



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA “DPV WORLD” DEDICADA A LA VENTA DE ACCESORIOS TECNOLÓGICOS EN EL CENTRO COMERCIAL “EL CONDADO”, SITUADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.

Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en

Administración Bancaria y Financiera

AUTOR: ECHEVERRIA BAICILLA ALEXANDER MESÍAS

Director: Ing. Jacqueline Torres

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quito, 18 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta): ECHEVERRIA BAICILLA ALEXANDER MESIAS, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA "DPV WORLD" DEDICADA A LA VENTA DE ACCESORIOS TECNOLÓGICOS EN EL CENTRO COMERCIAL EL CONDADO, SITUADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018., una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas, adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

ING. SOCORRO TORRES

Tutor del Proyecto

DR. LUIS LÓPEZ

Lector del proyecto



ING. ANGELA PIMBO

Revisor de Proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN
Director de Escuela (E)



MSC. GIOVANNI URBINA
Coordinador Unidad de Titulación

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

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



Alexander Mesías Echeverría Baicilla
C.C: 210079055-5

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Alexander Mesias Echeverría Baicilla** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **210079055-5** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA “DPV WORLD” DEDICADA A LA VENTA DE ACCESORIOS TECNOLÓGICOS EN EL CENTRO COMERCIAL “EL CONDADO”, SITUADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.**

con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Alexander Mesias Echeverría Baicilla
C.C: 210079055-5

Quito, 31/05/2018

DEDICATORIA

A mis queridos sobrinos por ser un motor fundamental en mi vida, por enseñarme que pese a las adversidades de la vida debemos seguir adelante con sus sonrisas alegrías y amor infinito.

A mis dos seres queridos que se encuentran en el cielo a mi hermana y mi Abuelito por su incomparable enseñanza, por su incomparable honestidad con muchos principios y valores ante los demás y sobre todo el respeto.

A mis amigos, compañeros del ITSCO que siempre estuvieron ahí cuando más lo necesite en las buenas y malas siempre compartiendo nuevas enseñanzas y consejos que engrandecen y enriquecen el corazón.

AGRADECIMIENTO

A mi Dios por darme la oportunidad de estar donde estoy, por darme salud, vida y amor propio, a mi mayor motivo e inspiración tan grande por el cual he luchado todos los días a mi amada Madre y Padre a la vez Elisa Baicilla doy las gracias ante conseguir un logro más en mi vida, por sus consejos apoyo y amor incondicional doy muchas gracias y un Dios le pague a mi madre.

Gracias al Instituto Cordillera por el profesionalismo, enseñanzas y sobre todo al pensamiento de sus creadores agradezco por formar damas y caballeros para la sociedad.

Agradezco infinitamente a mi Profesora y Tutora a la vez Ing. Jacqueline Torres por sus principios éticos y valores compartidos durante esta etapa de mi vida, gracias a ella puedo decir que ahora soy una mejor persona con principios y valores donde quiera que vaya.

Agradezco a mis jefes por siempre apoyarme, por la confianza que han depositado en mis actividades laborales y a crecer como persona de bien.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT	xv
CAPÍTULO I	1
Introducción.....	1
1.01 Justificación	2
1.02 Antecedentes.....	4
CAPÍTULO II	8
2.0 Análisis Situacional	8
2.01 Ambiente externo	8
2.01.01 Factor Económico	9
2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)	9
2.01.01.02 PIB Sectorial.....	10
2.01.01.03 La inflación	11
2.01.01.04 Balanza Comercial	12
2.01.01.05 Tasa de Interés.....	13
2.01.01.05.01 Tasa de Interés Pasiva.....	14
2.01.01.05.02 Tasa de Interés Activa	15
2.01.02 Factor Social.....	16
2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA).....	16
2.01.02.02 El desempleo	17
2.01.03 Factor Legal.....	19
2.01.03.01 Municipio Metropolitano de Quito.....	19
2.01.03.02 Políticas Internas del Centro Comercial.....	22

2.01.04 Factor Tecnológico	36
2.02 Entorno Local.....	37
2.02.01 Clientes.....	38
2.02.02 Proveedores.....	39
2.02.03 Competidores.....	39
2.02.04 Análisis FODA	40
2.03 Análisis interno	42
2.03.01 Propuesta estratégica	42
2.03.01.01 Misión.....	42
2.03.01.01.01 Misión de la empresa DPV WORLD	43
2.03.01.01.02 Factores Claves de la Misión	43
2.03.01.02 Visión.....	43
2.03.01.02.01 Visión de la empresa DPV WORLD	43
2.03.01.02.02 Factores claves de la Visión	44
2.03.01.03 Objetivos.....	44
2.03.01.03.01 Objetivo General	44
2.03.01.03.02 Objetivos Específicos	44
2.03.01.04 Principios	45
2.03.01.04.01 Principios Corporativos DPV World.....	45
2.03.01.05 Valores.....	46
2.03.01.05.01 Valores corporativos DPV World	46
2.03.01.06 Matriz Axiológica	47
2.03.01.07 Políticas Internas DPV World	47
2.03.02 Gestión administrativa	48
2.03.02.01 Planificación	48
2.03.02.01.01 Diagrama de Gantt	48
2.03.02.02 Organización	49
2.03.02.02.01 Organigrama	50
2.03.02.03 Dirección.....	53
2.03.02.04 Control.....	54
2.03.03 Gestión Operativa.....	55
2.03.03.01 Cadena de Valor	56
2.03.04 Gestión Comercial	57
2.03.04.01 Marketing Mix	57
2.03.04.01.01 Producto.....	58

2.03.04.01.02 Precio	58
2.03.04.01.04 Plaza.....	59
2.03.04.01.05 Promoción	60
2.03.04.02 Logotipo	61
CAPÍTULO III.....	62
3.0 Estudio de mercado.....	62
3.01 Análisis del consumidor	62
3.01.01 Determinación de la población y muestra	62
3.01.01.01 Población	62
3.01.01.02 Muestra.....	63
3.01.01.002.1 Población Infinita	63
3.01.01.02.02 Calculo de la Población	64
3.01.02 Técnicas de obtención de la información.....	64
3.01.02.01 Encuesta.....	64
3.01.02.01.01 Modelo de encuesta física.....	65
3.01.03 Análisis de la información.....	67
3.02 Oferta.....	78
3.02.01 Oferta histórica	78
3.02.02 Oferta Actual.....	79
3.02.03 Oferta Proyectada	79
3.03 Demanda	79
3.03.01 Demanda histórica.....	80
3.03.02 Demanda actual	80
3.03.03 Demanda Proyectada.....	81
3.04 Balance de oferta y demanda.....	81
3.04.02 Balance proyectado	82
CAPÍTULO IV	83
4.0 Estudio técnico	83
4.01 Tamaño del proyecto.....	83
4.01.01 Capacidad Instalada	84
4.01.02 Capacidad óptima	85
4.02 Localización	85
4.02.01 Macro localización	86
4.02.02 Micro localización.....	87
4.02.03 Localización óptima	88

4.03 Ingeniería del producto	89
4.03.01 Definición del bien o servicio.....	89
4.03.02 Distribución de la planta	90
4.03.02.01 Matriz SLP (Systematic Layout Planning).....	90
4.03.02.02 Plano de la Planta	91
4.03.03 Proceso productivo.....	92
4.03.03.01 Simbología utilizada para el proceso productivo	93
4.03.04 Muebles y enseres.....	95
4.03.05 Equipos.....	96
4.03.05.01 Equipos de computación	96
4.03.05.02 Equipos de Oficina	97
CAPÍTULO V	98
5.0 Estudio Financiero.....	98
5.01 Ingresos.....	98
5.01.01 Ingresos Operacionales.....	98
5.01.02 Ingresos No Operacionales.....	99
5.02.01 Gastos administrativos.....	100
5.02.02 Gastos de venta.....	100
5.02.03 Gastos Financieros.....	101
5.02.04 Costos Fijos y Variables	102
5.03 Inversión	102
5.03.01 Inversión Fija.....	102
5.03.02 Activo Fijo	102
5.03.03 Activos Nominales o diferidos	103
5.03.04 Capital de trabajo	103
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y usos de fondos.....	104
5.03.06 Amortización de financiamiento	105
5.03.07 Depreciaciones.....	106
5.03.08 Estado de Situación Inicial.....	106
5.03.010 Flujo de caja	108
5.04 Evaluación	108
5.04.01 Tasa de descuento.....	108
5.04.02 Valor Actual Neto VAN.....	108
5.04.03 Tasa Interna de Retorno TIR	109
5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión PRI.....	110

5.04.05 Relación Costo beneficio RCB	111
5.04.06 Punto de Equilibrio	111
5.04.07 Análisis de los indicadores financieros.....	114
CAPITULO VI	115
6.0 Análisis De Impacto	115
6.01 Impacto Ambiental	115
6.02 Impacto Económico	115
6.03 Impacto Social.....	116
6.04 Impacto Productivo	116
CAPITULO VII	117
Conclusiones y Recomendaciones.....	117
7.01 Conclusiones.....	117
7.01 Recomendaciones	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Inflación.....	12
Tabla 2: Tasa de Interés Pasiva.....	14
Tabla 3: Tasa de interés Activa.....	15
Tabla 4: Tasa de desempleo Nivel Nacional.....	18
Tabla 5: lista de posibles clientes potenciales para la empresa	38
Tabla 6: Lista de proveedores Extranjeros.....	39
Tabla 7: Lista de proveedores Nacionales	39
Tabla 8: Lista de Competidores Directos.....	40
Tabla 9: Lista de Competidores Indirectos	40
Tabla 10: Matriz FODA de Oportunidades	41
Tabla 11: Matriz FODA de Amenazas	41
Tabla 12: Matriz Axiológica.....	47
Tabla 13: Diagrama de Gantt.....	49
Tabla 14: Funciones del Administrador.....	51
Tabla 15: Funciones de los vendedores	51
Tabla 16: Formato de Factura.....	54
Tabla 17: Tarjeta de control de asistencia.....	55
Tabla 18: Cadena de Valor	56
Tabla 19: Población	63
Tabla 20: Simbología.....	64
Tabla 21: Género.....	67
Tabla 22: Edad	68
Tabla 23: Nivel de Ingresos	69
Tabla 24: 1.- ¿Compraría usted para vigilancia de su hijo reloj GPS?	70
Tabla 25: 2.- ¿Está usted de acuerdo con la utilización de equipos tecnológicos para convertir su TV normal en Smart TV?	71
Tabla 26: 3.- ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una empresa comercializadora de accesorios tecnológicos en el Centro comercial el Condado? ..	72
Tabla 27: 4.- ¿Usted es una persona aficionada por la tecnología digital y tecnología móvil?	73
Tabla 28: 5.- ¿Según la necesidad en su hogar para niños que cantidad de reloj GPS adquiriría en el año?.....	74
Tabla 29: 6.- ¿Según la necesidad en su hogar para Tv disponibles que cantidad de equipos adquiriría en el año?	75
Tabla 30: 7.- ¿Estaría dispuesto a pagar por el reloj GPS para niños \$45?	76
Tabla 31: 8.- ¿Estaría dispuesto a pagar por el convertidor Smart TV \$65?.....	77
Tabla 32: Oferta histórica	78
Tabla 33: Oferta Actual	79
Tabla 34: Oferta Proyectada	79
Tabla 35: Demanda Histórica	80
Tabla 36: Demanda Actual	80
Tabla 37: Demanda Proyectada	81
Tabla 38: Balance actual.....	82
Tabla 39: Balance Proyectado	82
Tabla 40: Tamaño del proyecto	84
Tabla 41: Capacidad Instalada local	84
Tabla 42: Capacidad óptima	85

Tabla 43: Localización Óptima.....	88
Tabla 44: Grados de Cercanía.....	91
Tabla 45: Razones de cercanía.....	91
Tabla 46: Plano de la Planta.....	92
Tabla 47: Simbología ANSI.....	93
Tabla 48: Proceso de adquisición de mercadería.....	94
Tabla 49: Muebles y enseres.....	96
Tabla 50: Equipos de computación.....	97
Tabla 51: Equipos de oficina.....	97
Tabla 52: Ingresos Anuales.....	99
Tabla 53: Rol de Pagos Administrador.....	100
Tabla 54: Gastos Administrativos.....	100
Tabla 55: Rol de Pagos Vendedores.....	101
Tabla 56: Gastos de Venta.....	101
Tabla 57: Gastos Financieros.....	101
Tabla 58: Costos Fijos y Variables.....	102
Tabla 59: Activos de la empresa.....	103
Tabla 60: Capital de Trabajo.....	103
Tabla 61: Fuentes de Financiamiento y usos de fondos.....	104
Tabla 62: Tabla de Amortización.....	105
Tabla 63: Tabla de depreciaciones.....	106
Tabla 64: Estado de Situación Inicial.....	106
Tabla 65: Indicadores de rentabilidad Estado de Resultados.....	107
Tabla 66: Flujo de caja.....	108
Tabla 67: Tasa de Descuento.....	108
Tabla 68: Tasa Interna de Retorno TIR.....	109
Tabla 69: Periodo de recuperación de la inversión PRI.....	110
Tabla 70: Periodo de recuperación de la inversión a valores constantes.....	110
Tabla 71: Periodo de recuperación de la inversión a valores Actualizados.....	110
Tabla 72: Periodo de recuperación V.A y V.C.....	111
Tabla 73: Costos Fijos.....	112
Tabla 74: Precios y Costos de los Productos.....	112
Tabla 75: Punto de equilibrio Reloj GPS.....	112
Tabla 76: Punto de Equilibrio Smart TV Box.....	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Producto Interno Bruto (PIB)	10
Figura 2: Variación del PIB por Sectores – 2017	11
Figura 3: Balanza Comercial - 2017	13
Figura 4: Población Económicamente Activa.....	16
Figura 5: Tasa de Desempleo.....	18
Figura 6: Uso de teléfono Celular	36
Figura 7: Uso del internet	37
Figura 8: Organigrama estructural DPV World.....	50
Figura 9: Pagina Web DPV World	60
Figura 10: Pagina Web DPV World	60
Figura 11: Pagina de Facebook DPV World.....	61
Figura 12: Género	67
Figura 13: Edad.....	68
Figura 14: Nivel de ingresos	69
Figura 15: 1.- ¿Compraría usted para vigilancia de su hijo reloj GPS?.....	70
Figura 16: 2.- ¿Está usted de acuerdo con la utilización de equipos tecnológicos para convertir su TV normal en Smart TV?	71
Figura 17: 3.- ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una empresa comercializadora de accesorios tecnológicos en el Centro comercial el Condado? ..	72
Figura 18: 4.- ¿Usted es una persona aficionada por la tecnología digital y tecnología móvil?	73
Figura 19: 5.- ¿Según la necesidad en su hogar para niños que cantidad de reloj GPS adquiriría en el año?.....	74
Figura 20: 6.- ¿Según la necesidad en su hogar para Tv disponibles que cantidad de equipos adquiriría en el año?	75
Figura 21: 7.- ¿Estaría dispuesto a pagar por el reloj GPS para niños \$45?.....	76
Figura 22: 8.- ¿Estaría dispuesto a pagar por el convertidor Smart TV \$65?.....	77
Figura 23: Macro localización del proyecto	86
Figura 24: Micro localización.....	87
Figura 25: Matriz SLP	91
Figura 26: Plano de la planta	92
Figura 27: Punto de Equilibrio Reloj GPS.....	113
Figura 28: Punto de Equilibrio Smart TV Box	113

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Computadora de Facturación.....	124
Anexo 2: Impresora Color.....	124
Anexo 3: Impresora De Rollo Para Facturación	124
Anexo 4: Teléfonos Inalámbricos Para El Almacén	125
Anexo 5: Celular Para El Almacén (Ventas Por WhatsApp).....	125
Anexo 6: Calculadora Del Almacén	125
Anexo 7: Mueble De Facturación	126
Anexo 8: Silla Ergonómica Para Facturación	126
Anexo 9: Papelera Para Almacén.....	126
Anexo 10: Grapadora Para El Almacén	127
Anexo 11: Reloj GPS Niños	127
Anexo 12: Smart TV Box	127

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de estudio de factibilidad de mercado para la apertura de una sucursal de la empresa DPV WORLD la misma está situada al sector norte del Distrito Metropolitano de Quito, tiene como finalidad contribuir al desarrollo de la Matriz Productiva del País.

Para el estudio se realizaron encuestas al sector norte de Quito y también encuestas en línea a nivel nacional, el cual se obtiene como resultado una gran demanda de personas interesadas por productos de tecnología, una vez obtenida la información se realiza un estudio técnico para determinar la localización, vías de acceso, infraestructuras y servicios básicos para la implementación de una sucursal para de esta forma determinar los gastos que incurren dentro del sector.

Para llevar a cabo el proyecto según el estudio se requiere de una inversión de 60.440,50 dólares del cual el 73% va a cubrir la empresa con capital propio y el 27% restante se financiará con el banco Pichincha con una tasa de interés del 11.23% anual por 2 meses.

El Valor Actual Neto conocido como VAN calculado en el estudio financiero considerando una tasa de descuento del 13.13% se obtiene como resultado 75.624,19 dólares; la Relación del Costo Beneficio del proyecto es de 2.16 dólares, el cual indica que por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene como beneficio 1.16 dólares, y con una TIR de 54.10%.

En vista de haber obtenido resultados favorables en el estudio de factibilidad se puede determinar que el proyecto es viable, considerando los principales indicadores de liquidez que permiten mostrar un beneficio por la inversión.

ABSTRACT

The present project of market feasibility study for the opening of a branch of the company DPV WORLD is located in the northern sector of the Metropolitan District of Quito, with the purpose of contributing to the development of the Productive Matrix of the Country.

For the study, surveys were conducted in the northern sector of Quito and also online surveys at the national level, which results in a high demand for people interested in technology products. Once the information is obtained, a technical study is carried out to determine the location, access roads, infrastructures and basic services for the implementation of a branch in order to determine the expenses incurred within the sector.

To carry out the project according to the study requires an investment of 60,440.50 dollars of which 73% will cover the company with its own capital and the remaining 27% will be financed with the Pichincha bank with an interest rate of 11.23 Annual% for 2 months.

The Net Present Value known as NPV calculated in the financial study considering a discount rate of 13.13% is obtained as result \$ 75,624.19; The Cost Benefit Ratio of the project is 2.16 dollars, which indicates that for every dollar invested in the project, 1.16 dollars is obtained as a benefit.

In view of having obtained favorable results in the feasibility study, it can be determined that the project is viable, considering the main liquidity indicators that allow showing a profit for the investment.

CAPÍTULO I

Introducción

El estudio de factibilidad aplicado a impulsar este proyecto es contribuir al desarrollo económico del sector comercial dedicado a la venta de accesorios tecnológicos y a su vez generar nuevas plazas de empleo a jóvenes que actualmente se encuentran cursando sus estudios profesionales tanto en universidades como en institutos que tienen la necesidad de trabajar para poder sustentar los gastos que se presentan al momento de culminar sus las carreras.

De la misma forma en los primeros capítulos presente se redacta los primeros pasos de la empresa el cual fue constituido por la familia Paredes Valdivieso con más de 8 años en el mercado nacional con la venta de múltiples accesorios de tecnología.

Así mismo se hablará de los antecedentes tecnológicos como ha surgido en nuestro país, el crecimiento, desarrollo e innovación que gracias a la globalización se puede identificar grandes avances todos los días con la tecnología, a fin de facilitar las condiciones de vida de las personas.

Realizando el estudio de mercado se busca satisfacer las principales necesidades de los clientes y la sociedad en general posicionándose en un mercado con mucha concurrencia de personas.

1.01 Justificación

Este proyecto de factibilidad está hecho con la finalidad de captar mercado hacia el norte de la ciudad cubriendo las necesidades de los clientes que se les dificulta la movilidad hacia las sucursales situadas en el centro norte, a su vez incrementar las ventas posicionándose en un nuevo mercado con bastante aglomeración de personas que frecuentan al centro comercial El Condado.

Esto se lo va a realizar mediante el estudio de factibilidad para abrir una sucursal en el centro comercial El Condado.

Condado Shopping abrió sus puertas en 2007, ofreciendo al público un área comercial de más de 37 mil metros cuadrados en los que se despliegan las más prestigiosas tiendas del país, con una variada oferta desde artículos para el hogar, deportes, moda, supermercados, farmacias, hasta vehículos; dispuestos de forma armónica y cómoda, que suponen para el cliente una experiencia distinta a la hora de comprar. Se ha convertido en el centro comercial preferido de la zona norte, recibiendo más de 22 millones de visitas anuales. Condado Shopping se especializa en ofrecer a sus visitantes eventos, programas y espectáculos que consolidan su marca e identidad. (Condado Shopping, 2017, pág. 2)

Como beneficiarios principales y directos gracias al desarrollo del proyecto se encuentra los clientes del sector norte de la ciudad dando la comodidad y cercanía para cubrir la demanda de personas insatisfechas. De tal manera que los principales proveedores puedan contribuir a las necesidades de la empresa en cuanto a la mercadería nueva que se requerirá al momento de abrir la sucursal.

Los beneficiarios indirectos también pueden gozar de la contribución de la empresa mediante la constitución legítima de la misma, el estado como tal es uno de los favorecidos gracias a las recaudaciones tributarias obtenidas mediante los impuestos que está regido por la ley.

La parte más importante del desarrollo del proyecto es la contribución a la matriz productiva, contribuir al desarrollo económico del estado generando nuevas plazas

de empleos que permitan a las personas brindar su fuerza de trabajo para obtener recursos y estabilidad económica. Indirectamente se contribuye a la planificación del desarrollo económico del país.

Este proyecto de estudio de factibilidad está enfocado a la apertura de una sucursal de la Empresa DPV WORLD dedicada a la venta de accesorios tecnológicos, la cual estará enfocada a prestar servicios de calidad con productos innovadores que ayuden a una mayor comodidad de vida de las personas como son los reloj GPS para niños, equipos Android Smart tv Box y una amplia gama de accesorios tecnológicos que actualmente se van presentando en los cambios con la nueva tecnología, e uso de la tecnología actualmente es sumamente necesarios como herramienta ya sea de estudio o de mejorar las condiciones de vida con los beneficios que facilitan cada vez más la tecnología.

