución Simultanea de la Compañía QUICK SALES CIA.LTDA, que se otorga de conformidad con las siguientes clausulas:

PRIMERA: COMPARECIENTES.- Comparecen el otorgamiento de la presente escritura pública los señores Fernando Andrés Mora Vèlez y Juliana Beatriz Jacome Melo, los comparecientes son mayores de edad , los dos de estado civil casados, ambos de nacionalidad ecuatoriana , domiciliados en el Cantón Quito hábiles para contratar y poder obligarse.

SEGUNDA: DECLARACIÓN JURAMENTADA Y VOLUNTAD DE CONSTITUCIÓN.- Los comparecientes manifiestan que en su voluntad constituir mediante el presente instrumento una compañía de responsabilidad limitada que se denominará QUICK SALES CIA.LTDA; en consecuencia con esta manifestación de voluntad , hecha libremente y con pleno conocimiento de los efectos llamados a producir, fundan y constituyen esta Compañía mediante el presente acto de constitución y declaran bajo juramento que vinculan la manifestación de su voluntad expresada, a todas y cada una de las cláusulas de este Contrato.

TERCERA ESTATUS.- Los comparecientes declaran bajo juramento que la Compañía que se constituye mediante la presente Escritura Pública se regirá por las leyes ecuatorianas y los siguientes estatutos.- ESTARUROS: CAPÍTULO PRIMERO.- NATURALEZA, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO, MEDIOS, PLAZO Y DURACIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.- Artículo Primero.- NATURALEZA Y DENOMINACIÓN.- La Compañía se denominara QUICK SALES CIA.LTDA, y es una Compañía de Responsabilidad Limitada de nacionalidad ecuatoriana que se rige por las leyes ecuatorianas y por las disposiciones en los presentes Estatutos se le designara simplemente como “la Compañía”.- Artículo Segundo.- Provincia de Pichincha, República del Ecuador; pero podrá tener sucursales , agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, previa resolución de la Junta General , adoptada con sujeción la ley de Compañías y estos estatutos.- Artículo Tercero.- Objeto.- El giro del negocio de la compañía radica en las siguientes actividades: a)Comercializar productos de

primera necesidad, b) Distribuir las mediante entrega a domicilio y de forma directa con el cliente.

Para el cumplimiento de su objeto social la compañía podrá ejecutar toda clase de actos y contratos permitidos por la ley, celebrar contratos de asociación con personas jurídicas o naturales, nacionales o extranjeras, adquirir para sí acciones, participaciones o derechos en compañías, fundaciones y/o corporaciones existentes promover la constitución de nuevas compañías y participar en el contrato constitutivo; actuar como mandataria de personas naturales y/o jurídicas y ejercer la representación de empresas nacionales y/o extranjeras.- Artículo Cuarto.

PLAZO Y DURACIÓN. - El plazo por el cual se forma la Compañía es de 100 años, a contarse desde la fecha de inscripción en el Registro Mercantil de la Escritura Pública de Constitución de la misma. Vencido este plazo, la Compañía se extinguirá de pleno derecho, a menos que los socios, reunidos en Junta General Ordinaria o Extraordinaria en forma expresa y antes de su expiración, decidieron prorrogarlo de conformidad con lo previsto con estos estatutos.- Artículo Quinto.- **DISOLUCIÓN ANTICIPADA Y LIQUIDACIÓN.**- La junta general de socios podrá acordar en la forma prevista por la Ley de Compañías, la disolución de la Compañía antes de que fenezca el plazo establecido en los presentes Estatutos.- Para la liquidación de la compañía, por disolución voluntaria o forzosa, se procederá de acuerdo con la Ley de Compañías y con las disposiciones de este estatuto, en cuanto estas no sean contrarias con la ley. Salvó decisión en contrario de la Junta General de Socios, en caso de liquidación de la Compañía actuará como Liquidador en Gerente General de la misma.