La importancia de llevar a cabo este proyecto es que a más de contribuir al desarrollo de la matriz productiva del país generando nuevas plazas de empleo también la imagen de la empresa es brindar trabajo a jóvenes universitarios que le permitan estudiar y trabajar al mismo tiempo acomodando sus horarios según su conveniencia, cabe recalcar que esto debe ser muy reciproco por parte de los colaboradores de la empresa en cuando a requerir alguna necesidad del personal, a su vez lanzar productos de última tecnología que permiten conocer el desarrollo y avance de los mismos que se presentan en casi todos los países del mundo.

La empresa a más de vender productos de tecnología también tiene otros tipos de mercadería que ofrece a diferentes clientes, como por ejemplo la línea Havit Gamer para apasionados de los videojuegos con accesorios de computadoras de alta gama

que brindan mayor comodidad de juegos y entretenimiento a los adolescentes y jóvenes que gusten de esta destreza.

También como cuarto producto estrella son los conocidos cubos de Rubik de diferentes formas que actualmente se presentan desde los más tradicionales hasta los más complejos en cuanto a su estructura, estos cubos están hechos de tal manera que permiten incentivar al desarrollo intelectual matemático y lógico tanto en niños, adolescentes y también personas adultas apasionadas en la complejidad y destrezas que muestran estos juguetes.

Los productos que se pretenden distribuir al consumidor final a más de ser de calidad tienen el respaldo de la empresa el cual facilita o tramita los procesos de garantías directo del proveedor para evitar molestias y tiempo del cliente, también es importante resaltar que para los productos de garantía se aplica ciertas políticas de la empresa, las mismas están sujetas a revisión previa a la recepción de los mismos para constatar números de series e identidad del producto que vende la empresa, también revisar si existió manipulación directa o mal uso del mismo.

Para una mayor seguridad del cliente, la empresa está abierta al dialogo en caso de existir algún tipo de insatisfacción de los clientes, a su vez pone a disposición tomar medidas legales como hacerlo mediante la ley del consumidor para acordar en beneficio tanto del cliente como el vendedor.

1.02 Antecedentes

“Desde los orígenes de la humanidad, el crecimiento y expansión de la población, y por consiguiente de la sociedad en su conjunto, ha originado la aparición de diferentes tecnologías.” (Peña Betancort , 2010, pág. 2)

“Estas tecnologías, en su mayor parte, han facilitado el desarrollo de la sociedad y nos han dotado de herramientas para afrontar problemas que, hasta entonces, no tenían solución con los medios existentes en ese momento.” (Peña Betancort , 2010, pág. 2)

En la actualidad, las tecnologías que en mayor medida están influyendo en la sociedad, son las relacionadas con la informática y las comunicaciones, en las que destacan principalmente dos: Internet y las comunicaciones móviles. De hecho, se dice que estamos en un nuevo tipo de sociedad denominada Sociedad de la información. (Peña Betancort , 2010, pág. 2)

La tecnología a lo largo de la humanidad ha venido desarrollándose cada vez más y más, es por ello por lo que grandes científicos e investigadores curiosos que inventan nuevas tecnologías para satisfacer o cubrir una necesidad de las personas, la globalización es uno de los principales causantes como medio de información para que las personas se enteren de las últimas noticias y acontecimientos que se están presentando en la sociedad.

La importancia de estas tecnologías no se queda relegada a un segundo plano, ya no son una mera herramienta de comunicación o trabajo, sino que hoy en día son una de las causas fundamentales del cambio estructural de la sociedad. Este cambio lo podemos ver tanto a nivel económico, donde las nuevas tecnologías constituyen uno de los motores fundamentales del crecimiento, como en las relaciones sociales, que han cambiado radicalmente en los últimos años. (Peña Betancort , 2010, pág. 2)

“La tecnología, engloba un conjunto extraordinariamente variado de conocimientos y hallazgos por medio de los cuales el hombre ha ido dominando progresivamente su medio natural, posee una historia cuyo campo tiene amplias ramificaciones de límites mal definidos.” (Williams & Kingston Derry, 1977, pág. 9)

La tecnología es el mundo más cambiante del día a día, siempre los expertos tienen algo nuevo que mostrar al mundo y a los fanáticos de los avances que se desarrollan a lo largo de la historia, todo esto se va dando con mayor fuerza a partir del siglo

XXI con el fin de satisfacer las necesidades humanas dando máxima comodidad a los seres humanos.

Las empresas dedicadas a la venta de accesorios de tecnología en el Ecuador están situadas en lugares estratégicos que intentan cubrir una gran cantidad de clientes, la diferencia que marca la empresa es el servicio personalizado cubriendo todas las dudas y satisfaciendo a los clientes brindando un lugar donde pueda encontrar la mayor cantidad de productos innovadores de tecnología.

Los sistemas operativos que actualmente son los más utilizados por la sociedad, Android es un sistema operativo que nació con la idea de relacionarse con Google para dispositivos móviles, sin embargo, la tecnología cada vez es más grande y avanza a mayores sitios como lo son los relojes digitales Android o SmartWatch o Tablet.

Generalmente cuando escuchamos la palabra tecnología, hacemos referencia a nuevos cambios y avances que se presentan con nuevas tecnologías, cuando se da esto imaginamos grandes avances y descubrimientos que contribuyen a la sociedad en general, ya sea nuevos satélites, nuevos ordenadores de última generación, avances digitales y rastreos cada vez más en tiempo real gracias al internet. (Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica, 2008, pág. 17)

DPV World es una compañía que opera en el mercado ecuatoriano desde hace 12 años, está constituida bajo el tipo sociedad anónima, dedicada a la venta de accesorios de tecnología. Actualmente está conformado con un equipo humano de trabajo de 10 personas de manera directa, sin considerar la parte contable de forma externa, opera en tres locales comerciales estratégicos en la capital y en línea, a través del sitio www.dpvworld.com.

Para realizar el estudio de factibilidad fue seleccionada porque la empresa cumple con las expectativas de tamaño, además de poseer un vínculo de comunicación cercano por el vínculo laboral de quien desarrolla este proyecto, lo que permite una

obtención más adecuada de la información. Al ser una compañía de tamaño medio, el equipo de trabajo ve un valor interesante para la misma en la propuesta que se desarrollará en las próximas entregas, cuya adopción puede ser más rápida y cuyos resultados se podrán ver en el corto plazo.

CAPÍTULO II

2.0 Análisis Situacional

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

(Gabriel Salgado, 2012, pág. 15)

Análisis

Dentro del análisis situacional no es más que realizar un estudio en las que esté involucrado el medio donde se va a desenvolver la empresa con sus operaciones, para ello se debe considerar los factores tanto internos como externos, considerando como internos los aquellos que podemos manipular a la variar, los externos no permiten este tipo de variaciones o manipulaciones directa ya que de ellas no se tiene un control que se pueda estabilizar o sustentar el mismo.

2.01 Ambiente externo

El ambiente externo, durante toda la exposición sobre la organización como un sistema abierto planteó que una organización interactúa con su entorno debido a que toma recursos de él y los transforma en productos que luego se distribuyen nuevamente al entorno. (Coulter, 2013, pág. 3)

En el ambiente externo de una organización se puede destacar como todo un conjunto los factores que influyen en la organización y que no representen al

sistema, es muy importante para las empresas tomar en cuenta la situación externa del lugar donde se emplee el proyecto,

2.01.01 Factor Económico

Se puede definir el cambio social como las transformaciones de las condiciones de vida de los grupos humanos, de su estructura y de su sistema de valores. Dentro de los procesos de cambio social hay que distinguir varios conceptos: desarrollo, progreso, evolución social y revolución. (Cambio social. Factor económico, 2011, pág. 2)

El factor económico es muy importante debido a al desarrollo de las personas, la sociedad y permite dar mejores condiciones de vida para las personas, y este factor es importante dentro la empresa ya que permite verificar el crecimiento económico de un país y de ello depende a que se establezca mejores condiciones para atraer clientes.

2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. (Banco Central del Ecuador, 2017, pág. 1)

En el Producto Interno Bruto más conocido como PIB es donde se puede determinar en total de bienes y servicios de unos países que estén en circulación o vigentes, mediante este indicador se puede determinar si es que en el país existió un crecimiento o decrecimiento de la economía local.

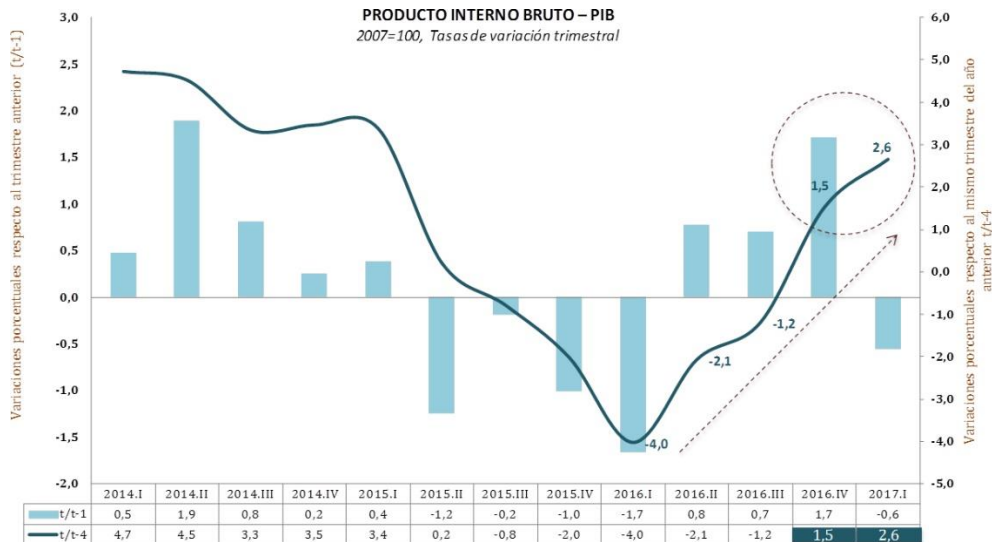


Figura 1: Producto Interno Bruto (PIB)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Banco Central del Ecuador

Análisis

El PIB es un valor monetario que está representado en dólares el cual se puede observar en los últimos dos años un decrecimiento has el 4% por debajo del límite, ya que el país entro en una etapa de inestabilidad económica, ya que el PIB está directamente relacionado con las actividades económicas que produzca una país ya sea bienes o servicios, la importancia de llevar a cabo este proyecto para contribuir al desarrollo del país se muestra como una oportunidad que ayuda a mantener una estabilidad económica.

2.01.01.02 PIB Sectorial

La economía de un país se presenta por diferentes actividades económicas. De este modo podemos analizar cuáles son las actividades que más producen incremento en el PIB y cuales están disminuyendo conforme se desarrolla el país. Para ellos se acostumbra a dividir la económica de un país en varios grupos el cual permita determinar una idea clara de sus composiciones. (Schettino, 2003, pág. 267)



Figura 2: Variación del PIB por Sectores – 2017

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Banco Central del Ecuador

Análisis

El crecimiento económico en el Ecuador depende de los diferentes sectores que contribuyen al desarrollo del país, el cual se puede identificar que el sector del comercio es uno de los principales contribuyentes de este con un 0.24 puntos al crecimiento interno del PIB.

2.01.01.03 La inflación

“La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.” (Banco Central del Ecuador, 2017, pág. 2)

Análisis

La inflación no es más que el crecimiento moderado de los precios al consumidor, esto se va presentando ya sea por el valor de la moneda o devaluación de esta,

cuando en el mercado se presenta gran cantidad de demanda de productos el cual están en el mercado.

Tabla 1: Inflación

FECHA	VALOR
Octubre-31-2017	-0.09 %
Septiembre-30-2017	-0.03 %
Agosto-31-2017	0.28 %
Julio-31-2017	0.10 %
Junio-30-2017	0.16 %
Mayo-31-2017	1.10 %
Abril-30-2017	1.09 %
Marzo-31-2017	0.96 %
Febrero-28-2017	0.96 %
Enero-31-2017	0.90 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	1.05 %
Octubre-31-2016	1.31 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

La inflación en los últimos meses se ha visto afectada en sus valores ya que actualmente está representada con un -0,09% de inflación cifras oficiales del Banco Central del Ecuador a diferencia del año anterior octubre 2016 estaba más aceptable en con 1.31%, representa un decrecimiento el cual implica una amenaza directa para el desarrollo del proyecto, ya que cuando se presenta cambios exagerados en la inflación la gente tiene temor de gastar o invertir en algún bien o servicio hasta que exista una buena estabilidad económica en el país.

2.01.01.04 Balanza Comercial

Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de esta es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. (Pro Ecuador, 2013, pág. 3)

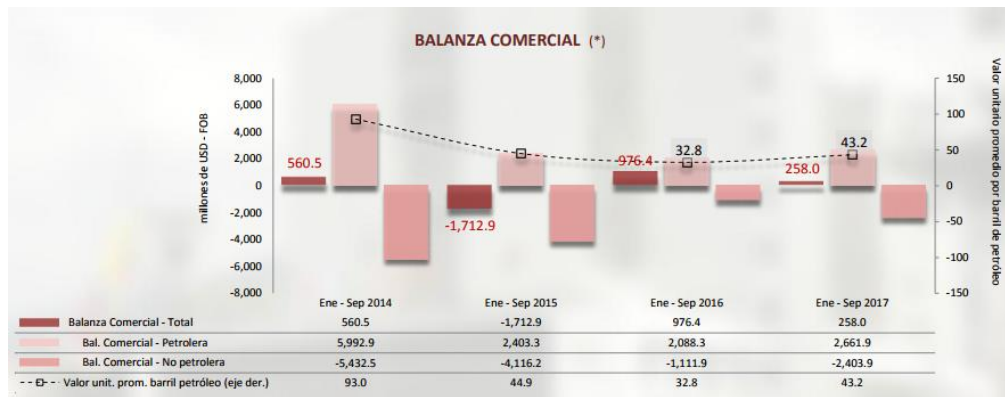


Figura 3: Balanza Comercial - 2017

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Banco Central del Ecuador

Análisis

La balanza comercial final para el año 2016 estaba en 976.4 millones de dólares con relación al año 2017 la misma sufrió un decremento de 718.40 millones de dólares ya que a la fecha se encuentra la balanza comercial con un 258 millón de dólares, esto representa un nivel de impacto elevado para el proyecto debido a las variaciones presentadas según las estadísticas.

2.01.01.05 Tasa de Interés

La tasa de interés representa el importe del alquiler del dinero. Dado que los montos de intereses son dinero lo mismo que el capital, este importe se presenta normalmente como un porcentaje que se aplica al capital por unidad de tiempo; a este valor se le denomina tasa de interés. (Vera Buenaventura, 2003, pág. 41)

La tasa de interés no es más que el valor monetario que se le da cuando hacemos uso del dinero, este está sujeto a un lapso que se establece entre ambas partes al momento de acordar el porcentaje de interés y las condiciones de la prestación.

2.01.01.05.01 Tasa de Interés Pasiva

Es la tasa de interés que las entidades financieras paga a los depositantes por sus ahorros. Estas varían dependiendo del plazo y tipo de depósito: depósitos a la vista, depósitos de ahorro a plazo y depósito a plazo fijo. (Superintendencia del Sistema Financiero, 2013, pág. 3)

“Depósitos a la vista, es el depósito bancario que permite retirar dinero en cualquier momento y existen dos tipos cuenta corriente, cuenta de ahorro.”

(Superintendencia del Sistema Financiero, 2013, pág. 3)

Análisis

La tasa de interés pasiva se la conoce comúnmente como un interés a favor del depositante, es decir cuando se entrega dinero a una institución financiera, esta lo retribuyen con un porcentaje de interés a favor del depositante por hacer uso del dinero, general mente lo usan para el funcionamiento o giro de la institución bancaria.

Tabla 2: Tasa de Interés Pasiva

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2017	4.91 %
Octubre-31-2017	4.80 %
Septiembre-30-2017	4.97 %
Agosto-31-2017	4.96 %
Julio-31-2017	4.84 %
Junio-30-2017	4.80 %
Mayo-31-2017	4.82 %
Abril-30-2017	4.81 %
Marzo-31-2017	4.89 %
Febrero-28-2017	5.07 %
Enero-31-2017	5.08 %
Diciembre-31-2016	5.12 %
Noviembre-30-2016	5.51 %
Octubre-31-2016	5.75 %

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis

Se puede observar que la tasa pasiva en noviembre 2016 estaba con un 5.51% existía mayor porcentaje de interés a favor del depositante o en otras palabras se puede decir

que el banco pagaba mayor cantidad de dinero que hasta la fecha noviembre 2017 con una tasa pasiva de 4.91% con una diferencia notable de 0.6%.

2.01.01.05.02 Tasa de Interés Activa

Es la tasa que se paga a las entidades financieras al recibir un préstamo. La tasa de interés nominal se utiliza para calcular el pago de intereses; pero el verdadero costo del préstamo lo da la tasa de interés efectiva, que incluye además de los intereses, otros pagos como comisiones y seguros. (Superintendencia del Sistema Financiero, 2013, pág. 8)

Análisis

En la tasa de interés activa es lo contrario de la anterior mencionada tasa pasiva, en este caso la se refiera al porcentaje o interés que el banco cobra a los prestamistas por hacer uso del dinero, esta está sujeta a posibles recargos por seguros y comisiones que el banco plantea con fin de garantizar un cobro en la fecha estipulada ante el contrato o acuerdo entre la institución financiera y el prestamista.

Tabla 3: Tasa de interés Activa

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2017	7.79 %
Octubre-31-2017	7.86 %
Septiembre-30-2017	8.19 %
Agosto-31-2017	7.58 %
Julio-31-2017	8.15 %
Junio-30-2017	7.72 %
Mayo-31-2017	7.37 %
Abril-30-2017	8.13 %
Marzo-31-2017	8.14 %
Febrero-28-2017	8.25 %
Enero-31-2017	8.02 %
Diciembre-31-2016	8.10 %
Noviembre-30-2016	8.38 %
Octubre-31-2016	8.71 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Banco Central del Ecuador

Análisis

La tasa de interés activa durante el año anterior noviembre 2016 se encuentra en 8.38%, para el año noviembre 2017 la tasa disminuye a 7.79%, esto representa un 0.54% más asequible para que el inversionista o consumidor adquirir un préstamo para cubrir cualquier necesidad.

2.01.02 Factor Social

En una investigación se puede considerar como la aplicación del proyecto a la sociedad o comunidad como tal, los factores a mencionarse son muy importante por ello se los va a considerar ya que son considerados como los servicios o condiciones sociales en las que vive una comunidad, como es la educación, salud, áreas de desarrollo personal y adaptaciones de las personas. (Urbina, 2010, pág. 88)

2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA)

Según (Banco Central del Ecuador, 2017) “indica que la población económicamente activa son todas las personas de 12 años en adelante en edad de trabajar que se encuentra desocupada o busca empleo de forma activa.”

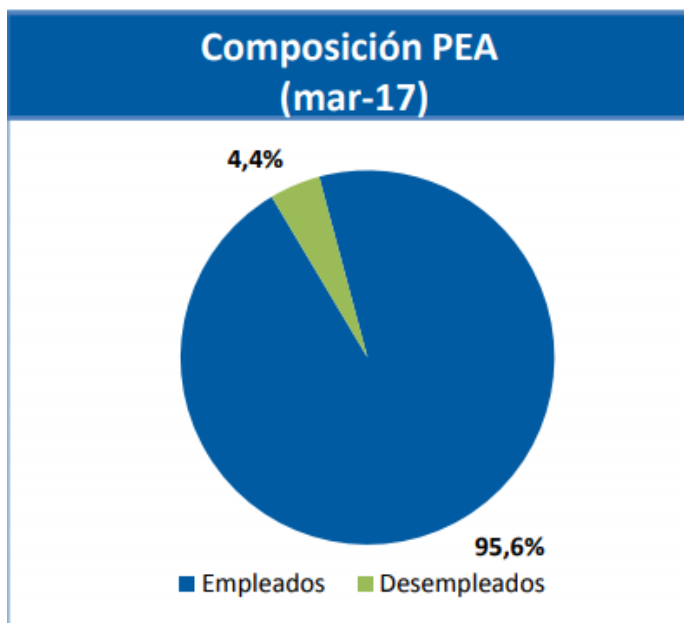


Figura 4: Población Económicamente Activa
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado Por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Análisis

La población económicamente activa juega un papel importante para el desarrollo el proyecto, ya que se considera a la población con condiciones de consumir o adquirir bienes o servicios gracias a la remuneración percibida, es importante recalcar que muchos de los trabajos pueden ser formales o informales, de tal manera que obtienen ingresos para el consumo, esto se considera una oportunidad para el proyecto ya que el 95.6% de la población en general se encuentra en un estatus económico aceptable para adquirir.

2.01.02.02 El desempleo

Según (Bancon Central del Ecuador, 2017, pág. 1), “el desempleo son personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no tuvieron empleo y presentan simultáneamente ciertas características:”

- i) No tuvieron empleo la semana pasada y están disponibles para trabajar y
- ii) Buscaron trabajo (o no) o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. Se distinguen dos tipos de desempleo: abierto y oculto.

Análisis

El desempleo como se conoce son las personas que no disponen de un trabajo digno o remunerado con un salario básico, teniendo capacidad de ejercer una actividad que inevitablemente no han logrado conseguir trabajo.

Tabla 4: Tasa de desempleo Nivel Nacional

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2017	5.82 %
Septiembre-30-2017	5.36 %
Junio-30-2017	5.78 %
Marzo-31-2017	5.64 %
Diciembre-31-2016	6.52 %
Septiembre-30-2016	6.68 %
Junio-30-2016	6.68 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Banco Central del Ecuador

Análisis

La tasa de desempleo en los dos últimos años ha tenido cambios bastante variables, para el año 2016 las personas desempleadas fueron el 6,68%, para el 2017 se puede observar claramente una reducción de desempleo con valores moderados del 5,36%.

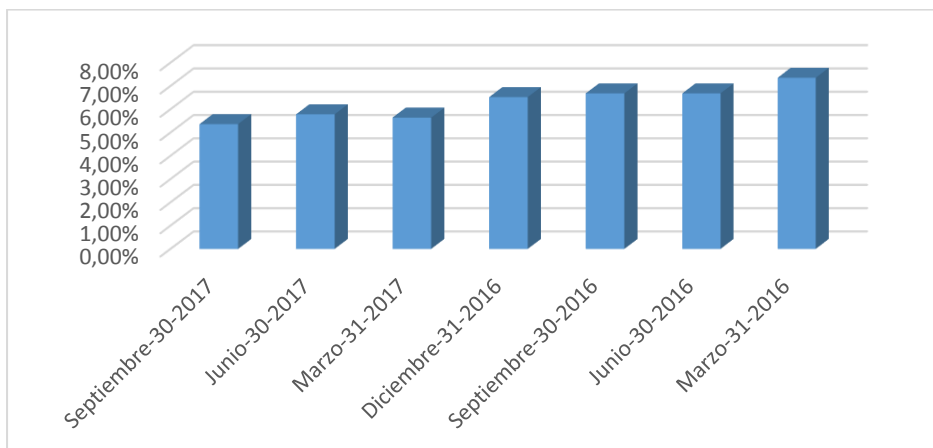


Figura 5: Tasa de Desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Investigador

Análisis

Según los datos oficiales del Banco Central del Ecuador la tasa de desempleo ha disminuido significativamente en 1.32% con respecto al año anterior 2016, con el último estudio realizado en septiembre del 2017 se determinó una disminución a 5.36% a nivel nacional, considerando las cifras del año anterior de septiembre 2016 fue 6.68%, se considera que estas variaciones son oportunidades para el proyecto ya que existe mayor cantidad de personas laborando en diferentes actividades con una

remuneración y con capacidades económicas de consumir o cubrir sus necesidades indistintamente.

2.01.03 Factor Legal

“Este factor tiene un efecto importante en el nivel de oportunidades y amenazas en el ambiente, la existencia de numerosas restricciones legales puede perjudicar el funcionamiento de una empresa, impidiéndole crecer frente a su competencia.” (Cordova Alban, 2004.2005, pág. 72)

El gobierno tiene el papel de restringir y regular los negocios, mediante las leyes, las que se aprueban como resultado de las presiones y problemas sociales. Todo gerente está rodeado por una cantidad de leyes y reglamentos, algunas se elaboran para proteger a los trabajadores, a los consumidores y a las comunidades, en cambio otras se crearon para obligar a cumplir los contratos y proteger los derechos de la propiedad, muchas tienen el fin de regular el comportamiento de los administradores y de sus subordinados en los negocios. (Cordova Alban, 2004.2005, pág. 72)

2.01.03.01 Municipio Metropolitano de Quito

Patente

La patente municipal es un requisito obligatorio que deben cumplir los trabajadores independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC. El requisito está vigente desde 2010 y se lo obtiene a partir de un formulario. Las fechas límites de pago se establecen por el noveno dígito del RUC, y van del 10 al 28 de junio.

Requisitos para sacar la patente:

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.

- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
- Si el trámite lo realiza una tercera persona:
 - Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
 - Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE)

“La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario

- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.

Requisitos para obtener la LUAE:

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
- Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones
- Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MIPRO (sólo para jurídicos)
- En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo (sólo para artesanos)
- Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal. En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local. En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

2.01.03.02 Políticas Internas del Centro Comercial

Según (Scholem A., 2013, pág. 2) los reglamentos del centro comercial son los siguientes.

REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO COMERCIAL “CONDADO SHOPPING”



CONDADO
SHOPPING
Todo lo que imaginas y más.

REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO COMERCIAL “EL CONDADO”

Las reglas y normas contenidas en el presente Reglamento Interno de Funcionamiento rigen el funcionamiento y operación de Centro Comercial. (Scholem A., 2013, pág. 2)

El centro comercial no está sujeto a Propiedad Horizontal, sino al Régimen de Propiedad de la referida Concedente/Compañía o Compañía Promotora en el Contrato de Concesión, Arriendo, Comodato, y otros, por lo que ésta dictará en el presente y en el futuro las normas de administración, operación y funcionamiento del centro comercial, conforme lo acordado en los respectivos Contratos, y que es aceptado expresamente por los locatarios de los locales y espacios en uso. (Scholem A., 2013, pág. 2)

Artículo Primero: Finalidad

El objetivo del Centro Comercial en su conjunto es ofertar un excelente servicio para la venta de bienes y servicios de los locatarios, por tanto, su finalidad general es realizar el manejo y operación comercial del Centro Comercial, de sus locales, espacios, islas y demás áreas, para brindar a los locatarios tanto locales, como espacios e islas comerciales para desarrollar sus negocios, y al consumidor y público en general un sitio estratégicamente ubicado al cual pueden concurrir, con una planificación técnica y una excelente distribución y categorización para los productos, actividades y servicios de acuerdo a las preferencias del consumidor, con el objeto de dar la mayor comodidad y estímulo, facilitándole la elección, adquisición y uso de los bienes y servicios que en el centro comercial están a su

disposición. Así mismo, asegurar que el Centro Comercial preste el mejor servicio a consumidores, para ello, el Centro Comercial requiere, en unidad, de un ordenamiento y distribución de bienes y servicios que impulsen con eficacia y eficiencia el proceso competitivo en beneficio del Consumidor y de los propios locatarios (ya sean Concesionarios/Arrendatarios/Comodatarios u otros), para lo cual requiere que todos cumplan estrictamente con este Reglamento y con los respectivos Contratos u otros documentos. (Scholem A., 2013, pág. 2)

Artículo Cuarto: Reglas Determinadas Para La Operación Y Funcionamiento Del Centro Comercial.

Los Locatarios deben realizar una selección adecuada de su personal, en cuanto a responsabilidad, presencia y atención al consumidor y público en general, y cumplir las observaciones que le imparta la Concedente/Compañía al respecto. Los empleados, trabajadores, contratistas y en general el personal que los Locatarios llegaren a ocupar en los locales, espacios y el centro comercial, no tienen, ni tendrá vinculación laboral alguna ni de ninguna otra naturaleza con la Concedente/Compañía; y en consecuencia, de parte de la Concedente/Compañía, no tendrán derecho al pago de ningún valor, ni emolumentos por concepto de prestaciones sociales o laborales, por lo que los Locatarios mantendrán a la Concedente/Compañía absolutamente indemne frente a cualquier reclamo o acción laboral o de cualquier otra naturaleza. (Scholem A., 2013, pág. 10)

Artículo Quinto: Destino De Los Locales O Espacios Asignados.

1.- La única actividad comercial o de servicios que se podrá desarrollar en los locales o espacios concesionados, será la que conste en los respectivos Contratos. (Scholem A., 2013, pág. 11)

2.- El Centro Comercial requiere, en unidad, de un ordenamiento, distribución y categorización de bienes y servicios que impulsen con eficacia y eficiencia el proceso competitivo en beneficio del Consumidor y de los propios Locatarios, por lo tanto, los locatarios aceptan expresamente que la única persona que tiene la facultad de autorizar los “destinos” o “líneas comerciales” o “de negocio” de los locales o espacios es la Concedente/Compañía, a través de sus representantes, o por medio de la o las personas que ésta por escrito autorizare. (Scholem A., 2013, pág. 11)

Artículo Sexto: Cesión De Derechos

Con respecto al local o espacio, el Locatario no podrá ceder, arrendar o subarrendar, subconcesionar o traspasar, total o parcialmente, de modo directo e indirecto a través de concesiones de espacios para exhibición de marcas, corners, etcétera, ni podrá franquiciar, subfranquiciar, o dar en cualquier forma de uso, administración, operación o explotación, los derechos que adquiere bajo lo estipulado en el Contrato sin la autorización previa y por escrito de la Concedente/Compañía, para lo cual deberá hacer una solicitud en los términos que esta requiera. La Concedente/Compañía podrá aceptar o negar la solicitud, ya que se trata de un Contrato de carácter personalísimo. Este infringimiento constituye un incumplimiento grave y la Concedente/Compañía podrá proceder conforme lo señala el Contrato. (Scholem A., 2013, pág. 12)

Artículo Octavo: Permisos Y Autorizaciones.

El Locatario deberá, por sus propios medios, como obligación exclusiva de éste, obtener y mantener vigentes los permisos y autorizaciones legales, administrativas y reglamentarias requeridas, por las respectivas autoridades competente, conforme la normativa jurídica ecuatoriana, para la explotación del local o espacio en uso. El hecho que de que los permisos o autorizaciones con las que contare el Locatario contemplaren o incluyeren otras actividades o giros comerciales diferentes o adicionales a los pactados en los respectivos Contrato, no significa que el Locatario pueda desarrollar esa actividad o prestar ese servicio, pues deberá ceñirse exclusivamente al destino señalado en el contrato vigente, autorizado por la Concedente/Compañía. (Scholem A., 2013, pág. 14)

Artículo Decimo: Disposiciones Reglamentarias

La Concedente/Compañía podrá modificar el presente Reglamento o dictar normas de aplicación sobre conducta, orden y seguridad para la adecuada operación simultánea en el centro comercial y pondrá sus mejores esfuerzos para hacerlas cumplir y respetar. (Scholem A., 2013, pág. 16)

La Concedente/Compañía velará por el normal funcionamiento del centro comercial, para lo cual podrá imponer prohibiciones a cualquier actividad que alterare el desenvolvimiento de la actividad diaria en el centro comercial; como por ejemplo ventas ambulantes, ofertas en alta voz, vandalismo, mendicidad, disturbios, o actos similares, distribución de cualquier tipo de material no autorizado. La Concedente/Compañía podrá prohibir la realización de actividades, ya sea que se ejecuten en forma individual o en grupo, que considere perjudiciales para la

tranquilidad del Consumidor y para que éste ejerza su derecho señalado en el Art. 52 de la Constitución del Ecuador. Igualmente, la Concedente / Compañía podrá prohibir la realización de actividades que no estén acorde al objetivo del Centro Comercial. Por tratarse de derechos del consumidor, el incumplimiento de esta norma será considerado un incumplimiento grave y la Concedente/Compañía podrá proceder como lo señala el contrato. (Scholem A., 2013, pág. 16)

Le está prohibido al Locatario modificar, alterar, destruir, dañar o construir en los locales, espacios o en áreas de los corredores o pasillos públicos o de servicios del centro comercial, así como cambiar fachadas, la estructura de las instalaciones o servicios, abrir o cerrar puertas o ventanas, sin la autorización previa y por escrito de la Concedente/Compañía; así como abusar de los bienes a su cargo o uso o las áreas de los corredores o pasillos públicos o de servicios, hacer un uso distinto a su destino natural, impedir o estorbar de alguna forma el legítimo uso de los demás, u ocupar las áreas de los corredores o pasillos públicos o de servicios para fines de comercio, promociones o similares, sin la correspondiente autorización escrita. Por tratarse de derechos del consumidor y para precautelar la seguridad del Centro Comercial, el incumplimiento de esta norma será considerado un incumplimiento grave y la Concedente/Compañía podrá proceder como lo señala el Contrato. (Scholem A., 2013, pág. 18)

Así mismo está prohibida la utilización de los halls, pasillos, corredores, escaleras o áreas de circulación, como sitios para almacenamiento, exhibición, promoción o venta, o colocar en dichos sitios objetos, tales como: vitrinas, maletas, cajones y demás. Por tratarse de derechos del consumidor el incumplimiento de esta norma será

considerado un incumplimiento grave y la Concedente/Compañía podrá proceder como lo señala el Contrato. (Scholem A., 2013, pág. 18)

Artículo Décimo Cuarto: Rótulos, Estanterías Y Exhibición.

El Locatario deberá exhibir sus productos o servicios de la mejor manera, en forma estética y agradable al consumidor y público en general; así mismo deberá variar la distribución de la exposición en las estanterías de tiempo en tiempo, conforme a los requerimientos de la Concedente/Compañía; además deberá implementar las mejores técnicas de distribución estética, presentación y luminosidad. (Scholem A., 2013, pág. 24)

Los rótulos y las estanterías que hayan sido colocados en el local o espacio asignado deberán permanecer iluminados, mandatoriamente, de acuerdo con los horarios del centro comercial especificados en el artículo décimo sexto de este Reglamento. La Concedente/Compañía podrá fijar horarios diferentes hasta las 24h00; la Concedente/Compañía se reserva el derecho de establecer otros horarios, e incluso con posterioridad al horario de cierre del centro comercial. Por tratarse del bienestar y seguridad del consumidor y de la imagen del Centro Comercial, el locatario deberá mantener iluminadas las áreas del local que la Concedente/Compañía establezca en los días y horas que así lo establezca. (Scholem A., 2013, pág. 24)

Cuando el Locatario vaya a cambiar la distribución, decoración o modificación de las estanterías, deberá realizarlo en el horario comprendido entre las 21h00 hasta las 9h30 del siguiente día, de tal manera que no afecte el servicio al consumidor, la estética e imagen del centro comercial. Las estanterías no podrán ser cubiertas, o

estar total o parcialmente vacías, sin su decoración y exhibición de los productos.

(Scholem A., 2013, pág. 24)

Para que Locatario pueda ejecutar el cambio o modificación de las estanterías de exhibición, o rótulos, o diseños de estos, o los demás elementos promocionales o publicitarios, deberá contar con la autorización previa y por escrito de la

Concedente/Compañía. (Scholem A., 2013, pág. 25)

Artículo Décimo Sexto: Horarios De Atención

La Concedente/Compañía desplegará sus mayores esfuerzos para hacer respetar y cumplir los horarios de atención al público por parte de todos los Locatarios de los locales o espacios comerciales del centro comercial. A tal efecto el Locatario se obliga a realizar la apertura y cierre de los locales o espacios concedidos, asignados, arrendados o dados en uso comercial bajo otras modalidades contractuales, y a mantener la atención al público en los locales o espacios, en los días y horas que establezca la Concedente/Compañía a través de circulares dirigidas a los Locatarios del centro comercial. (Scholem A., 2013, pág. 26)

“Los horarios fijados para los Locales y Espacios serán los determinados por la Concedente/Compañía.” (Scholem A., 2013, pág. 26)

La Concedente/Compañía tendrá la facultad privativa de cambiar los horarios aquí establecidos, cuando lo creyere conveniente y necesario, de acuerdo a las circunstancias del mercado; a eventualidades externas que pudieren afectar; a las diferentes temporadas, como por ejemplo en la época Navideña; a eventos especiales, tales como la Noche de una tarjeta de crédito o un local en particular; en

caso fortuito o fuerza mayor; por motivos de seguridad; y, organización en general, a su criterio. (Scholem A., 2013, pág. 26)

La atención en los horarios establecidos o que estableciere la Concedente/Compañía, está directamente ligada a la excelente atención al consumidor, el cual tiene el derecho de ser atendido en todos los locales dentro de los horarios señalados, por lo tanto, si el Locatario no respeta, o no cumple los horarios autorizados y días de atención establecidos, será considerado un incumplimiento grave contra el consumidor y el proceso competitivo y por tanto dará derecho a la Concedente/Compañía para proceder conforme lo señala el contrato que tuviere celebrado. (Scholem A., 2013, pág. 26)

El Locatario no podrá dejar de usar el local o espacio asignado; es decir, mantenerlos cerrados, o desocupados, u ocupados a medias, o interrumpir la actividad comercial, a menos que sea expresamente autorizado, por escrito, por la Concedente/Compañía. (Scholem A., 2013, pág. 27)

Si el Locatario tuviere una imperiosa necesidad, o en caso de duelo, caso fortuito o fuerza mayor, tendrá que formular una solicitud motivada a la Concedente/Compañía, por medio del Departamento de Administración del centro comercial, la misma que una vez analizada por la Concedente/Compañía podrá emitir su autorización. (Scholem A., 2013, pág. 27)

Para que la interrupción de la actividad del Locatario o el cierre del local o espacio sean considerados como tal, sin justa causa, puede ser que permanezca cerrado por minutos u horas durante el día, o un día completo. (Scholem A., 2013, pág. 27)

Se considera interrupción de actividades, no únicamente al cierre material del local o espacio asignado, sino también la falta de atención al público o desarrollo normal de las actividades del Locatario en cuanto a la ejecución de los actos de comercio o prestación de los servicios materia del contrato que tuviere celebrado con la Concedente/Compañía, ya sea parcial o total. (Scholem A., 2013, pág. 27)

“Generalmente el centro comercial permanecerá abierto los trescientos sesenta y cinco (365) días del año calendario, únicamente se cerrará cuando la Concedente/Compañía en forma potestativa decida cerrarlo”. (Scholem A., 2013, pág. 27)

Fuera del horario para el desarrollo de las actividades comerciales, el ingreso de los Locatarios, o sus dependientes o empleados, y de cualquier otra persona al centro comercial estará sujeto a la organización que establezca la Concedente/Compañía y a las limitaciones y condiciones que ella determine en sus normas reglamentarias u otras de aplicación que emitiera. (Scholem A., 2013, pág. 27)

Artículo Vigésimo Segundo: del V.I.C., V.M.C., V.U.C., CUOTAS Y SB

- El Locatario deberá cancelar a la Concedente/Compañía el Valor Inicial de Concesión (V.I.C.), de acuerdo con el contrato suscrito si fuere aplicable. Este valor debe ser cancelado en su totalidad, independientemente del tiempo de uso del local o espacio. (Scholem A., 2013, pág. 33)
- El Locatario deberá cancelar a la Concedente/Compañía el Valor Mensual de Concesión (V.M.C.) cada mes calendario. En caso de que la obligación de cancelar el V.M.C. iniciare en el curso de un mes calendario, el Locatario tendrá la obligación de pagar el valor proporcional correspondiente al número

de días del período respectivo, multiplicado por una treintava parte del valor mensual de concesión vigente, independientemente del número de días que componga el mes calendario al que fuere aplicable: este valor deberá ser pagado máximo después del plazo de cinco (5) día calendario posteriores a la entrega de la factura por parte de la Concedente/Compañía y no más allá de lo señalado en el contrato. (Scholem A., 2013, pág. 33)

- El Locatario deberá cancelar a la Concedente/Compañía el Valor total del Valor Único de Concesión (V.U.C.), de acuerdo con el contrato suscrito si fuere aplicable. Este valor debe ser cancelado en su totalidad, independientemente del tiempo de uso del local o espacio. (Scholem A., 2013, pág. 33)
- Según el (Scholem A., 2013, pág. 33) El Locatario se obliga a pagar las cuotas ordinarias (CO) mensuales, por cada uno de los siguientes rubros:
 - 1.- Servicios de mantenimiento y monitoreo de control interno de las áreas de los corredores o pasillos públicos o de servicios.
 - 2.-Mercadeo, El valor de las cuotas corresponderán al fijado de acuerdo con las convenciones que las partes hayan llegado en los respectivos contratos.

Artículo Vigésimo Sexto: Sanciones Por Incumplimiento:

Multas Y Resolución Anticipada Del Contrato De Concesión

Las normas reglamentarias u otras disposiciones de carácter general, o especial, que la Concedente estableciere para el adecuado funcionamiento del Centro Comercial serán obligatorias para el Locatario. (Scholem A., 2013, pág. 40)

El Locatario se obliga a realizar una selección adecuada de su personal, en cuanto a responsabilidad, presencia y atención a los consumidores, y cumplirá las

observaciones que le imparta la Concedente/Compañía al respecto. (Scholem A., 2013, pág. 40)

El Locatario acatará las disposiciones sobre su línea de negocio, promociones, horarios de apertura y cierre, decoración, iluminación y exhibición de material promocional y publicitario, línea de expendio, entre otras. (Scholem A., 2013, pág. 40)

El Locatario es única y directamente responsable por los actos de su personal, dentro y fuera del horario del Centro Comercial si los actos son cometidos en el Centro Comercial o sus parqueaderos; la Concedente/Compañía no tiene ni tendrá ningún tipo de relación de ninguna naturaleza con el personal del Locatario. (Scholem A., 2013, pág. 40)

Según (Scholem A., 2013, pág. 40) En virtud de la obligación de precautelar los derechos del consumidor, la Concedente/Compañía estará plenamente facultada para imponer multas al Locatario por sus actos y faltas, y por los de su personal que atiende en el local. Los valores y motivos por los cuales pueden ser aplicadas las multas son:

- 1.- Por no operar un día: 50% de una Remuneración Básica Unificada.
- 2.- Por no operar un día feriado: 75% de una Remuneración Básica Unificada.
- 3.- Por cierre de la actividad por parte de cualquier autoridad competente (SRI, Municipio, etc.): 75% de una Remuneración Básica Unificada diaria.
- 4.- Por ingerir alcohol en el local concesionado: 50% de una Remuneración Básica Unificada.

- 5.- Por ingresar o ingerir sustancias estupefacientes o psicotrópicas: 100% de una Remuneración Básica Unificada.
- 6.- Por encontrarse desordenado y sin aseo: 50% de una Remuneración Básica Unificada.
- 7.- Por atraso de apertura: 50% de una Remuneración Básica Unificada.
- 8.- Cerrar antes de hora de atención: 50% de una Remuneración Básica Unificada.
- 9.- Por ausencia del personal en el local: 50% de una Remuneración Básica Unificada.
- 10.- Por fumar, comer y recibir visitas 50% de una Remuneración Básica Unificada.
- 11.- Por dejar mal cerrado o inseguro el local: 50% de una Remuneración Básica Unificada.
- 12.- No usar el uniforme aprobado para el local: 25% de una Remuneración Básica Unificada.
- 13.- No respetar el horario establecido para el almuerzo: 25% de una Remuneración Básica Unificada.
- 14.- Repartir o colocar en el local material publicitario no autorizado: 50% de una Remuneración Básica Unificada.
- 15.- No cerrar el local con las seguridades del caso al final de la jornada: 50% de una Remuneración Básica Unificada.
- 16.- Vender productos o servicios no autorizados: 100% de una Remuneración Básica Unificada.

17.- No prestar las facilidades para la que la Concedente/Compañía pueda realizar la ampliación, o remodelación del centro comercial: 100% de una Remuneración Básica Unificada.

Todas las multas deberán ser canceladas por el Locatario dentro de los cinco (5) días de la presentación del informe de faltas por parte del Área de Administración del Centro Comercial. (Scholem A., 2013, pág. 42)

Artículo Vigésimo Octavo: Confidencialidad y Discreción.