CAPÍTULO SEGUNDO.- CAPITAL SOCIAL, PARTICIPACIONES Y RESERVAS.- ARTÍCULO SEXTO.- CAPITAL SOCIAL.-El capital social es de 400 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (400\$), dividida en 400 participaciones con un valor nominal de un dólar cada una.- Artículo Séptimo.- CERTIFICADOS.- Las participaciones constaran de certificados de aportación numerados y no negociables que serán firmados por el GERENTE GENERAL y el Presidente de la Compañía .-Artículo Octavo.- DERECHO PREFERENTE .- Los socios de la compañía tendrán derecho preferente, en proporción a sus participantes , para suscribir las que se emitan de en cada caso de aumento de capital suscrito .Este derecho se ejercitara dentro de los treinta días siguientes a la publicación por la prensa del aviso del respectivo acuerdo de la junta general. Los socios que estuvieren en mora del pago no podrán ejercer este derecho preferente, mientras no hayan pagado lo que estuvieren adeudando por este concepto.- Artículo Noveno.- FONDO DE RESERVA LEGAL.- La Compañía formara una reserva legal con el siete por ciento (7%)de las utilidades liquidadas en cada ejercicio, hasta completar por lo menos el veinticinco por ciento(25%) del capital suscrito.- Artículo 10.- FONDO DE RESERVA VOLUNTARIO Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES.- Una vez hechas las deducciones a la que se refiere el artículo presidente, la Junta General de Socios, podrá decidir la formación de un Fondo de Reserva Voluntario, pudiendo destinar para el efecto, una parte de las utilidades líquidas anuales distribuibles, a la totalidad de ellas .- Para destinar más del cincuenta por ciento a las utilidades liquidas a la formación de un Fondo de Reserva Voluntario , Sera necesario el consentimiento unánime de todos los socios presentes , en caso contrario del saldo distribuible líquidos anuales, por lo menos un cincuenta por ciento será distribuido entre los Socios en proporción al capital pagado . que cada uno de ellos tenga en la Compañía.

CAPÍTULO TERCERO.- ORGANOS DE GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.- Artículo decimo primero.- DEL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACIÓN.- La compañía será gobernada por la junta general de socios y administrada por el presidente y el gerente general.- Artículo décimo segundo.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La Junta General de Socios es el órgano supremo de la Compañía y se compone de los socios o de sus representantes o mandatarios reunidos con el quórum y en las condiciones que la ley de compañías, los reglamentos de la superintendencia de Compañías y los presentes estatutos exigen .-Artículo décimo tercero.-ATRIBUCIONES Y DEBERES.-Son atribuciones y deberes de la Junta General de Socios: a)Ejercer sus facultades y cumplir con las obligaciones que la ley de compañías y los presentes estatutos atribuyen a u competencia.; b)Interpretar en forma obligatoria para todos los socios y órganos de administración y fiscalización de la Compañía , las normas consagradas en estos estatutos ; c)Elegir el presidente y gerente General y señalarles sueldos, honorarios o cualquier otro tipo de remuneración. Artículo Vigésimo sexto .- LIQUIDADOR.- Salvo decisión en contrario la Junta General de Socios, en caso de liquidación de la compañía, actuará como liquidador el Gerente de la misma.

CAPÍTULO CUARTO.- DE LA FISCALIZACIÓN.- Artículo Vigésimo Séptimo.- FISCALIZACIÓN.- Los comparecientes declaran bajo juramento que la Junta General, si lo considera necesario y por mayoría absoluta, designará en primera sesión se consolidará e, responsabilidades establecidas por la ley de Compañías y aquellas que lo asigne a la Junta General de Socios.- CAPÍTULO QUINTO. DISPOSICIONES VARIAS .- Artículo Vigésimo Octavo.-EJERCICIO ECONÓMICO.-El ejercicio económico de la compañía iniciara el primero de enero de cada año y terminará el 31 de diciembre de cada año.- Artículo Vigésimo Noveno.- NORMAS SUPLETORIAS.- Para todo lo que no esté previsto en los presentes estatutos se estará a las normas contenidas por la Ley de Compañía y demás disposiciones legales.-CUARTA DECLARACIÓN JURAMENTADA DE SUSCRIPCIÓN, PAGO E INTEGRACIÓN DEL CAPITAL.- Los socios fundadores declaran bajo juramento que suscriben y pagan íntegramente del capital

social de la compañía que asciende a setecientos dólares de los Estados Unidos el valor de las particiones esta de la siguiente manera) Socio Fernando Andrés Mora Vélez paga el valor de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (\$400) que corresponde a 400 particiones, b) El socio Juliana Beatriz Jacome Melo aporta con trescientos dólares (\$300) lo que corresponde a 300 particiones.; y declaran bajo juramento que depositan todo el capital pagado en una institución bancaria, de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 66 Detalle del capital utilizado

Socio	Nacionalidad	Capital Suscrito y Pagado	Participaciones	Capital en número de participaciones
Fernando Andrés Mora Vélez	Ecuatoriano	USD \$2.000	2,000	60%
Juliana Beatriz Jacome Melo	Ecuatoriana	USD \$1,000	1,000	40%
Total				100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

QUINTA.- TIPO DE INVERSIÓN.- La inversión que realizan los socios de la Compañía es nacional .-SEXTA.- DECLARACIÓN JURAMENTADA PARA ESTATUTOS, ADMINISTRACIÓN, FISCALIZACIÓN Y NOMBRAMIENTOS.- Los comparecientes declara acto n bajo juramento que están de acuerdo con el contenido de los Estatutos y que la forma en que se organizara la administración y fiscalización de la Compañía es la que establece en la cláusula tercera de esta escritura;.- SÉPTIMA.- DISPOSICIONES GENERALES.- Se autoriza expresamente al Ingeniero Iban Mora para que a nombre de la Compañía , suscriba los documentos que fueron precisos para lograr el perfeccionamiento legal de este acto de constitución , hasta la inscripción de esta escritura pública en el Registro Mercantil, sirviéndole para efecto como documento habilitante.- De esta manera se convoca a la primera Junta General de Socios.-

(firmado) Ing. Iban Mora, con matrícula diecisiete guión dos mil tres guión cincuenta y tres del Foro.