Los pagos que el Locatario deba realizar en aplicación del contrato respectivo son independientes y autónomos de los que se acuerde con otros Locatarios. (Scholem A., 2013, pág. 43)

El Locatario deberá guardar estricta confidencialidad sobre las negociaciones previas al contrato o cualquier documento, y las convenciones contenidas en los documentos o contratos suscritos entre las partes, y se obliga a no divulgar, ni usar dicha información, ni en el presente ni en el futuro, por ningún concepto. (Scholem A., 2013, pág. 43)

Artículo Trigésimo: Exigencias De Autoridades Competentes

- Tanto la Concedente/Compañía, como los Locatarios observarán y cumplirán todos los decretos, reglamentos, ordenanzas y decretos municipales, resoluciones y en general la normativa legal ecuatoriana e internacional. (Scholem A., 2013, pág. 44)
- El Locatario por su cuenta, responsabilidad, costo y riesgo, deberá atender cualquier notificación o comunicación escrita, citación o exigencia de las

autoridades competentes, o de algún interesado, ya sea en lo relacionado al giro de su negocio en el local o espacio concesionado, ya sean cuestiones ajenas a la concesión, de manera especial las relacionadas a salud, higiene, seguridad, orden público y demás, respondiendo por todos los valores que se generaren en razón de su incumplimiento, violación, omisión o trasgresión.

(Scholem A., 2013, pág. 44)

2.01.04 Factor Tecnológico

Indudablemente el factor tecnológico es posiblemente el más relevante para las empresas dinámicas existen otros factores importantes nada despreciables entre las que podemos señalar: equipos de gestión muy cohesionados, liderazgo, así como la capacidad para seguir buscando oportunidades de negocio que sigan reportando ventajas comparativas. (Pérez Ramírez & Carrillo Benito, 2000, pág. 307)

Una de las consecuencias del fenómeno de la globalización es la desaparición de las distancias de los mercados y sobre todo en aquello que podamos utilizar herramientas como el correo electrónico o internet para la materialización de las transacciones comerciales. (Pérez Ramírez & Carrillo Benito, 2000, pág. 307)

“La información de Tecnologías genera datos sobre equipamiento, acceso y uso del computador, internet y celular, en el hogar proporcionando insumos para el análisis y formulación de políticas públicas.” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016, pág. 1)

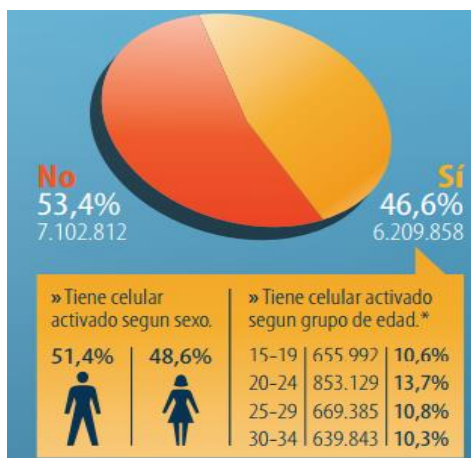


Figura 6: Uso de teléfono Celular

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado Por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Análisis

En la actualidad el uso de la telefonía celular es bastante común, según el último estudio de investigación por el INEC en el año 2016, el 53.4% de la población utiliza la telefonía móvil para uso de comunicación, también se ha determinado que las personas que más usan la tecnología celular son los hombres y en el rango de edades comprendidas entre 20 a 24 años.

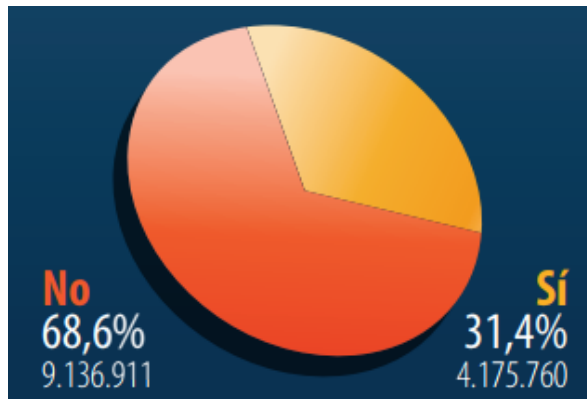


Figura 7: Uso del internet

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado Por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Análisis

El uso del internet es tan común en la actualidad ya que muchos lo utilizan con fines académicos y otro por necesidad de información en general o usos de redes sociales, pero lo importante es que los ecuatorianos ya están culturalizados a este medio, el cual representa una oportunidad por las cifras presentadas que corresponden a 68.6% de la población según el INEC en el último estudio del 2016.

2.02 Entorno Local

“El entorno local en la implementación de un proyecto se define como el lugar o sitio que lo rodea donde están interactuando constantemente de manera directa, virtual política económica y hasta sociales.” (Urbina, 2010, pág. 93)

Análisis

Al referirse al entorno local es donde se va a desarrollar el proyecto en las condiciones que estén sujetas, dentro de ello se puede considerar que las personas interactúan entre de manera que exista una relación de distintas formas en lo especial económica las cuales se presentan los negocios.

Para la investigación se van a considerar los siguientes:

- Clientes
- Proveedores
- Competidores

2.02.01 Clientes

Se conoce como clientes a todos aquellos consumidores el cual son el eje fundamental de las organizaciones de comercio, la cual buscan satisfacer sus intereses o necesidades mediante esto las empresas obtiene grandes beneficios gracias al servicio o bien que estas prestan se lucran gracias a los beneficios que el cliente les da. (Urbina, 2010, pág. 77)

Los clientes son considerados la parte más fundamental o más importante para las empresas que brindan un bien o servicio, en este caso los clientes que interactúan con el proyecto ejecutado son los consumidores que buscan satisfacer sus necesidades, gracias a ellos la empresa obtendrá beneficios para cubrir sus gastos y obtener ganancias.

Tabla 5: lista de posibles clientes potenciales para la empresa

Denominación	Descripción
La comunidad	Habitantes del Condado ubicada al norte de Quito
Padres de familia	Indistintamente del Distrito Metropolitano de Quito
Hoteles	Hoteles a nivel nacional
Hogares	A nivel Nacional

Fuente: DPV World Store

Elaborado por: El investigador

2.02.02 Proveedores

Todas las empresas para poder inicial sus actividades es indispensable disponer o seleccionar proveedores para poder seleccionar ya sea bienes o servicios, también podemos mencionar la materia prima según sea el caso de la actividad económica de la empresa, las empresas o personas que en el mercado suministran ya sea servicios o productos se las conoce como proveedores. (Van Bon, 2008, pág. 372)

Los proveedores se los conoce por ser un eje fundamental para el funcionamiento de una empresa ya que gracias a ellos las empresas pueden mantener el giro del negocio, ya que estos suministran tanto bienes como servicios a un menor costo o costos pactados ante la negociación del bien o servicio.

Tabla 6: Lista de proveedores Extranjeros

Denominación	Descripción	Factor de negociación
Shenzhen Dragón Worth Technology Co., Ltd.	Proveedor de China	Venta de equipos Android Smart TV
Shenzhen Gooli Technology	Proveedor de China	Venta de Reloj SmartWatch Con GPS

Fuente: DPV World Store

Elaborado por: El Investigador

Tabla 7: Lista de proveedores Nacionales

Denominación	Descripción	Factor de negociación
TecnoMega C.A.	Ruiz de Castilla entre Murgeón y San Gabriel	Venta de Equipos de computación, y Software
Geek Place	Ruiz de Castilla entre Murgeón y San Gabriel	Venta de Accesorios Gamer

Fuente: DPV World Store

Elaborado por: El Investigador

Análisis

Los proveedores seleccionados para la ejecución de proyecto son acordes a la actividad económica de la empresa, son escogidos gracias a su calidad, servicio, garantía, seguridad y tiempo de entrega de la mercadería, estos factores se consideran muy importantes para brindar eficientemente un servicio.

2.02.03 Competidores

Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismos que una determinada empresa. Pero la competencia no se limita al caso de las empresas que compiten con la nuestra directamente (con los mismos

productos). También se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los nuestros. Evalúa el posicionamiento de los productos para saber el lugar que ocupa el producto en el mercado de acuerdo con el estilo de marketing. (Mercadotecnia, 2010, pág. 1)

Los competidores son conocidos como aquellas empresas que venden productos similares a los de la ejecución del proyecto, estos productos pueden considerarse sustitutos de los que DPV World distribuye.

Tabla 8: Lista de Competidores Directos

Denominación	Descripción	Factor de negociación
Allxercomp CIA. LTDA	Pichincha-Quito	Venta de Accesorios Gamer
Novicompu	Pichincha-Quito	Venta de reloj digitales
EvolutionData	Pichincha-Quito	Venta de Android TV Box

Fuente: DPV World Store

Elaborado por: El Investigador

Tabla 9: Lista de Competidores Indirectos

Denominación	Descripción	Factor de negociación
Comercial Benavides	Cuenca-Azuay	Veta de reloj GPS
Distribuidora Vásquez	Cuenca-Azuay	Venta de Accesorios de Tecnología

Fuente: DPV World Store

Elaborado por: El Investigador

Una vez realizado el estudio de factibilidad DPV World ha seleccionado como principales competidores en el mercado con sus diferentes productos que ofrece, son considerados como una amenaza para la ejecución del proyecto ya que son competidores fuertes en el mercado con posicionamiento y reconocimiento, por ellos se considera como competidores más importantes por lo que se busca estar al nivel con servicio, calidad y garantía de los productos. DPV World pone en marcha estrategia de ventas para estar en un nivel jerárquico en relación con la competencia.

2.02.04 Análisis FODA

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una

perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. El análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas. (Ponce Talancón, 2007, pág. 2)

Análisis

Dentro del análisis FODA se puede interpretar de forma general cuales son las principales fortalezas de la empresa las cuales se va a basar en ellas para impulsar el proyecto y también se identifica las debilidades donde más se debe trabajar para poder contrarrestar lo situación que vive la empresa.

Tabla 10: Matriz FODA de Oportunidades

Oportunidades	Nivel de Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
PIB Sectorial	x		
Tasa Pasiva			x
Población Económicamente Activa	x		
Factor Tecnológico	x		
Factor legal		x	
Clientes	x		
Proveedores	x		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El investigador

Tabla 11: Matriz FODA de Amenazas

Amenaza	Nivel de Impacto		
	Alto	Medio	Bajo
Balanza de Pagos		x	
Tasa Activa			x
Desempleo		x	
Competidores		x	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El investigador

Análisis

DPV World es una empresa que se caracteriza por distribuir al por mayor y menos la mercadería que se trae directamente de la china, los precios a distribuir son muy aceptables en relación con la competencia, pese a que afectan los factores externos al proyecto la empresa ha podido mantener sus operaciones normales.

2.03 Análisis interno

En el análisis interno, a más de que nos permite identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, lo que trata es dar a conocer una visión de la empresa de conjuntos sobre los recursos, mostrando los principales medios y habilidades que lo diferencian para hacer frente al entorno el cual se está posicionando. De esta forma lo que se procura no es ver si las cosas se están llevando a cabo de forma correcta o no, si no que es lo que se hace bien o mal en referente a los competidores. (Acero de la Cruz, pág. 31)

Análisis

El análisis interno se la conoce mayormente como situación en la que se encuentra la empresa, donde se puede identificar cuáles son las fortalezas y debilidades en las que la empresa está cursando, también de esta forma se puede identificar qué es lo bueno que se está aplicando en referencia a sus competidores.

2.03.01 Propuesta estratégica

La propuesta estratégica es donde se plantea la estructura que se pretende realizar para la ejecución operativa del estudio del proyecto, que permitan alcanzar los objetivos y metas alcanzables para lograr el pleno cumplimiento ya sea a corto o largo plazo.

2.03.01.01 Misión

Misión organizacional es el propósito por el cual una organización existe. En general, la misión organizacional de una empresa contiene información como, qué tipos de productos o servicios produce la organización, quienes son sus clientes, y qué valores importantes tiene. La misión organizacional es un amplio informe de dirección organizacional. Para desarrollar una misión organizacional apropiada, la dirección debe realizar un análisis completo y debe considerar la información generada durante el proceso de análisis del entorno. (Dr. Bustamante & Dr. Rivera, 1991, pág. 5)

2.03.01.01.01 Misión de la empresa DPV WORLD

Proveemos la más completa y actualizada oferta de accesorios y tecnología, con un servicio personalizado, amable, seguro y eficiente, a los precios más competitivos del mercado.

2.03.01.01.02 Factores Claves de la Misión

- **Giro del negocio:** Venta de accesorios de tecnología móvil.
- **Público:** Padres y amantes de la innovación tecnológica.
- **Producto o servicio:** Reloj GPS para niños y Android Smart TV.
- **Valor fundamental:** Trabajo en Equipo

2.03.01.02 Visión

La Visión denominado como el sueño de la empresa, es una declaración de aspiración de la empresa a mediano o largo plazo, es la imagen a futuro de cómo deseamos que sea la empresa más adelante. Su propósito es ser el motor y la guía de la organización para poder alcanzar el estado deseado.

(Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, 2014)

2.03.01.02.01 Visión de la empresa DPV WORLD

Consolidar el liderazgo de nuestras tiendas a nivel nacional mediante ventas telefónicas y por Internet, ofreciendo a nuestros clientes el catálogo más surtido, para así convertirnos en la primera opción en la búsqueda y compra de accesorios de tecnología en Ecuador.

2.03.01.02.02 Factores claves de la Visión

- **Producto o Servicio:** Venta de accesorios de tecnología móvil.
- **Factor de diferenciación:** Brindar equipos de alta gama tecnológica.
- **Situación deseada:** Reconocimiento y posicionamiento en el mercado.
- **Tiempo:** 2 años
- **Principio fundamental:** Autodesarrollo del conocimiento.
- **Alcance:** Local.

2.03.01.03 Objetivos

Los objetivos deben expresarse con claridad para evitar posibles desviaciones en el proceso de investigación cuantitativa y ser susceptibles de alcanzarse; son las guías del estudio y hay que tenerlos presente durante todo su desarrollo. Evidentemente, los objetivos que se especifiquen requieren ser congruentes entre sí. (Sampier , R. Fernandez , c, & Baptista, 1991, pág. 2)

Análisis

En los objetivos marcan puntos o propósitos al cual se pretende alcanzar con el estudio que se realiza a la empresa DPV WORLD, captar mayor mercado del distrito metropolitano de Quito.

2.03.01.03.01 Objetivo General

Captar nuevo mercado con mayor posicionamiento en el mercado del norte del Distrito Metropolitano de Quito satisfaciendo las necesidades de los clientes poniendo a la disposición accesorios de telefonía móvil de última tecnología y dispositivos digitales para uso familiar y doméstico.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- Mejorar el flujo de ingresos con mayor productividad del personal altamente capacitado.

- Reconocimiento de la empresa y su equipo de trabajo con jóvenes universitarios.
- Estar siempre al ritmo de los avances que presenta la tecnología para facilitar las condiciones de vida de las personas.
- Atención personalizada con información precisa acorde a las necesidades de los clientes
- Impulsar el buen comportamiento y fortalecer los hábitos y valores de compromiso, responsabilidad y ética profesional.

2.03.01.04 Principios

Los principios se los conoce como normas sociales que están enfocados al comportamiento de las personas en cuanto a lo que deberían hacer y lo que se debería evitar, impartiendo un reconocimiento para las cuales sean más relevantes para criterios de enseñanza. (David Buzali, 2005, pág. 22)

Los principios son llevados a cabo para motivar a las personas a normalizar comportamientos de las personas que sirvan de ejemplo a la sociedad para que sea aplicable y a su vez empático a los hechos.

2.03.01.04.01 Principios Corporativos DPV World

Trabajo en equipo. - Fortalecer el buen ambiente laboral para el cumplimiento de objetivos comunes.

Dialogo. - Mantener una comunicación efectiva y clara que fortalezca y sirva para resolver dudas y mantener claridad en los que se está operando.

Compromiso con el cliente. - cubrir y satisfacer las necesidades de los clientes de forma efectiva y satisfactoria.

2.03.01.05 Valores

“Se dice que los valores son fundamental para el enriquecimiento personal, está compuesta por la percepción de algo magnifico para querer vivirlo.” (David Buzali, 2005, pág. 17)

Análisis

Los valores son muy importantes los que se planteen dentro de la empresa y el estudio de factibilidad del proyecto, ya que representa una parte fundamental de enriquecimiento personal, ya que los valores son los actos buenos de las personas con carácter íntegro.

2.03.01.05.01 Valores corporativos DPV World

APRENDIZAJE. - El aprendizaje en las personas es fundamental ya que permite conocer y superarse creando habilidades para superar y saber de otros.

COLABORACIÓN. - Ser participe en las actividades de forma colectiva para obtener un beneficio de forma grupal.

PERSEVERANCIA. - Es el acto de continuar, seguir adelante pese a los obstáculos que se presentes para alcanzar logros inigualables.

RESPONSABILIDAD. - cumplir con las actividades asignadas de forma eficiente cumpliendo con las políticas institucionales.

RESPECTO. - es la capacidad de aceptar al personal dentro y fuera de la empresa con todos sus defectos y virtudes en todo momento.

PUNTUALIDAD. - Al cumplimiento de sus responsabilidades de forma responsable debido a los demás colaboradores.

ALTRUISMO. - es la forma de buscar el bienestar y felicidad de las demás personas sin existir un interés de por medio.

2.03.01.06 Matriz Axiológica

Tabla 12: Matriz Axiológica

CHEK	SITUACION	FACTOR	VALORES	APLICACIÓN
x	Existentes	Percepción	Aprendizaje	Aprender constantemente de las nuevas situaciones que se presente.
			Colaboración	Promover la empatía para jugar por el mismo equipo.
			Perseverancia	Superar obstáculos de forma continua.
			Responsabilidad	Responsabilizarse de las actividades enmendadas en las tareas asignadas.
x	Faltantes	Gestión de calidad	Respeto	Aceptando las diferencias en dirección a los clientes
			Puntualidad	Cumplimiento efectivo de las tareas asignadas.
			Altruismo	Colaborar de forma continua sin esperar algo a cambio o intereses de por medio.

Fuente: El Investigador

Elaborado por: El Investigador

2.03.01.07 Políticas Internas DPV World

Las políticas de la empresa se presentan con la finalidad de crear normas que se deben cumplir para el bienestar de los colaboradores y clientes, estos dependen de la empresa su compromiso al cumplimiento de este.

- Felicidad del colaborador/cliente
- Seguridad gestionada
- Desarrollo y aprendizaje del personal
- Criterio de liderazgo
- Cada persona es responsable de su bienestar

2.03.02 Gestión administrativa

Es uno de los temas más importantes a la hora de tener un negocio ya que de ella va a depender el éxito o fracaso de la empresa. Trata de utilizar los recursos para el cumplimiento de las actividades de la empresa. Para llevar a cabo se conoce que está compuesta por cuatro elementos principales que son; Planificación, Organización, Dirección y control, (Benavides, 2011, pág. 14)

Análisis

La gestión administrativa es fundamental dentro de la empresa ya que es donde se va a establecer los parámetros o procesos de la administración, que son los más conocidos de planificar, organizar, dirigir y controla cada una de las actividades que la empresa ejerce.

2.03.02.01 Planificación

La planificación es la primera función administrativa porque sirve de base para las demás funciones. Esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y que debe hacerse para alcanzarlos; por tanto, es un modelo teórico para actuar en el futuro. La planificación comienza por establecer los objetivos y detallar los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible. La planificación determina donde se pretende llegar, que debe hacerse, como, cuando y en qué orden debe hacerse. (Dr. Bernal & Toro, 2012, pág. 2)

Análisis

La planificación para la empresa y el estudio del proyecto en marcha permite conocer y tener claro los objetivos que se pretenden alcanzar utilizando las herramientas necesarias para lograr el cumplimiento total y llegar corto plazo de tiempo al éxito esperado.

2.03.02.01.01 Diagrama de Gantt

Es una herramienta para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado de tiempo. Esta es fácil y cómoda visualización de las acciones a realizar, permite realizar el seguimiento y control del progreso de cada una de las etapas de un proyecto. Muestra gráficamente las tareas, su duración y secuencia,

además del calendario general del proyecto y la fecha de finalización prevista.
(Yasen, 2014, pág. 3)

Análisis

El diagrama de Gantt es muy conocido que se implementa para organizar las actividades de la empresa de acuerdo con cada área asignada, mediante esta herramienta se pueda medir el cumplimiento y realizar un seguimiento de las tareas asignadas.

Tabla 13: Diagrama de Gantt

Actividades/ Semanas	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Responsable
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1. Idea del negocio	■	■																			Ing. Diego Paredes
2. Analisis Situacional			■	■																	Ing. Diego Paredes
3. Estudio de Mercado					■	■	■														Alexander Echeverria
4. Estudio Técnico									■	■											Ing. Hugo Paredes
5. Estudio Financiero											■	■									Lcda. Mariana Brito
6. Implementación													■	■							Sr. Hugo Paredes & Sr. Alfredo Paredes
7. Ejecución															■	■	■	■			Ing. Diego Paredes
8. Evaluación																			■	■	Lcda. Mariana Brito

Fuente: El Investigador

Elaborado por: El Investigador

2.03.02.02 Organización

“Organizar es un proceso gerencial permanente. Las estrategias se pueden modificar, el entorno organizacional puede cambiar y la eficacia y eficiencia de las actividades de la organización no están siempre al nivel que los gerentes querrían.”
(Stoner, 1996, pág. 345)

Análisis

La organización dentro de una empresa permite identificar el nivel jerárquico de los que está comprendido el personal, cada uno de ellos están destinados a realizar una actividad del cual son responsables de la ejecución, para un mejor entendimiento de los cargos mencionados DPV World detallara en breve un manual de funciones de cada uno de los colaboradores.

2.03.02.02.01 Organigrama

“Dentro de las empresas existen un organigrama jerárquico, el cual esta representados mediante figuras que indica los diferentes departamentos que tiene una empresa con su respectivo responsable del mismo.” (Stoner, 1996, pág. 352)

Análisis

El organigrama presentado a continuación es bastante sencillo el cual indica el orden jerárquico de las personas a trabajar en la sucursal, en este caso el administrador es el responsable de la eficiencia y rendimiento de este.

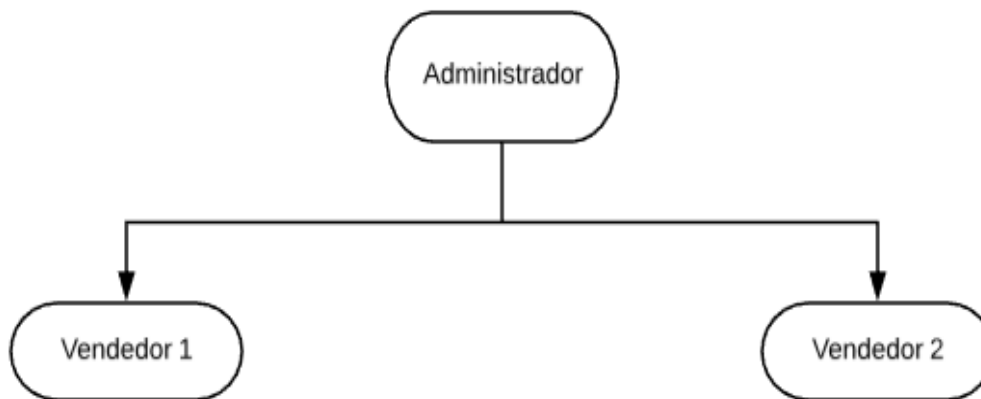


Figura 8: Organigrama estructural DPV World
Fuente: DPV World
Elaborado Por: DPV World

2.03.02.02.02 Manual de Funciones

Es una herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores. (Gonzalez Sanches, 2008, pág. 1)

1. Administrador

Tabla 14: Funciones del Administrador

Información		COD-001
Perfil de cargo:	3 persona	
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Observador • Motivador • Trabajo en equipo • Confianza y liderazgo • Agilidad mental • Comunicador 	
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar las actividades del personal a cargo • Distribución de equipos y materiales de trabajo • Dar instrucciones a los colaboradores • Vigilar el funcionamiento del sitio • Verificar el cumplimiento de las actividades asignadas a cada colaborador • Responder por la eficiencia del desempeño del almacén 	

Fuente: DPV WORLD

Elaborado por: El investigador

2. Vendedores

Tabla 15: Funciones de los vendedores

Información		COD-002
Perfil de cargo:	3 persona	
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación eficaz • Genera confianza • Empatizarse con los clientes • Proactivo • Persistente • Paciencia 	
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionar empresa-cliente • Informar adecuadamente las bondades de los productos • Dar a conocer los beneficios del producto • Dar asesoramiento del uso de los productos • Despejar dudas del cliente • Satisfacer al cliente • Facturar al cliente • Informar al cliente las garantías del producto 	

Fuente: DPV WORLD

Elaborado por: El investigador

Reglamento de la empresa

Primero:

El reglamento de la empresa DPV World para el estricto cumplimiento por parte de todos los colaboradores de la empresa situada al Norte de la ciudad de Quito, este

reglamento está ligado al contrato individual de cada trabajador el cual se pacta al momento de la selección del personal.

Segundo:

Las personas interesadas en formar parte del equipo de trabajo de DPV World están en la libre elección de suscribirse al sitio web www.dpvworld.com en la sección de “trabaje con nosotros” para aplicar como aspirante cumpliendo los requisitos como: cedula de identidad o carné de refugiado, nivel académico, disponibilidad de tiempo y aspiraciones salariales.

Tercero:

Una vez ya conocida la información del aspirante en caso de existir una vacante la empresa hará una cita previa para continuar con el proceso de reclutamiento y empezar un periodo de prueba.

Cuarto:

DPV World es una empresa que a más de brindar plazas de empleo también se preocupa por el desarrollo personal de sus colaboradores por el cual una de sus políticas es acomodar los horarios de sus trabajadores con el fin de que puedan seguir estudiando y crezcan profesionalmente sin descuidar su estabilidad económica.

Quinto:

En caso de que alguno de los trabajadores este pasando por situaciones graves como enfermedad, o problemas académicos DPV World le da el tiempo necesario para solucionarlo dando la oportunidad de recuperar las horas perdidas cuando el trabajador lo crea oportuno. Si existe alguna de estas situaciones el trabajador debe enviar por escrito a la gerencia.

Sexto:

Todo el equipo de trabajo de DPV World labora bajo un contrato legalmente registrado en el ministerio de trabajo, por lo que tiene derecho a todos los beneficios que la ley establece en el Código de trabajo.

Reglamento interno DPV World.

- La jornada laboral es de 10:30 a 19:30
- Todo el personal dispone de una hora para el almuerzo
- Cada trabajador es responsable de su lugar de trabajo
- Cada trabajador responde por el aseo de su lugar de trabajo
- Usar adecuadamente el uniforme de trabajo
- Prohibido ingresar bebidas alcohólicas
- Prohibido abandonar el lugar de trabajo, siendo caso especial autorizado por el jefe encargado o gerente.
- Mantener buena presencia
- El personal debe trabajar siempre en equipo

2.03.02.03 Dirección

La dirección es conocida la forma como se ejecuta las actividades de una empresa una vez conocido los recursos aplicando tomas de decisiones, motivando y liderando al grupo de trabajo. Se trata de controlar las operaciones por medio de la cooperación y esfuerzo de los subordinados, con el fin de lograr altos niveles de productividad. (CORDOVA LOPEZ, 2012, pág. 58)

Análisis

Para realizar una dirección adecuada de la empresa debe estar ligada a los objetivos a los cuales la empresa pretende llegar o alcanzar, para ello se realiza una adecuada ejecución de las actividades de forma sistematizada y logia para obtener mayor eficiencia de la empresa.

2.03.03.01 Cadena de Valor

“El análisis de la Cadena de Valor de Porter comienza con la identificación de dos fuentes separadas y fundamentales de ventaja competitiva: el liderazgo en costes y en diferenciación” (Fundación Pública Andaluza, 2015, pág. 5).

Análisis

La ventaja competitiva implica la existencia de una actividad que la empresa realiza de forma exclusiva o más eficiente que la competencia, y que es percibida como importante por los clientes” (Fundación Pública Andaluza, 2015, pág. 5).

Según Porter, el liderazgo en costes bajos o la diferenciación dependen de todas aquellas actividades que desarrolle una empresa y que, separándolas en grupos con una importancia estratégica, ofrecería información para comprender el comportamiento de los costes, así como también identificar fuentes existentes o potenciales de diferenciación. Todas las demás tareas deben reducir su coste lo máximo posible, sin perder la calidad intrínseca del producto. Para estas actividades se debería optar por la externalización. (Fundación Pública Andaluza, 2015, pág. 5)

Análisis

Dentro de la cadena de valor es donde se realiza una clasificación de la empresa en actividades básicas, en estas actividades se pueden identificar los valores que añaden al producto o servicio final, el objetivo principal de esto es identificar las fuentes de ventajas competitivas.

Tabla 18: Cadena de Valor

Infraestructura: Planificación					Margen
Gestión de Recursos Humanos					
Desarrollo tecnológico					
Realización					
Logística de entrada	Operaciones	Logística de salida	Mercadotecnia y ventas	Servicio	
-Compra de Mercadería -Verificación de la mercadería	-Venta de la mercadería seleccionada	-Cobro del bien vendido	-Posicionamiento en el mercado -Programar Actividades por temporadas	-Satisfacción a los clientes -Valorar los resultados	

Fuente: DPV WORLD

Elaborado por: El investigador

2.03.04 Gestión Comercial

“La gestión comercial es un término relacionado a la mercadotecnia o marketing, es decir, te proporciona las técnicas de como promover un producto o servicio ofrecido por una pyme o micro pyme.” (Confederacionde Comercio, 2014, pág. 1)

Ofrece todas las herramientas necesarias para administrar y gestionar adecuadamente las principales actividades comerciales de la organización en mercados cada vez más saturados y competitivos. No hay que olvidar que la venta, es un definitiva, el objetivo final de cualquier pyme. Por ello en el proceso comercial y d negociación, el elemento más significativo es la comunicación. (Confederacionde Comercio, 2014, pág. 1)

Análisis

Dentro de la gestión comercial es donde se planifica y gestiona las actividades de las empresas para su operación en cuanto al mercado, la que permite buscar formas estratégicas de llegar al mercado considerando los lugares de mayor concurrencia de personas.

2.03.04.01 Marketing Mix

El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Estas cuatro variables también son conocidas como las 4Ps por su acepción anglosajona (product, price, place y promotion). Las 4Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. (Espinosa, 2014, pág. 2)

Análisis

Marketing mix sirve para relacionar tanto el precio, producto distribución y comunicación para de esta forma conseguir los objetivos que se plantean en la empresa.

2.03.04.01.01 Producto

El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto, el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás. Dentro del producto encontramos aspectos tan importantes a trabajar como la imagen, la marca, el packaging o los servicios posventa. El director de marketing también debe tomar decisiones acerca de la cartera de productos, de su estrategia de diferenciación de productos, del ciclo de vida o incluso de lanzamiento de nuevos productos. (Espinosa, 2014, pág. 3)

Análisis

El producto es el actor principal de los beneficios que brinde a la empresa, el por ello que en los apartados anteriores se seleccionó los mejores proveedores para vender equipos de calidad que garanticen un buen funcionamiento a los clientes.

Para los productos se considera lo siguiente:

- Variedad
- Calidad
- Diseño
- Características
- Marca
- Garantías

2.03.04.01.02 Precio

El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. En última instancia es el consumidor quien dictaminará si hemos fijado correctamente el precio, puesto que comparará el valor recibido del producto adquirido, frente al precio que ha desembolsado por él. (Espinosa, 2014, pág. 3)

Análisis

El precio importante establecerlo en relación con el mercado considerando los costos que este generó al momento de adquirirlo, el precio debe ser establecido en función

de la aceptación del producto en el mercado, es por ello muy importante que se debe estudiar los costos y el porcentaje de utilidad sobre el mismo sin afectar la demanda del mercado.

Para el precio se considera lo siguiente:

- Precio de lista
- Descuentos
- Complementos
- Periodo de pago
- Condiciones de crédito

2.03.04.01.04 Plaza

Gracias a la comunicación las empresas pueden dar a conocer, como sus productos pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo. Podemos encontrar diferentes herramientas de comunicación: venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas. La forma en que se combinen estas herramientas dependerá de nuestro producto, del mercado, del público objetivo, de nuestra competencia y de la estrategia que hayamos definido. (Espinosa, 2014, pág. 3)

Análisis

Se entiende como plaza es el lugar donde la empresa va a dar a conocer sus productos al público con el fin de satisfacer las necesidades, en este caso implementando la sucursal del centro comercial el Condado para cubrir el alcance de la ciudad.

Para eso se considera lo siguiente:

- Publicidad
- Venta Personal
- Promoción de Ventas
- Relaciones Públicas
- Propaganda

2.03.04.01.05 Promoción



Figura 9: Pagina Web DPV World

Fuente: DPV World

Elaborado Por: DPV World

Página de Facebook DPV World

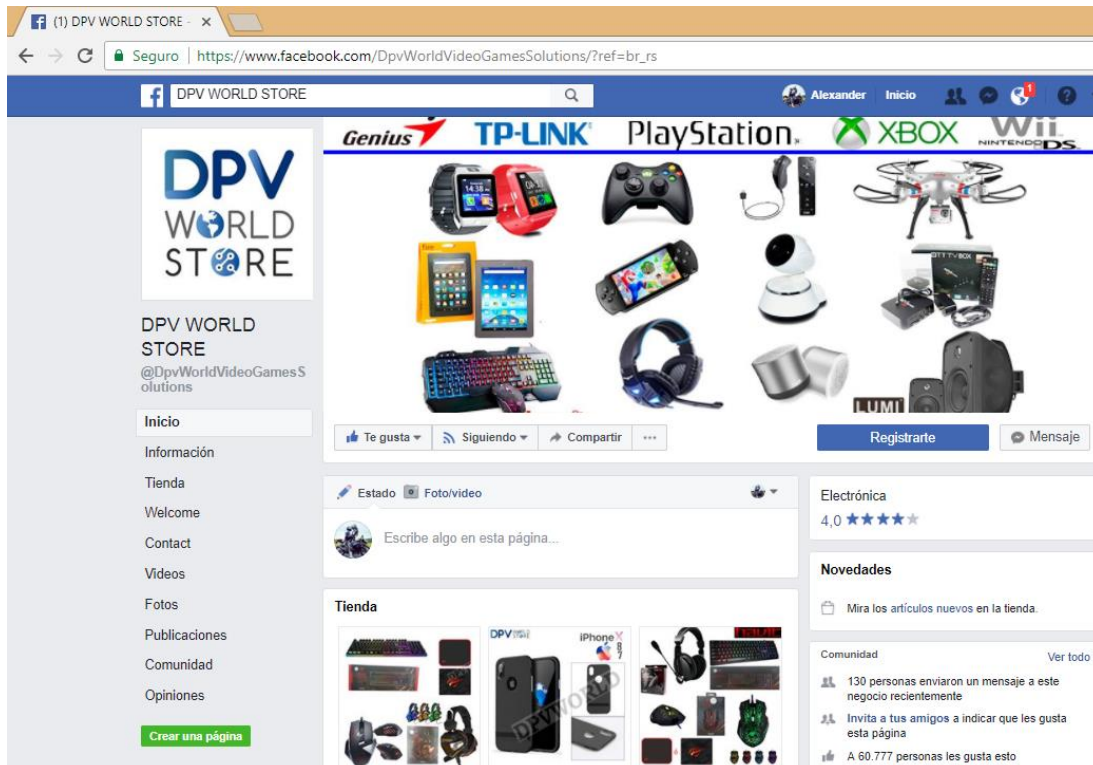


Figura 10: Pagina Web DPV World

Fuente: DPV World

Elaborado Por: DPV World

2.03.04.02 Logotipo

“El logotipo se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.” (Historia, pág. 1)

DPV WORLD representa la tecnología, hace referencia a una imagen de empresa moderna que hace que se diferencie de los competidores.

2.03.04.02.01 Logotipo de la empresa



Figura 11: Pagina de Facebook DPV World

Fuente: DPV World

Elaborado Por: DPV World

CAPÍTULO III

3.0 Estudio de mercado

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. (Instituto Nacional de Emprendedores, 2016, pág. 1)

Análisis

En el estudio de mercado es donde se obtiene una noción donde va a ofrecer el servicio como empresa, quienes serán los compradores o beneficiarios que van a adquirir los productos o servicios determinando el sitio exacto y conocer los precios estimados al cual se pretende competir.

3.01 Análisis del consumidor

Análisis del consumidor es estudiar la forma en que los clientes piensan para tomar la decisión de compra, es decir que intervienen muchos factores el cual el comprador está sujeto antes de concretar si comprar o no un bien o servicio, muchas ocasiones el comportamiento de las personas es totalmente diferente, es por ello que se aplica técnicas para lograr comprender y satisfacer o llegar a ellos de forma global. (Fernández Guillén & Verano Gamboa, 2017, pág. 2)

3.01.01 Determinación de la población y muestra

3.01.01.01 Población

Metodológicamente, en un trabajo de investigación, se denota a la población como un conjunto definido, limitado y accesible del universo que forma el referente para la elección de la muestra. Es el grupo al que se intenta generalizar los resultados del estudio. Comprende todos los elementos (personas, familias, grupos, objetos, organizaciones, etc.) que presentan características comunes que se definen a través de criterios establecidos para el estudio. (Cantoni Rabolini, 2009, pág. 2)

Análisis

Población se habla de forma global donde está dirigido el proyecto, quienes comparten muchas características en común, esta puede llegar a ser finita o infinita según la considere el autor o investigador.

Tabla 19: Población

VARIABLE	Nro.
QUITO	2'239.191
PEA EI CONDADO	41.151

Fuente: INEC

Elaborado por: El investigador

3.01.01.02 Muestra

Es una colección de individuos extraídos de la población a partir de algún procedimiento específico para su estudio o medición directa. Una muestra es una fracción o segmento de una totalidad que constituye la población. La muestra es en cierta manera una réplica en miniatura de la población. Se estudian las muestras para describir a las poblaciones, ya que el estudio de muestras es más sencillo que el de la población completa, porque implica menor costo y demanda menos de tiempo. (Cantoni Rabolini, 2009, pág. 4)

3.01.01.002.1 Población Infinita

Las Poblaciones Infinitas son concebidas por la Estadística como un conjunto de individuos, objetos o situaciones, que presentan factores comunes –más allá de su naturaleza o género, pero cuyo número se encuentra calculado más allá de treinta mil elementos distintos, oponiéndose entonces al concepto de Poblaciones Finitas, conformada también por individuos con rasgos comunes, pero que cuentan con un número inferior a treinta mil individuos u objetos de estudio. (Educacion, El pensante, 2017, pág. 3)

Análisis

La población infinita es la que tiene inicio, pero no podemos finalizar un conteo, es por ello por lo que se toma una muestra para aplicar en el estudio del proyecto.

Fórmula para determinar la muestra de la población infinita

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

Tabla 20: Simbología

SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO
n	Tamaño de la muestra
Z	Nivel de Confianza
P	Probabilidad a favor
Q	Probabilidad en contra
e	Error muestral

Fuente: Baca Urbina

Elaborado por: El investigador

3.01.01.02.02 Calculo de la Población

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0.5 * 0.5}{0,05^2}$$

$$n = 384$$

Los resultados obtenidos según la encuesta dirigida a un total de 384 personas tanto de forma física como Online.

3.01.02 Técnicas de obtención de la información

Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada. (Dr. Núñez Jiménez., 2009, pág. 6)

Análisis

Cuando existe la necesidad de evaluar o hacer un levantamiento de información se acude a varias herramientas o instrumentos para obtener datos para analizar con información filtrada para tomar decisiones y saber a qué tipo de personas o población se está estudiando con características similares de un sector.

3.01.02.01 Encuesta

La encuesta es muy utilizada para la investigación de mercados, es por ellos que sirve de instrumento para cualquier tipo de investigación, esto se lo realiza mediante encuestas a través de un cuestionario con preguntas que ayuden específicamente a la obtención de la información que se desea levantar. (Alelú Hernández, 2010, pág. 3)

Análisis

Una encuesta no es más que un instrumento por el cual se recopila información para realizar un estudio de mercado, por lo que para esto se plantea una serie de preguntas que permitan obtener información precisa.

3.01.02.01.01 Modelo de encuesta física

ENCUESTA

Objetivo

Levantar la información para el estudio de factibilidad de una sucursal de la empresa DPV World, para saber con qué frecuencia consume o adquiere bienes que brindan un servicio tecnológico para el hogar y la familia.

Instructivo

Lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una X según corresponda

Genero

Masculino Femenino

Edad

18-22

23-27

27-32

33 – en adelante

Nivel de ingresos

\$375-\$400

\$401-\$500

\$501-\$600

\$601-\$1000

1. ¿Compraría usted para vigilancia de su hijo reloj GPS?

Sí

No

2. ¿Está usted de acuerdo con la utilización de equipos tecnológicos para

Convertir su TV normal en Smart TV?

Sí No

3. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una empresa

comercializadora de accesorios tecnológicos en el Centro comercial el

Condado?

Si No

4. ¿Usted es una persona aficionada por la tecnología digital y tecnología

móvil?

Sí No

5. ¿Según la necesidad en su hogar para niños que cantidad de reloj GPS

adquiriría en el año?

1-2 3-4 5-6

6. ¿Según la necesidad en su hogar para Tv disponibles que cantidad de

equipos adquiriría en el año?

1-2 3-4 5-6

7. ¿Estaría dispuesto a pagar por el reloj GPS para niños \$45?

Sí No

8. ¿Estaría dispuesto a pagar por el convertidor Smart TV \$60?

Sí No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.01.03 Análisis de la información

Tabla 21: Género

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	212	55%
Femenino	172	45%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

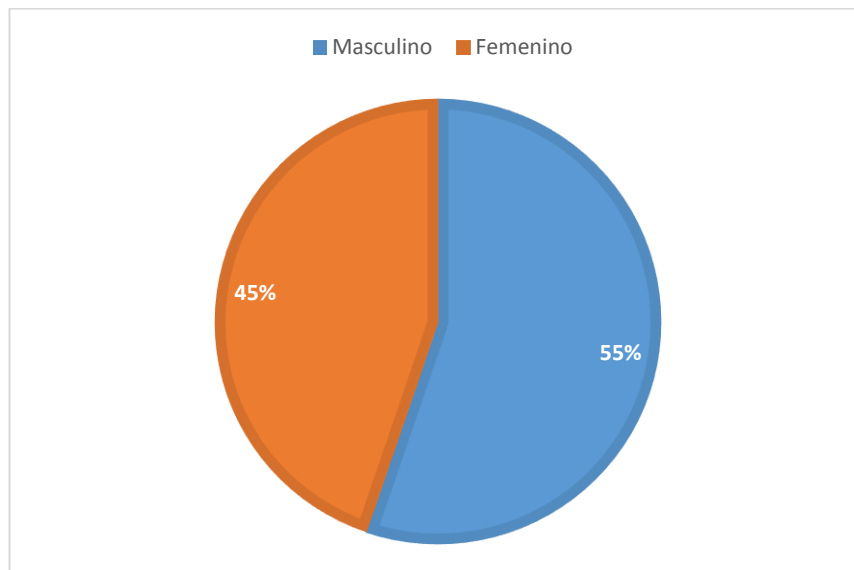


Figura 12: Género

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Investigador

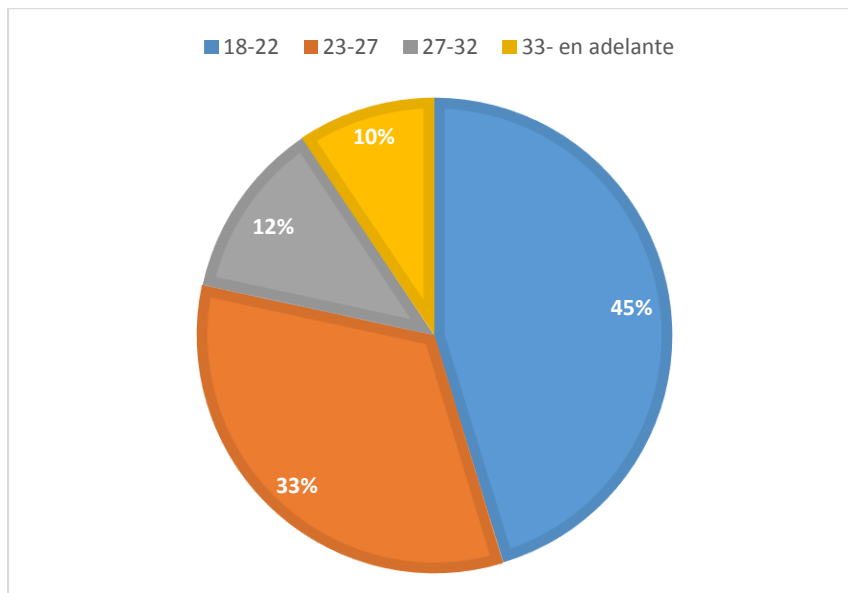
Análisis

Según la encuesta realizada a 384 personas se ha determinado que el 45% de las personas son mujeres y los 55% restantes son hombres, representa una cifra casi equilibrada en para el levantamiento de la información,

Tabla 22: Edad

Escala	Frecuencia	Porcentaje
18-22	174	45%
23-27	127	33%
27-32	47	12%
33 en adelante	36	10%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador


Figura 13: Edad

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Investigador

Análisis

Una vez obtenido los resultados de la encuesta se determina el rango de edades al cual está dirigido el proyecto dando una breve noción de los posibles consumidores en los diferentes rangos de edades, ya que el 45% representa a personas entre 18 a 22 años el cual se segmenta el interés por el producto.