SR. FERNANDO ANDRES MORA VELEZ

C.C.1725252736

SRA.JULANA BEATRIZ JACOME MELO

C.C 1306924422

DR. EFRAIN CONDOR

NOTARIO CUADRAGESIMO NOVENO DE QUITO.

QUICK SALES CIA LTDA

Quito 10 de septiembre del 2020

Revisar realizar a párrafo sencillo y poner en el capítulo legal ver anexo
Señor

Fernando Andrés Mora Vélez.

Presente.-

De mis consideraciones

La junta General de socios de la compañía “QUICK SALES” en sesión celebrada este 10 de septiembre del 2020, resolvió designar a usted como PRESIDENTE de la compañía por un periodo de tres años, Contados desde la fecha de inscripción de este nombramiento.

Sus deberes y atribuciones constan determinados en la escritura pública de constitución de la compañía otorgada el 28 de agosto del 2020 ante el Notario Octavo del cantón de Quito.

Dr. Efraín Condor, aprobada mediante resolución de Superintendencia de Compañías No.04.QIJ.1999 del 27 de agosto del 2020, e inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Quito bajo el No1826,tomo 135 El 10 de septiembre del 2020.

Particular que me es grato comunicarle a usted para los fines legales consiguientes:

Atentamente

Juliana Jacome

GERENTE GENERAL

ACEPTACIÓN: Acepto la designación que antecede el cargo de presidente de la Compañía QUICK SALES CIA.LTDA.

Quito 20 de septiembre del 2020

Fernando Andrés Mora Vélez

C.C:172525273-6

QUICK SALES CIA LTDA

Quito 20 de septiembre del 2020

Señora

Juliana Jacome

Presente.-

De mis consideraciones

La junta General de socios de la compañía “QUICK SALES” en sesión celebrada este 20 de septiembre del 2020, resolvió designar a usted como GERENTE de la compañía por un periodo de TRES AÑOS. Contados desde la fecha de inscripción de este nombramiento.

Sus deberes y atribuciones constan determinados en la escritura pública de constitución de la compañía otorgada el 20 de septiembre del 2020 ante el Notario Octavo del cantón de Quito.

Dr. Efraín Condor, aprobada mediante resolución de Superintendencia de Compañías No.04.QIJ.I999 del 15 de septiembre del 2020, e inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Quito bajo el No1826,tomo 135 El 15 de septiembre del 2020.

Particular que me es grato comunicarle a usted para los fines legales consiguientes:

Atentamente

Fernando Mora

PRESIDENTE

ACEPTACIÓN: Acepto la designación que antecede el cargo de Gerente de la Compañía QUICK SALES CIA.LTDA.

Quito 25 de septiembre del 2020

Juliana Beatriz Jacome Melo

C.C:1306924422

ACTA DE LA JUNTA DEL 10-09-2020

En la ciudad de Quito a los 10 días del mes de septiembre del 2020 siendo las 16:00 , se celebra la Junta General Ordinaria para tratar respecto a las dignidades de QUICK SALES CIA LTDA. Bajo los siguientes puntos.

- 1.-Contatación de Quorum
- 2.-Elección de Gerente y presidente

DESARROLLO

Con la presencia del 100% del Capital Social Pagado de QUICK SALES CIA.LTDA, y una vez que se cumple con el Quorum establecido, se inicia la junta.

ELECCION DE GERENTE GENERAL Y PRESIDENTE

Se realiza la elección de un Gerente General y presidente para los siguientes años el cual fue aprobado de manera unánime quedando de la siguiente manera:

El señor FERNANDO ANDRES MORA VELEZ es elegido como presidente.
La señora JULIANA BEATRIZ JACOME MELO es elegida como Gerente.

Siendo las 19:00 se da por terminado la Junta y se procede a esperar un lapso de treinta minutos para la elaboración de la correspondiente acta de la misma que es aprobada por los miembros asistentes.

Para Constatar firman al pie de esta:

Fernando Andrés Mora Vélez
CC.1725252736

Juliana Beatriz Jacome Melo
CC.1306924422

Lisbeth Fernanda Mora Vélez
C.C.1745678932