Tabla 23: Nivel de Ingresos

Escala	Frecuencia	Porcentaje
\$375-\$400	221	58%
\$401-\$500	61	16%
\$501-\$600	51	13%
\$601-\$100	51	13%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

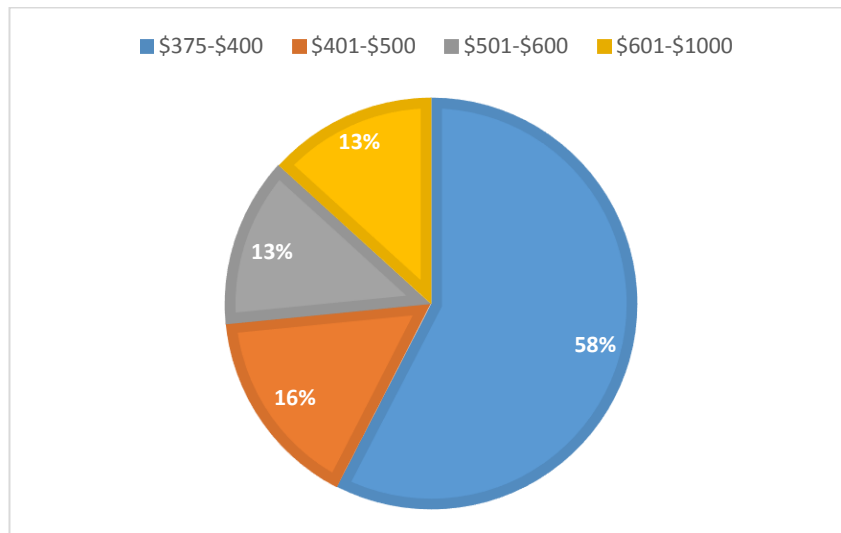


Figura 14: Nivel de ingresos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Investigador

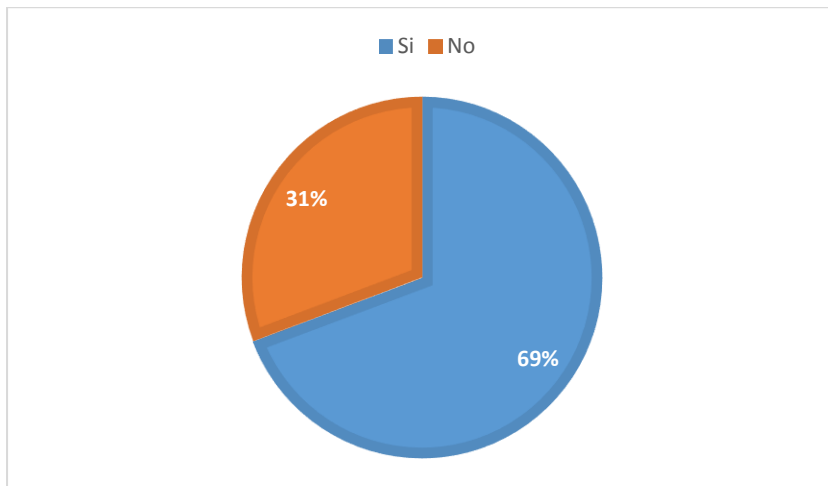
Análisis

La encuesta muestra que la mayor cantidad de posibles adquirientes del producto se encuentran entre las personas que ganan un salario básico de \$375 a \$400 dólares, también dando paso a las personas con un sueldo mayor a \$400 dólares, esto demuestra que el proyecto es asequible sin importar el nivel económico que las personas dispongan.

Tabla 24: 1.- ¿Compraría usted para vigilancia de su hijo reloj GPS?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	266	69%
No	118	31%
Total	384	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador*



*Figura 15: 1.- ¿Compraría usted para vigilancia de su hijo reloj GPS?
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Investigador*

Análisis

Según la encuesta realizada se puede determinar con claridad que las personas en un 69% conocen de los productos ofertados en el desarrollo del proyecto y un 31% desconoce de ello.

Esto es muy importante ya que se logra entender que las personas saben de que se trata los productos que se van a vender al mercado.

Tabla 25: 2.- ¿Está usted de acuerdo con la utilización de equipos tecnológicos para convertir su TV normal en Smart TV?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	266	69%
No	118	31%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador

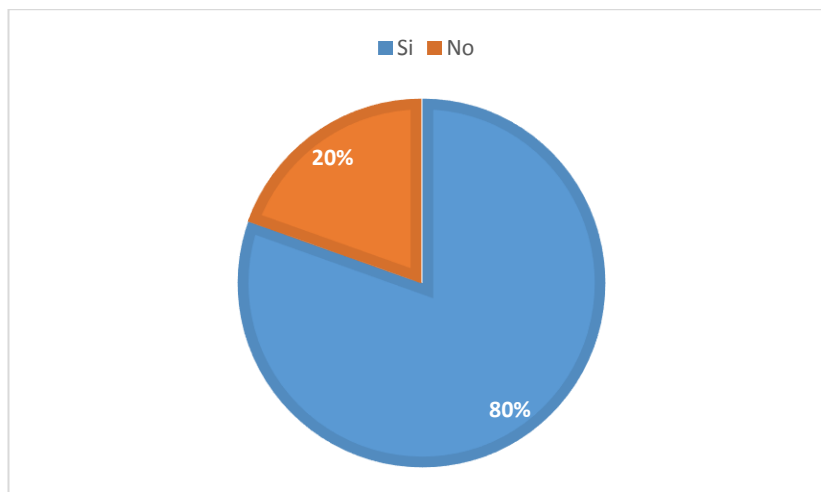


Figura 16: 2.- ¿Está usted de acuerdo con la utilización de equipos tecnológicos para convertir su TV normal en Smart TV?

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Investigador

Análisis

Según la encuesta realizada se puede determinar con claridad que las personas en un 80% conocen de los productos ofertados en el desarrollo del proyecto y un 20% desconoce de ello.

Esto es muy importante ya que se logra entender que las personas saben de que se trata los productos que se van a vender al mercado.

Tabla 26: 3.- ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una empresa comercializadora de accesorios tecnológicos en el Centro comercial el Condado?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	309	80%
No	75	20%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador

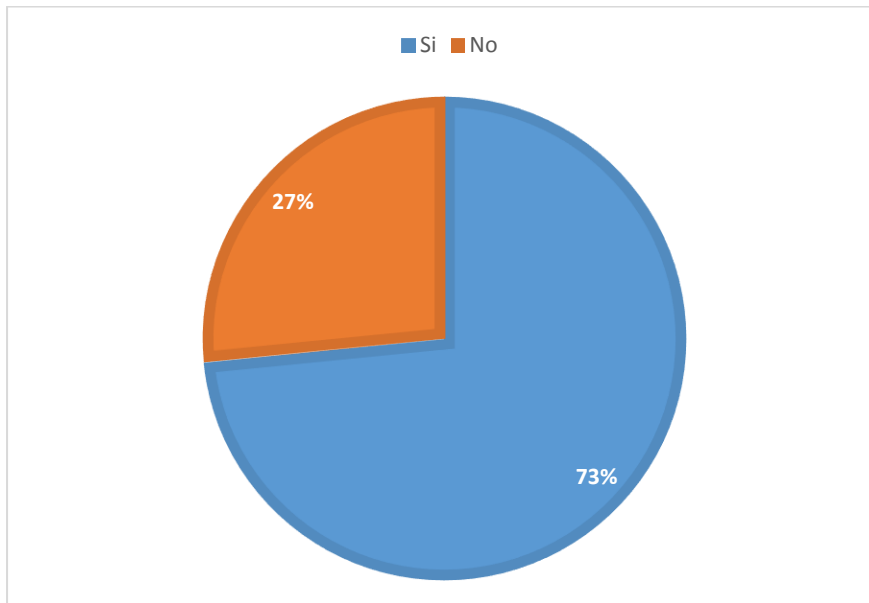


Figura 17: 3.- ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una empresa comercializadora de accesorios tecnológicos en el Centro comercial el Condado?

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Investigador

Análisis

Según los resultados las personas están de acuerdo con la implementación de una empresa tecnológica en el sector el Condado, el 73% de las encuestas muestran una aceptación de la empresa.

Tabla 27: 4.- ¿Usted es una persona aficionada por la tecnología digital y tecnología móvil?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	230	60%
No	154	40%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

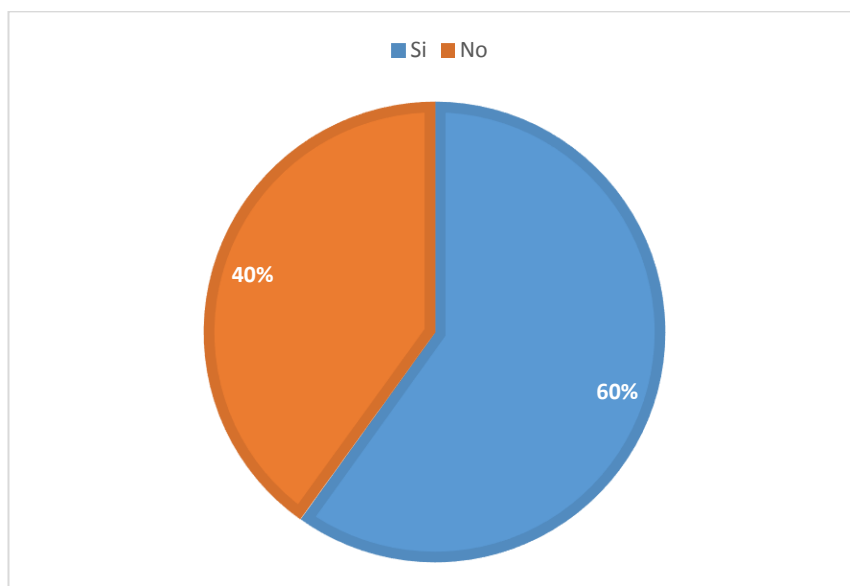


Figura 18: 4.- ¿Usted es una persona aficionada por la tecnología digital y tecnología móvil?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Investigador

Análisis

Las personas encuestadas aficionadas por la tecnología en el sector del Condado representan a un 60% de fanatismo por las nuevas ofertas tecnológicas y novedosas que se presentan al mercado, mientras que el 40% de las personas no toman mucha importancia al tema tecnológico.

Tabla 28: 5.- ¿Según la necesidad en su hogar para niños que cantidad de reloj GPS adquiriría en el año?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
1-2	289	75%
3-4	77	20%
5-6	18	5%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador

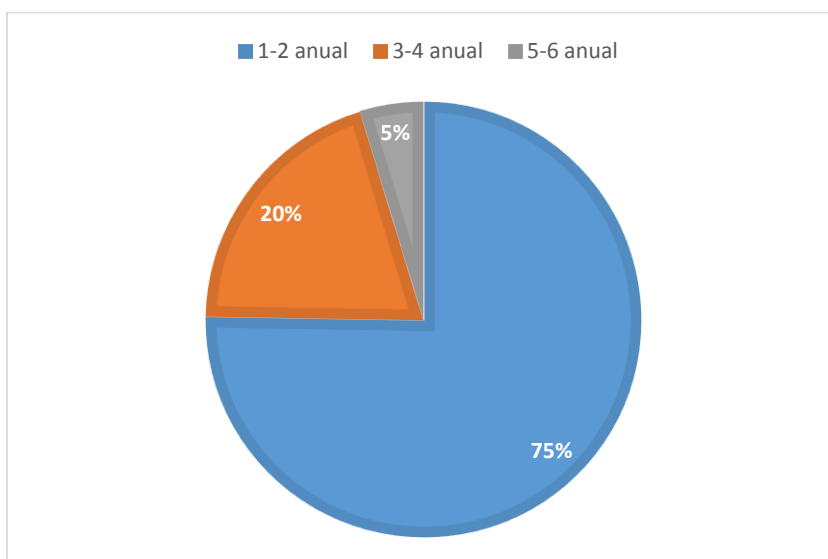


Figura 19: 5.- ¿Según la necesidad en su hogar para niños que cantidad de reloj GPS adquiriría en el año?

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Investigador

Análisis

Según los datos obtenidos se puede notar claramente que las personas si están muy interesadas en adquirir el producto reloj GPS para niños gracias a la seguridad que ofrece, el 75% de la población encuestada acepta adquirir entre 1 a 2 equipos según la necesidad en el hogar.

Tabla 29: 6.- ¿Según la necesidad en su hogar para Tv disponibles que cantidad de equipos adquiriría en el año?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
1-2	320	83%
3-4	57	15%
5-6	7	2%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador

Figura 16: 6.- ¿Según la necesidad en su hogar para Tv disponibles que cantidad de equipos adquiriría en el año?

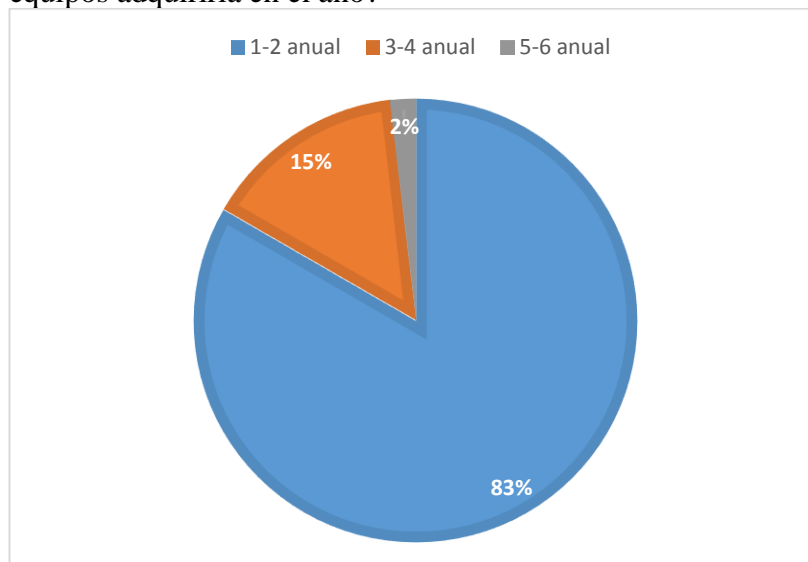


Figura 20: 6.- ¿Según la necesidad en su hogar para Tv disponibles que cantidad de equipos adquiriría en el año?

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Investigador

Análisis

Según los datos de la encuesta el 83% de las personas encuestadas están interesadas en adquirir entre 1 a 2 equipos al año el cual representa una ventaja gracias al ya conocimiento de las personas del funcionamiento y uso de este, estos son adquiridos en función de las TV disponibles en el hogar.

Tabla 30: 7.- ¿Estaría dispuesto a pagar por el reloj GPS para niños \$45?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	302	79%
No	82	21%
Total	384	100%

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador*

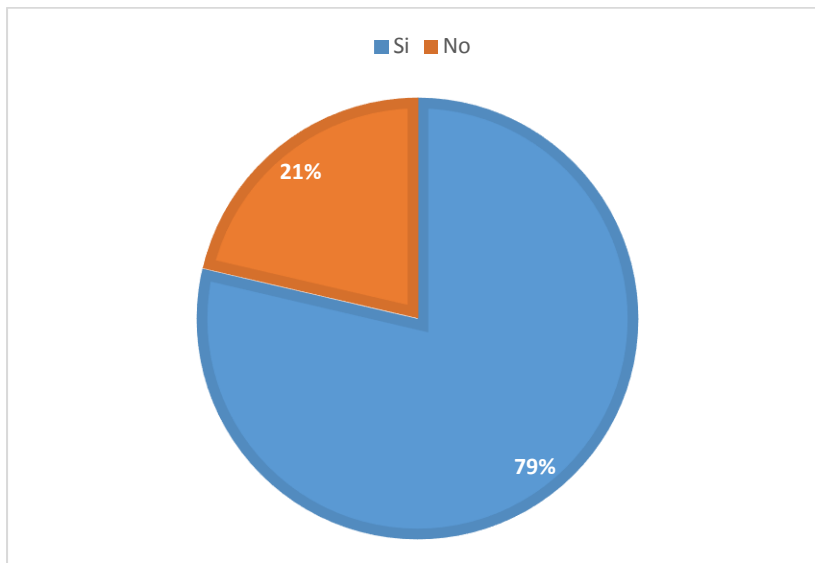


Figura 21: 7.- ¿Estaría dispuesto a pagar por el reloj GPS para niños \$45?

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Investigador*

Análisis

Según la encuesta realizada los datos obtenidos en cuanto al precio las personas si aceptan pagar el valor de 45USD por el reloj GPS para niños el cual representa al 79% de las personas encuestadas dispuestas a pagar por cada equipo adquirido, es ventajoso el volumen de personas que se interesan en el precio y utilidad del producto.

Tabla 31: 8.- ¿Estaría dispuesto a pagar por el convertidor Smart TV \$65?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Si	246	64%
No	138	36%
Total	384	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

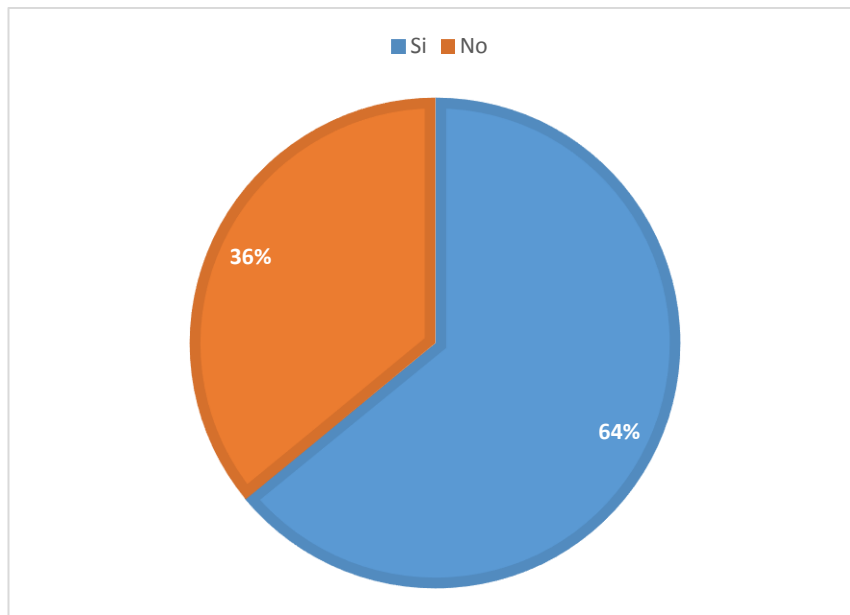


Figura 22: 8.- ¿Estaría dispuesto a pagar por el convertidor Smart TV \$65?

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Investigador

Análisis

Según los datos obtenidos el 64% de las personas encuestadas aceptan el valor a pagar por un equipo Convertidor Smart TV según las necesidades en el hogar, esto representa una gran acogida de precio y también de cantidad en base a las necesidades de cada uno de ellos.

3.02 Oferta

La oferta determina la cantidad que se produce por cada bien o servicio que se preste estableciendo el precio al cual se debe vender, esto hace que los mercados interactúen entre sí, se entiende por mercado toda aquella empresa o institución donde todo bien o servicio se intercambia. La oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos. (McGraw-Hill, 2014, pág. 62)

Análisis

La oferta es un factor muy importante tanto para las empresas vendedoras de bienes como de servicios, ya que depende mucho de esto la cantidad en la que se tiene que basar para lanzar sus productos o servicios al mercado con un determinado precio que sea asequible por los clientes, también un precio moderado y competitivo.

3.02.01 Oferta histórica

La oferta histórica es caracterizada por basarse en hechos del pasado con información de sucesos ocurridos anteriormente tanto en los datos estadísticos como información tales como la inflación u otros factores que interceden a la oferta pasada. (McGraw-Hill, 2014, pág. 63)

Análisis

La oferta histórica es uno de los datos donde se puede hacer una idea de los antecedentes ocurridos antes en algún lugar, el cual pudo haberse visto afectado por cambios políticos u otros, se basa principalmente en la estadística.

Tabla 32: Oferta histórica

Año	Factor	Oferta
2018	1,60%	\$ 837.262,17
2017	0,52%	\$ 832.908,41
2016	1,05%	\$ 824.162,87
2015	1,12%	\$ 814.932,25
2014	1,80%	\$ 800.263,47

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

3.02.02 Oferta Actual

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

Análisis

Es el estudio que se realiza para saber cuál es el estatus del mercado al cual va a llegar con el estudio del proyecto a realizar.

Tabla 33: Oferta Actual

Año	Demanda proyectada	Marca de preferencia	Oferta Actual
2018	\$ 1.146.934,48	73,00%	\$ 837.262,17

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

Análisis

Mediante la encuesta realizada a 384 personas como muestra, se ha determinado que 73% de las personas aceptan la empresa como tal considerando los precios de los productos, estos son los posibles consumidos que adquirirán los productos ofertados al mercado.

3.02.03 Oferta Proyectada

Tabla 34: Oferta Proyectada

Año	Factor	Oferta
2018	1,60%	\$ 837.262,17
2019	1,60%	\$ 850.658,37
2020	1,60%	\$ 864.268,90
2021	1,60%	\$ 878.097,20
2022	1,60%	\$ 892.146,76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

3.03 Demanda

La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción. (McGraw-Hill, 2014, pág. 62)

3.03.01 Demanda histórica

La demanda histórica al igual que la oferta histórica se toma cinco años para realizar el estudio del proyecto considerando el crecimiento poblacional.

Tabla 35: Demanda Histórica

Año	Factor	Demanda
2018	1,56%	\$ 1.146.934,48
2017	1,56%	\$ 1.129.042,30
2016	1,56%	\$ 1.111.429,24
2015	1,56%	\$ 1.094.090,95
2014	1,60%	\$ 1.076.585,49

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador

3.03.02 Demanda actual

Para predecir el comportamiento futuro de la demanda, es necesario tomar en cuenta que todo pronóstico se inicia de una situación determinada, lo cual en este caso corresponde al comportamiento de la demanda actual. A su vez, dicha demanda actual se ha generado a partir de acontecimientos o hechos pasados, que se estudiaron en la sección anterior, al analizar el comportamiento histórico de la demanda. (Orjuela & Sandoval, 2002, pág. 67)

Análisis

La demanda actual permite identificar si en una población existe necesidad o insatisfacción de las personas de algún sector, partiendo de la demanda permite el investigador hacer sus proyecciones y saber cuál es la necesidad de los demandantes.

Tabla 36: Demanda Actual

DATOS	Reloj GPS		SMART TV BOX	
Población	41.151		41.151	
Consumo	60,00%	24.691	60,00%	24.691
Frecuencia	75,00%	18.518	83,00%	20.494
Aceptación Precio	79,00%	14.629	65,00%	13.321
Precio	\$ 45,00	\$ 658.314,90	\$ 65,00	\$ 865.871,50
Aceptación Producto	69,00%	\$ 454.237,28	80,00%	\$ 692.697,20
Demanda actual es:				\$ 1.146.934,48

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador

3.03.03 Demanda Proyectada

“La demanda proyectada es aquella cantidad de bien o servicio que la población podría consumir en el futuro. Estimar lo que sucederá a futuro con la población objetivo del proyecto.” (Marcial, 2010, pág. 12)

Análisis

La demanda proyectada es muy importante para el estudio del proyecto ya que permite al investigador saber cuántos serán los posibles compradores del producto y poder estar preparado estratégicamente para presupuestarse en cuanto a los costos y gastos que incurran en él.

Tabla 37: Demanda Proyectada

Año	Factor	Demanda
2018	1,60%	\$ 837.262,17
2019	1,60%	\$ 850.658,37
2020	1,60%	\$ 864.268,90
2021	1,60%	\$ 878.097,20
2022	1,60%	\$ 892.146,76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

3.04 Balance de oferta y demanda

La demanda insatisfecha, se presenta cuando el mercado no cubre las necesidades o requerimientos de la demanda, con los productos existentes en el mercado. En este caso, se deberá calcular la magnitud de dicha demanda, para determinar cuál es la cantidad de producción necesaria para lograr satisfacer al mercado. Ejemplo: algunos medicamentos escasos. Se debe estimar la demanda insatisfecha y calcular el nivel de producción. (Orjuela & Sandoval, 2002, pág. 62)

Análisis

Mediante este balance se puede determinar cuáles son las posibles demandas insatisfechas que se presentarán con el transcurrir del tiempo el cual los oferentes no pueden cubrir estas necesidades de los clientes, por el cual se proyecta 5 años para el estudio de este.

Tabla 38: Balance actual

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha (D-O)
2018	1.146.934,48	837.262,17	309.672,31

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

Análisis

Una vez realizado el estudio tanto de oferta y demanda se comparan los resultados obtenidos para determinar una demanda insatisfecha de 101.820,59 el cual se debe cubrir.

3.04.02 Balance proyectado

Tabla 39: Balance Proyectado

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha (D-O)
2018	1.146.934,48	837.262,17	309.672,31
2019	1.164.826,66	850.658,37	314.168,29
2020	1.182.997,95	864.268,90	318.729,06
2021	1.201.452,72	878.097,20	323.355,52
2022	1.220.195,39	892.146,76	328.048,63

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

CAPÍTULO IV

4.0 Estudio técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes operaciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requerida, así como el capital de trabajo que se necesita. (Ambario Ledezma, 2015, pág. 2)

Análisis

Mediante el estudio técnico permite al investigador saber o tener una idea de la cantidad que se va a necesitar en cuanto a costo que se generen con las operaciones al momento de ejecutar el proyecto.

4.01 Tamaño del proyecto

El análisis del tamaño de un proyecto tiene por objeto dimensionar la capacidad efectiva de producción y su nivel de utilización, tanto para la puesta en marcha como en su evolución durante la vida útil del proyecto. El tamaño del proyecto debe indicarse en el tipo de unidades que mejor expresen su capacidad de producción. La cantidad de producto por unidad de tiempo es normalmente la medida más adecuada. (Marcial, 2010, pág. 19)

Análisis

En el estudio del tamaño del proyecto permite al investigador conocer cuál es la capacidad que va a disponer para a producción o el servicio que se va a prestar, esto se lo determina en un periodo de tiempo el cual será la capacidad de producción del estudio del proyecto.

Tabla 40: Tamaño del proyecto

Descripción	RELOJ	TVBOX
Población	41.151	41.151
Aceptación de la empresa	73,00%	73%
Total aceptación Empresa	30.040	30.040
Aceptación del producto	69%	80%
Total aceptación del producto	20.728	24.032
Frecuencia de compra anual	75%	83%
Total frecuencia anual	15.546	19.947
Clientes potenciales	7%	7%
Total clientes potenciales	1088	1396

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

4.01.01 Capacidad Instalada

“La capacidad instada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la capacidad de producción que pueda suministrarse.” (Mejía, 2013, pág.

1)

En todo sistema de producción o de prestación de servicios se requiere de una dotación de recursos físicos, humanos, tecnológicos, bienes raíces maquinarias y equipos para poder procesar la materia prima e insumos relacionados hasta transformarla en producto terminado o servicios prestados. Esa cantidad de infraestructura constituye la capacidad instalada y, por su puesto, mayor cantidad esperada de producción. (Mejía, 2013, pág. 1)

Análisis

En la capacidad instalada se puede conocer cuál es la infraestructura que dispone la empresa para ejercer las actividades como negocio o empresa, las cuales depende mucho de ello la capacidad en la que se va a utilizar o va a ser útil para las operaciones de la empresa al momento de brindar un bien o servicio.

Tabla 41: Capacidad Instalada local

	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
RELOJ	43	299	1295	15546
TVBOX	55	384	1662	19947

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

4.01.02 Capacidad óptima

“Es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año, se considera óptimo cuando se opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.” (Urbina, 2010, pág. 75)

Para determinar la capacidad óptima de los trabajadores se requiere de un sistema de medición que al mismo tiempo determine sus habilidades y sus capacidades, es importante destacar que el ser humano tiende a adaptarse y realizar distintas manualidades según el trabajo les requiera. Por lo tanto, para determinar parámetros de eficiencia requiere de una correcta evaluación de los trabajadores a la hora de contratarlos. Así que la medición debería dividirse según los siguientes parámetros o deficiencias determinadas en los mismos trabajadores de esta empresa. (Hdez , 2017, pág. 1)

Tabla 42: Capacidad óptima

	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
RELOJ	3	21	91	1088
TVBOX	4	27	116	1396

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

Análisis

Una vez realizado el estudio de la capacidad instalada tanto financiamiento, equipos y recursos a utilizarse incluido la mano de obra, se debe determinar la capacidad óptima de la empresa, esto se lo realiza con detallando unidades de medidas de producción o de servicio al año utilizando los menores costos totales de la producción o servicio.

4.02 Localización

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social. (Universidad Santo Tomas, 2017, pág. 1)

lugar donde existe fácil acceso para cliente, proveedores y existe alto movimiento de comercio, también la disponibilidad de servicios básicos y tecnología aceptable.

4.02.02 Micro localización

“Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa o se implementará como tal dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el lugar elegido.” (Rojas, 2016, pág. 162)

Análisis

El proyecto se va a implementar en la Provincia de Pichincha, en el cantón Quito, parroquia El Condado dentro del centro comercial El Condado Shopping, entre las calles Av. Mariscal Sucre y Avenida John F. Kennedy, Quito, EC170144.

Para la localización tomada para el proyecto se ha considerado los siguientes factores principales:

- Vías de acceso
- Servicios básicos
- Seguridad
- Cercanía con las personas

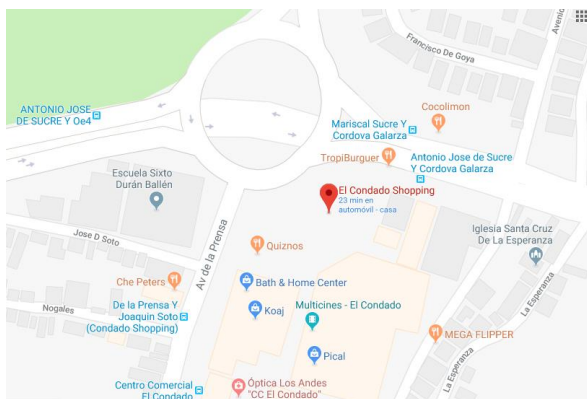


Figura 24: Micro localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

4.02.03 Localización óptima

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.” (Hidalgo, 2015, pág. 5)

Según el autor (Urbina, 2010, pág. 100) “Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, o para obtener el costo unitario mínimo.”

Análisis

La localización óptima es donde se va a ubicar la empresa considerando el mayor rendimiento o rentabilidad de esta, a su vez optimizando la mayor cantidad de recursos.

Tabla 43: Localización Óptima

Nro.	Factor	Peso	El Condado		Carcelén	
			Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
1	Cercanía con el cliente	0,2	9	1,80	8	1,60
2	Cercanía con los proveedores	0,16	8	1,28	8	1,28
3	Servicios Básicos	0,16	9	1,44	9	1,44
4	Transporte	0,15	8	1,20	8	1,20
5	Infraestructura	0,18	9	1,62	7	1,26
6	Estructura legal	0,15	9	1,65	8	1,20
	Total	1	52	8,69	48	7,98

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador

Análisis

La localización por puntos es tomada en cuenta por factores muy importantes para la empresa comparando con el sector de Carcelén, como son las vías de acceso para movilidad, mantener un grado de cercanía con los proveedores, transportes y servicios básicos, cada uno de ellos se asigna un peso y calificación según las facilidades que se acoplen a los factores de la localización.

4.03 Ingeniería del producto

Un conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y de la organización. (Universidad del Cauca, 2006, pág. 2)

4.03.01 Definición del bien o servicio

Definición de un bien es un objeto tangible de aspecto físico, que se puede tocar y ver a simple vista. Los bienes pueden ser duradero o también tener una vida de utilidad no tan prolongada.

Lo que la empresa va a ofrecer a las personas una vez realizado el estudio del proyecto, analizando las diferentes variables que influyen dentro del mismo considerando el alcance e impacto ante la competencia considerando la demanda de personas interesadas en el tema tecnológico, personas que siempre están buscando adquirir productos nuevos innovadores que generen una buena utilidad para el cliente al momento de su adquisición.

Lo que la empresa ofrece netamente como productos estrella al mercado son los relojes GPS o SmartWatch GPS con el fin de mantener una comunicación instantánea ente padre o madre de familia e hijo, a su vez cuenta con un aplicativo gratuito que permite rastrearlo en cualquier momento.

El segundo producto estrella es con el fin de hacer uso de las TV antiguas o que no disponen de un sistema inteligente como son las Smart TV, el equipo permite conectar a las televisiones y visualizar un sistema Android haciendo uso de la pantalla de televisión, la mismas permite acceso a internet aplicativos que generalmente se suelen usar en los teléfonos móviles.

Se brindará el servicio adecuado a los clientes con indicaciones claras y precisas para el uso y manipuleo de los equipos antes de su adquisición, despejando toda inquietud acerca de los productos.

4.03.02 Distribución de la planta

La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Esta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación. Una distribución en planta puede aplicarse en una instalación ya existente o en una en proyección. (Ingeniería Industrial, 2016, pág. 2)

Análisis

Una vez conocido la micro localización del proyecto se debe realizar el estudio de la distribución de la planta, esto está conformado por diferentes áreas en las cuales se va a trabajar, el personal de trabajo dispondrá de su propia área de forma óptima que permita ejercer sus actividades sin ningún inconveniente de forma que este a su alcance todo lo necesario para trabajar.

4.03.02.01 Matriz SLP (Systematic Layout Planning)

Esta metodología conocida como SLP por sus siglas en inglés, ha sido la más aceptada y la más comúnmente utilizada para la resolución de problemas de distribución en planta a partir de criterios cualitativos, aunque fue concebida para el diseño de todo tipo de distribuciones en planta independientemente de su naturaleza. (Fernandez, 2017, pág. 1)

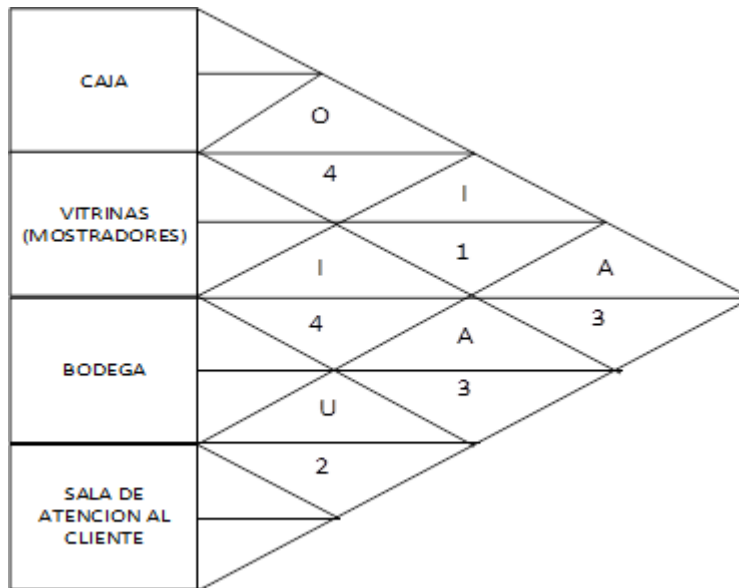


Figura 25: Matriz SLP

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

Tabla 44: Grados de Cercanía

Letra	Grados de cercanía
A	Absolutamente necesaria
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinaria normal
U	Unimportante o sin importancia
X	Indeseable
XX	Muy indeseable

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

Tabla 45: Razones de cercanía

Número	Razón
1	Por flujo de información
2	Por Control
3	Por accesibilidad
4	Por conveniencia
5	Por Higiene

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

4.03.02.02 Plano de la Planta

Los planos son los documentos más utilizados del proyecto, y por ello han de ser completos, suficientes y concisos. Deben incluir la información necesaria para

ejecutar la obra objeto del proyecto en la forma más concreta posible y sin dar información inútil o innecesaria. (Universidad de Castilla-La Mancha, 2007, pág. 1)

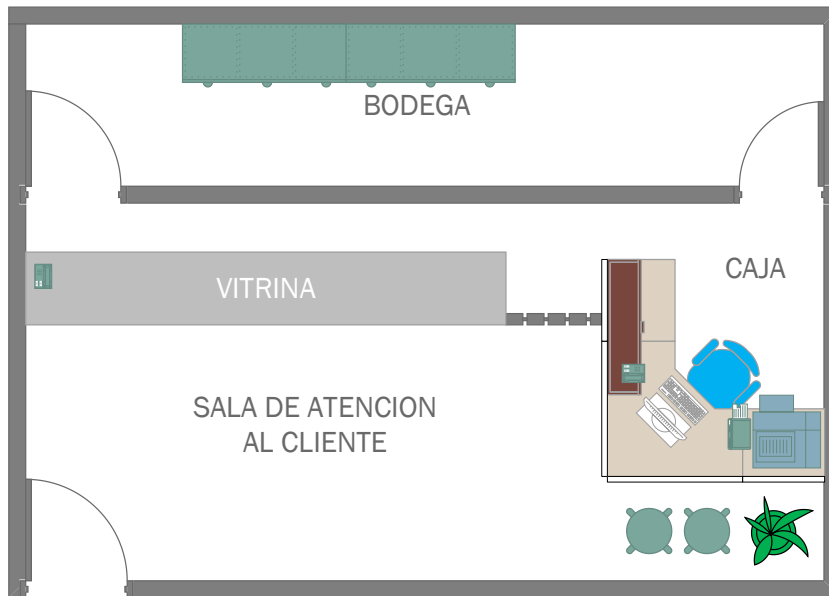


Figura 26: Plano de la planta
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador

Tabla 46: Plano de la Planta

Área	Metro cuadrado
Caja	6m ²
Vitrina	3m ²
Bodega	13m ²
Salda de atención al cliente	19m ²
Baño	4,40m ²
TOTAL	45.4m²

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador

Mediante la utilización de la matriz SLP se puede determinar las áreas más adecuadas para el funcionamiento, considerando los grados de cercanías con cada una de las áreas por facilidades de movilización, para ellos se ha considerado los grados de cercanías de la Matriz SLP.

4.03.03 Proceso productivo


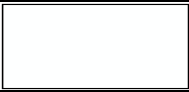



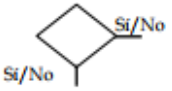



Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos

elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor. (García, 2017, pág. 1)

4.03.03.01 Simbología utilizada para el proceso productivo

La simbología utilizada es una de las más recomendadas en América Latina es el lenguaje ANSI, ya que representa mediante gráficos con actividades diferentes el proceso de producción.

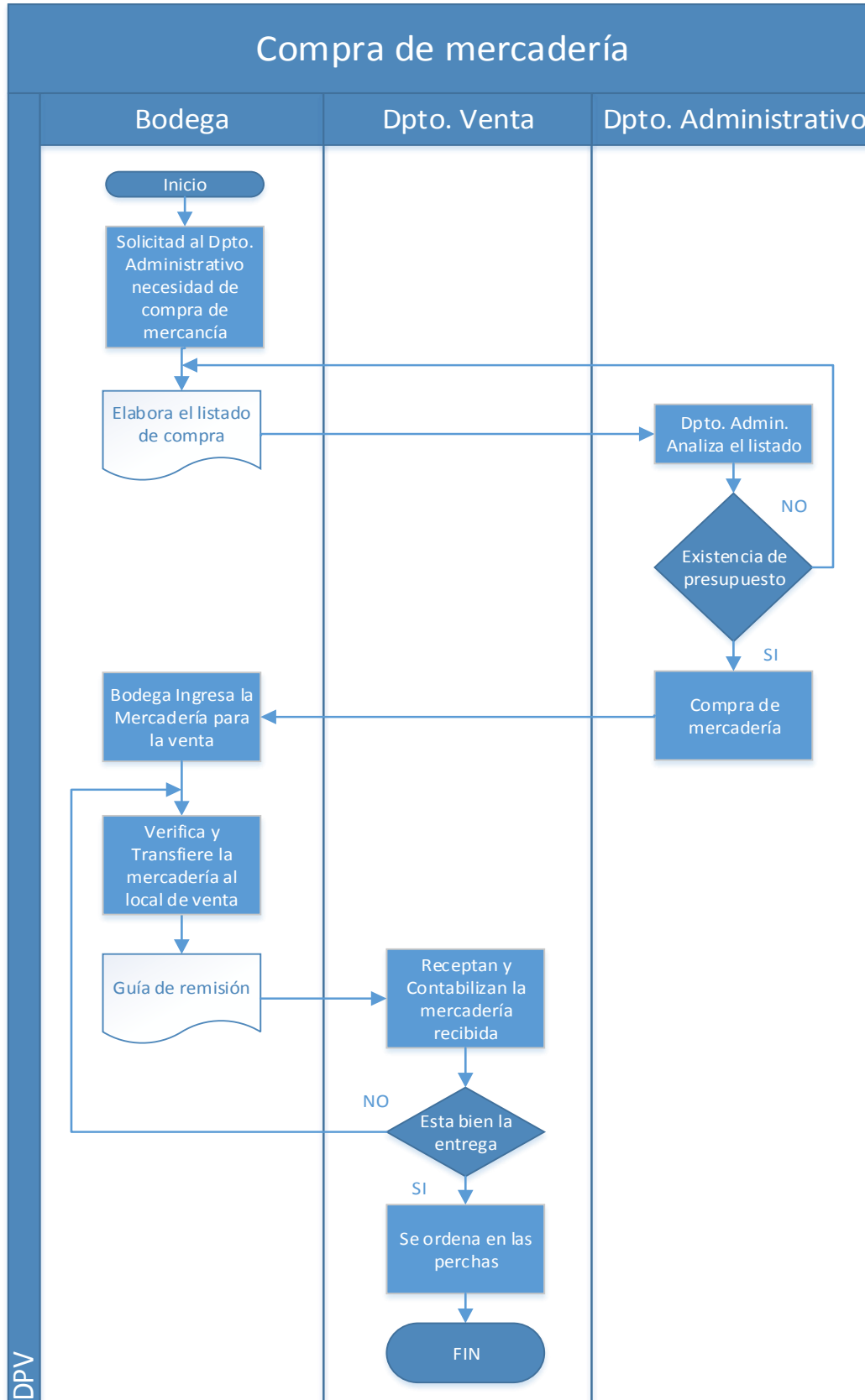
Tabla 47: Simbología ANSI

Símbolo	Significado	¿Para qué se utiliza?
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo
	Operación / Actividad	Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Datos	Indica la salida y entrada de datos.
	Almacenamiento / Archivo	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.
	Decisión	Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector de página	Representa la continuidad del diagrama en otra página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente en la que continúa el diagrama de flujo.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

Tabla 48: Proceso de adquisición de mercadería



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El investigador

Descripción de actividades

1. Bodega verifica inventarios
2. Enlista los productos requeridos para comprar
3. Departamento administrativo analiza presupuestos
4. Si existe presupuesto (Si/No)
5. Sí, Compra mercadería
6. No, verifican el listado
7. Bodega general ingresa mercadería al sistema
8. Verifica productos y guía de remisión
9. Despacha a los puntos de ventas
10. Verifican productos físicos
11. Pasan a perchas/Vitrinas la mercadería
12. Fin

4.03.04 Muebles y enseres

“Son objetos que sirven para facilitar los usos y actividades habituales en casas, oficinas y otro tipo de locales. ... Armarios, sofás, camas, muebles de cocina, muebles de baño, mesas, sillas, muebles auxiliares, archivadores, estanterías, etc.” (Coussins Styles , 2015, pág. 3)

Análisis

Los muebles y enseres son los bienes a utilizarse para las operaciones de la empresa, estos son detallados con mayor especificación cada una de ellas.

Tabla 49: Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor	
		Unitario	Total
Escritorio Modular	1	200,00	200,00
Silla facturación Ergonómica	1	85,00	85,00
Vitrina exhibidora	1	350,00	350,00
Archivadores	2	65,00	130,00
Perchas	1	130,00	130,00
Espejo Convexo para vigilancia	1	55,00	55,00
TOTAL			950,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

4.03.05 Equipos

Los equipos son los instrumentos o herramientas que se van a necesitar para la producción o prestación de un servicio, el cual está destinado para la libre operación de los trabajadores que realicen sus actividades con total comodidad y funcionamiento.

4.03.05.01 Equipos de computación

“Son todos los Equipos de Cómputo Electrónicos que pertenecen a la compañía: Computadoras, CPU, Monitores, Teclados, Mouses, Servidores, Drivers, Scanner, Plotter, etc.” (Soza, 2012, pág. 2)

Los equipos de computación como su nombre lo indica, son todos aquellos aparatos eléctricos informáticos o relacionados que permiten a la empresa un funcionamiento tecnológico para facilitar sus operaciones, dentro de ellos se puede destacar las computadoras, impresoras, servidores entre otros.

Tabla 50: Equipos de computación

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Computadora HP Core I3	1	660	660
Impresora Color Epson L395-I395	1	234	234
Impresora Rollo Facturación Epson TMU-220	1	269	269
Software contable TIVKA SYSTEM	1	1.300	1.300
TOTAL			2.463,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

4.03.05.02 Equipos de Oficina

“Constituyen los materiales y útiles que se emplean en la empresa, los principales son el papel tamaño oficio, papel carbón, los sobres, bloques de remisiones, talonarios de facturas o recibos, libros, registros, las tarjetas, lápices, los borradores, tintas, secantes.

“(Soza, 2012, pág. 3)

Análisis

Los equipos de oficina se relacionan más con los materiales a utilizar al momento de realizar el trabajo o prestar un servicio, el cual están ligadas a las actividades cotidianas del trabajador.

Tabla 51: Equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora de Oficina	2	290,00	580,00
Teléfono Fijo	1	120,00	120,00
Celular Móvil	1	300,00	300,00
TOTAL			1.160,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El investigador

CAPÍTULO V

5.0 Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Este estudio es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Arenas Rojas, 2017, pág. 7)

Análisis

En el estudio financiero permite realizar un análisis de la capacidad con la que cuenta la empresa monetariamente en el tiempo de vida del proyecto, así mismo se puede determinar el rendimiento o rentabilidad que tendrá el mismo.

5.01 Ingresos

5.01.01 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales son obtenidos mediante la actividad principal de la empresa, todas las empresas pertenecen a un sector económico por el cual están constituidas para realizar actividades concretas.

Tabla 52: Ingresos Anuales

Descripción	RELOJ GPS	TVBOX
Población	41.151	41.151
Aceptación de la empresa	73,00%	73%
Total aceptación	30.040	30.040
Aceptación del producto	69%	80%
Total aceptación del producto	20.728	24.032
Frecuencia de compra anual	75%	83%
Total frecuencia anual	15.546	19.947
Total compras	15.546	19.947
Clientes potenciales	7%	7%
Total Clientes potenciales	1088	1396
Precio	45,00	65,00
Total ingresos	48.969,33	90.757,54
TOTAL INGRESOS ANUALES		139.726,87

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Según el estudio realizado la empresa obtendrá 139.726,87 dólares anuales trabajando 7 días a la semana considerando que el local está ubicado dentro de un centro comercial con una frecuencia de compra del 75% para los relojes GPS y 83% para los equipos Smart TV Box.

5.01.02 Ingresos No Operacionales

Los ingresos no operacionales en contabilidad son considerados como otros beneficios que una empresa obtiene por casos extras a las actividades económicas la cual desempeña.

5.2 Costos

“Es un sistema de información, con el cual se determina el costo incurrido al realizar un proceso productivo y la forma en como se genera este en cada una de las actividades en las que se desarrolla la producción.” (Rojas M. R., 2007, pág. 9)

5.02.01 Gastos administrativos

“Los gastos administrativos son los que incurren dentro de la organización, dirección y control de la empresa, estos gastos no son considerados directamente con las operaciones o producción de la empresa.” (Urbina, 2010, pág. 88)

Tabla 53: Rol de Pagos Administrador

Descripción	Sueldo	Aporte Patronal IESS	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	450,00	50,175	37,50	32,17	18,75	0,00	588,59	7.063,10
Total Sueldo	450,00	50,18	37,50	32,17	18,75	0,00	588,59	7.063,10

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Tabla 54: Gastos Administrativos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Sueldo Personal Administración	1		588,59	7.063,10
Arriendos más alcuotas	1	830,00	830,00	9.960,00
Suministros de Limpieza	1	30,00	30,00	360,00
Suministros de Oficina	1	32,00	32,00	384,00
Luz Eléctrica	1	22,00	22,00	264,00
Teléfono	1	20,00	20,00	240,00
Internet	1	30,00	30,00	360,00
TOTAL			1.552,59	18.631,10

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Una vez realizado el estudio financiero se puede determinar como 18.631,10 en cuanto a los gastos administrativos incluido el salario del encargado tanto beneficios sociales como también los gastos que incurren dentro de la administración.

5.02.02 Gastos de venta

El gasto de venta son producto principal de los gastos que incurren al momento de hacer llegar ya sea el bien o servicio a un consumidor final o distribución al por

mayor, estos gastos se generan por la publicidad del producto, formas de mercadeo y netamente la comercialización de este. (Urbina, 2010, pág. 156)

Tabla 55: Rol de Pagos Vendedores

Descripción	Sueldo	Aporte Patronal IESS	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Valor Mensual	Valor Anual
Vendedor 1	386,00	43,039	32,17	32,17	16,08	0,00	509,46	6.113,47
Vendedor 2	386,00	43,039	32,17	32,17	16,08	0,00	509,46	6.113,47
Total Sueldo	772,00	86,08	64,33	64,33	32,17	0,00	1.018,91	12.226,94

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Tabla 56: Gastos de Venta

GASTOS DE VENTAS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Sueldos vendedores	2	509,46	1.018,91	12.226,94
Artículos publicitarios	200	1,00	200,00	200,00
Rotulo 3D Luz Led	400	1,00	400,00	400,00
Banner Roll Up	35	1,00	35,00	35,00
Uniformes	14	13,00	182,00	182,00
TOTAL			1.835,91	13.043,94

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

5.02.03 Gastos Financieros

“Los gastos financieros son los intereses que se debe pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos, en algunos casos estos costos se los incluye en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlo por separado.” (Urbina, 2010, pág. 157)

Tabla 57: Gastos Financieros

Inversión	100%
Capital propio	73%
Financiamiento	27%
Plazo	24 meses
Interés	11,23%
Pago	Mensual

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

5.02.04 Costos Fijos y Variables

Los costos fijos que maneja una empresa son aquellos que no sufren mayor variación en tiempo al momento de producir un bien o servicio, mientras que se considera costos variables a aquellos que en función de cantidad o tiempo sufren cambios paulatinos que sus costos no son permanentes.

Tabla 58: Costos Fijos y Variables

Costos Fijos	
Gastos Administrativos	18.631,10
Gastos de Ventas	13.043,94
Gastos Financieros	1.382,05
Costo Fijo Total	33.057,08
Costo Variable Unitario	
Reloj GPS	17.20
TV BOX	33,03
Total Costo Variable Unitario	50.23

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

5.03 Inversión

“Comprende de la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.” (Urbina, 2010, pág. 57)

5.03.01 Inversión Fija

Son los activos que se pueden ver y tocar los conocidos como inversión fija, los bienes propiedad de la empresa como terrenos, maquinarias, edificios, vehículos entre otros. Se les denomina fijos porque la empresa no puede desprenderse de él sin que ocasione problemas a sus actividades productivas. (Urbina, 2010, pág. 157)

5.03.02 Activo Fijo

Los activos fijos de una empresa son los bienes tangibles que se utiliza para el buen funcionamiento y forma parte fundamental para las actividades de la empresa, los mismo son depreciables a medida que pasa el tiempo y pierden valor monetario.

Tabla 59: Activos de la empresa

Inversiones en Activos Fijos	Uso de fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
Vehículo	30.627,00	30.627,00	-
Equipo de Computación	2.463,00	2.463,00	-
Equipo de Oficina	1.160,00	1.160,00	-
Muebles y Enceres	950,00	950,00	-
Total de Activos Fijos	35.200,00	35.200,00	-

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

5.03.03 Activos Nominales o diferidos

Son todos los activos intangibles con los que cuenta la empresa, permisos u obligaciones que debe cumplir el proyecto para su ejecución.

5.03.04 Capital de trabajo

Según (Urbina, 2010, pág. 159) el capital de trabajo es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

Tabla 60: Capital de Trabajo

Descripción	1 mes	2 mes	3 mes	TOTAL
Inventario de Mercaderías	5.403,00	5.403,00	5.403,00	16.208,99
Gastos de Administración				
Sueldo Personal Administración	588,59	588,59	588,59	1.765,78
Arriendos	830,00	830,00	830,00	2.490,00
Suministros de Limpieza	30,00	30,00	30,00	90,00
Suministros de Oficina	32,00	32,00	32,00	96,00
Luz Eléctrica	22,00	22,00	22,00	66,00
Teléfono	20,00	20,00	20,00	60,00
Internet	30,00	30,00	30,00	90,00
Gastos de Ventas		0,00	0,00	0,00
Sueldos vendedores	1.018,91	1.018,91	1.018,91	3.056,73
Artículos publicitarios	200,00	0,00	0,00	200,00
Rotulo 3D Luz Led	400,00	0,00	0,00	400,00
Banner Roll Up	35,00	0,00	0,00	35,00
Uniformes	182,00	0,00	0,00	182,00
TOTAL	8.791,50	7.974,50	7.974,50	24.740,50

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Análisis

Para llevar a cabo la ejecución del proyecto se considera muy importante la disponibilidad de recurso para subsistir durante tres meses considerando que la

empresa empieza a tener ingresos por sus propias actividades después de este tiempo, el monto asignado es de 24.740,50 dólares para cubrir las necesidades de pagos a corto plazo, sueldos arriendo entre otros, durante los primeros tres meses.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y usos de fondos

Tabla 61: Fuentes de Financiamiento y usos de fondos

Concepto	Uso de fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
Inversiones en Activos Fijos			
Vehículo	30.627,00	30.627,00	
Equipo de Computación	2.463,00	2.463,00	
Equipo de Oficina	1.160,00	1.160,00	
Muebles y Enceres	950,00	950,00	
Total de Activos Fijos	35.200,00	35.200,00	
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	200,00	200,00	
Gasto estudio de factibilidad	300,00	300,00	
Total de Activos Diferidos	500,00	500,00	
Capital de trabajo			
Inventario de Mercaderías	16.208,99		16.208,99
Gastos Administración			
Sueldo Personal Administración	1.765,78	1.765,78	
Arriendos	2.490,00	2.490,00	
Suministros de Limpieza	90,00	90,00	
Suministros de Oficina	96,00	96,00	
Luz Eléctrica	66,00	66,00	
Teléfono	60,00	60,00	
Internet	90,00	90,00	
Gastos de Ventas			
Sueldos vendedores	3.056,73	3.056,73	
Artículos publicitarios	200,00	200,00	
Rotulo 3D Luz Led	400,00	400,00	
Banner Roll Up	35,00	35,00	
Uniformes	182,00	182,00	
Total capital de trabajo	24.740,50	8.531,51	16.208,99
TOTAL DE INVERSIÓN	60.440,50	44.231,51	16.208,99
PARTICIPACIÓN	100%	73%	27%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Análisis

Este estudio permite determinar que parte de la empresa va a ser financiado por recursos propios o a su vez financiados por un banco, el monto asignado como recursos propios es de 44.231,51 dólares que representa el 73% de la inversión y 16.208,99 dólares que representa el 27% del total de la inversión.

5.03.06 Amortización de financiamiento

Tabla 62: Tabla de Amortización

Inversión	:	100%	60.440,50		
Cap. Propio	:	73%	44.231,51		
Financiamiento:		27%	16.208,99		
Plazo	:		24	MESES	
Interés	:		11,23%	0,47%	
Pagos	:		MENSUAL		

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	16.208,99	0,00	0,00	0,00	16.208,99
1	16.208,99	75,84	715,58	639,74	15.569,25
2	15.569,25	72,85	715,58	642,73	14.926,52
3	14.926,52	69,84	715,58	645,74	14.280,78
4	14.280,78	66,82	715,58	648,76	13.632,02
5	13.632,02	63,79	715,58	651,80	12.980,22
6	12.980,22	60,74	715,58	654,85	12.325,37
7	12.325,37	57,67	715,58	657,91	11.667,46
8	11.667,46	54,59	715,58	660,99	11.006,47
9	11.006,47	51,50	715,58	664,08	10.342,39
10	10.342,39	48,39	715,58	667,19	9.675,20
11	9.675,20	45,27	715,58	670,31	9.004,89
12	9.004,89	42,14	715,58	673,45	8.331,44
13	8.331,44	38,98	715,58	676,60	7.654,84
14	7.654,84	35,82	715,58	679,77	6.975,07
15	6.975,07	32,64	715,58	682,95	6.292,13
16	6.292,13	29,44	715,58	686,14	5.605,99
17	5.605,99	26,23	715,58	689,35	4.916,63
18	4.916,63	23,01	715,58	692,58	4.224,06
19	4.224,06	19,77	715,58	695,82	3.528,24
20	3.528,24	16,51	715,58	699,07	2.829,16
21	2.829,16	13,24	715,58	702,35	2.126,82
22	2.126,82	9,95	715,58	705,63	1.421,18
23	1.421,18	6,65	715,58	708,93	712,25
24	712,25	3,33	715,58	712,25	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Análisis

La necesidad de financiamiento de la empresa es de 16.208,99 dólares la misma se financiará con el banco Pichincha por la facilidad de crédito que la empresa actualmente maneja en esta institución financiera, el monto está solicitado por dos años a una tasa de interés de 11,23%.

5.03.07 Depreciaciones

Tabla 63: Tabla de depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vehículo	30.627,00	5	6.125,40	6.125,40	6.125,40	6.125,40	6.125,40
Equipos de Computación	2.463,00	3	821,00	821,00	821,00	821,00	821,00
Equipos de Oficina	1.160,00	10	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00
Muebles y Enseres	950,00	10	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00
TOTAL	35.200,00		7.157,40	7.157,40	7.157,40	7.157,40	7.157,40

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Análisis

El cuadro de depreciaciones muestra el tiempo estimado de vida útil de un activo de la empresa, a su vez permite saber el valor residual de los activos una vez que se aplique la depreciación.

5.03.08 Estado de Situación Inicial

Tabla 64: Estado de Situación Inicial

EMPRESA DPV WORLD STORE	
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL	
ACTIVOS	
Activo Corriente	24.740,50
Bancos	24.740,50
Activo no Corriente	35.700,00
Vehículo	30.627,00
Equipo de Computación	2.463,00
Equipo de Oficina	1.160,00
Muebles y Enceres	950,00
Gasto de Constitución	200,00
Estudio de Factibilidad	300,00
TOTAL ACTIVOS	60.440,50
PASIVOS	
Pasivos no Corrientes	16.208,99
Préstamo Bancario por pagar	16.208,99
PATRIMONIO	44.231,51
Capital	44.231,51
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	60.440,50

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Análisis

En el estado de situación Financiera inicial es donde vamos a registrar con lo que la empresa empieza a ejercer sus actividades, tanto su parte de activos que corresponde

a todo lo que la empresa dispone y al pasivo son todas las obligaciones que dispone a corto y largo plazo.

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado

Tabla 65: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	139.726,87	141.906,61	144.120,36	146.368,63	148.651,98
(-) Costo de Ventas	64.835,96	65.503,77	66.178,46	66.860,10	67.548,76
(=) Utilidad Bruta en Ventas	74.890,91	76.402,84	77.941,90	79.508,53	81.103,23
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	18.631,10	19.251,52	19.892,59	20.555,01	21.239,50
Gastos de Ventas	13.043,94	13.478,30	13.927,13	14.390,90	14.870,12
Gastos Financieras	709,45	255,57	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	42.506,42	43.417,46	44.122,18	44.562,62	44.993,61
(+) 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 A.P.E.I.	42.506,42	43.417,46	44.122,18	44.562,62	44.993,61
(-) 15 % Participación Laboral	6.375,96	6.512,62	6.618,33	6.684,39	6.749,04
(=) Utilidad Antes de I.R.	36.130,46	36.904,84	37.503,85	37.878,23	38.244,57
(-) Impuesto a la Renta S.A.	7.948,70	8.119,07	8.250,85	8.333,21	8.413,81
(=) Utilidad Neta	28.181,76	28.785,78	29.253,00	29.545,02	29.830,77
(+) Depreciaciones	7.157,40	7.157,40	7.157,40	7.157,40	7.157,40
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	35.339,16	35.943,18	36.410,40	36.702,42	36.988,17

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Una vez proyectado los resultados entre ventas y costo de ventas se puede determinar una utilidad bruta de 74.890,91 dólares, luego de haberse descontado la participación de trabajadores impuesto a la renta considerando que es una Sociedad Anónima la utilidad del ejercicio al primer año es de 35.339,16 dólares.

Tabla 66: Indicadores de rentabilidad Estado de Resultados

MARGEN BRUTO	53,60%	53,84%	54,08%	54,32%	54,56%
MARGEN OPERACIONAL	30,42%	30,60%	30,61%	30,45%	30,27%
MARGEN NETO	25,29%	25,33%	25,26%	25,08%	24,88%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

5.03.010 Flujo de caja

El flujo neto de efectivo no es más que la entrada y salida de dinero en efectivo de la empresa con un control o registro en el mismo.

Tabla 67: Flujo de caja

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-60.440,50			-2.463,00		20.252,20
Excedente Operacional		35.339,16	35.943,18	36.410,40	36.702,42	36.988,17
FLUJOS DE EFECTIVO	-60.440,50	35.339,16	35.943,18	33.947,40	36.702,42	57.240,37

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

5.04 Evaluación

5.04.01 Tasa de descuento

Según el autor (Urbina, 2010, pág. 196) “la tasa de descuento es el coto de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro, en otras palabras, la tasa de descuento es un factor que se utiliza para descontar el dinero en el tiempo.”

Tabla 68: Tasa de Descuento

Inflación promedio 5 años	2,61%
Tasa Riesgo país	5,52%
Prima de Riesgo	5,00%
TMAR =	Inflación + Riesgo País + Prima de Riesgo
TMAR =	0,0261+0.0552+0.05
TMAR =	0,1313
TMAR =	13,13%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

La tasa de descuento considerando los factores tanto de tasa activa como pasiva permitirá determinar el Valor Actual neto VAN.

5.04.02 Valor Actual Neto VAN

El valor actual neto se calcula al sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comprar todas las ganancias esperadas

contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. (Urbina, 2010, pág. 196)

Calculo del VAN

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

$$VAN = -60.440,50 + \frac{35.339,16}{1,1313} + \frac{35.943,18}{1,27983969} + \frac{33.947,40}{1,447882641} + \frac{36.702,42}{1,637989632} + \frac{57.240,37}{1,853057671}$$

$$VAN = -60.440,50 + 31.237,65 + 28.084,12 + 23.446,24 + 22.406,99 + 30.889,68$$

$$VAN = -60.440,50 + 136.064,69$$

$$VAN = 75.624,19$$

Análisis

El valor actual neto para el proyecto considerando una tasa de descuento de 13.13% es de 75.624.19 dólares tomando en cuenta el cálculo hecho para cinco años de vida del proyecto.

5.04.03 Tasa Interna de Retorno TIR

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados en la inversión inicial. (Urbina, 2010, pág. 198)

Tabla 69: Tasa Interna de Retorno TIR

TIR =	54.10%
--------------	---------------

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Análisis

Los valores obtenidos anteriormente como el VAN y la Tasa de descuento TMAR ha permitido determinar una TIR del 54.10% considerando que el estudio de

factibilidad está enfocado en los dos productos estrellas de la empresa a más de su variedad en la tienda.

5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión PRI

Según el autor (Urbina, 2010, pág. 98) el periodo de recuperación de la inversión es donde se da a conocer en qué tiempo el dinero invertido inicialmente será recuperado en su totalidad con el tiempo.

Tabla 70: Periodo de recuperación de la inversión PRI

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-60.440,50	-60.440,50	1,00	-60.440,50	-60.440,50
1	35.339,16	-25.101,34	0,88	31.237,65	-29.202,84
2	35.943,18	10.841,84	0,78	28.084,12	-1.118,72
3	33.947,40	44.789,24	0,69	23.446,24	22.327,52
4	36.702,42	81.491,66	0,61	22.406,99	44.734,51
5	57.240,37	138.732,02	0,54	30.889,68	75.624,19

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Tabla 71: Periodo de recuperación de la inversión a valores constantes

	Ingresos	Inversión a Recuperar
Año 2	35.943,18	-25.101,34
1 mes	2.995,26	-22.106,08
2 mes	2.995,26	-19.110,81
3 mes	2.995,26	-16.115,55
4 mes	2.995,26	-13.120,28
5 mes	2.995,26	-10.125,02
6 mes	2.995,26	-7.129,75
7 mes	2.995,26	-4.134,49
8 mes	2.995,26	-1.139,22
9 mes	2.995,26	1.856,04
10 mes	2.995,26	4.851,31

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Tabla 72: Periodo de recuperación de la inversión a valores Actualizados

	Ingresos	Inversión a Recuperar
Año 3	23.446,24	-1.118,72
1 mes	1.953,85	835,13
2 mes	1.953,85	2.788,99
3 mes	1.953,85	4.742,84
4 mes	1.953,85	6.696,69
5 mes	1.953,85	8.650,55
6 mes	1.953,85	10.604,40
7 mes	1.953,85	12.558,25
8 mes	1.953,85	14.512,11
9 mes	1.953,85	16.465,96
10 mes	1.953,85	18.419,81

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Tabla 73: Período de recuperación V.A y V.C

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS Y 9 MESES	PRVC
PERIODO DE RECUPERACIÓN:	3 AÑOS Y 1 MESES	PRVA

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Según el cálculo realizado se recuperará la inversión para valores constantes en 2 años y 9 meses, mientras que para valores actualizados se recuperará en 3 años y 1 mes.

5.04.05 Relación Costo beneficio RCB

Para determinar la relación del costo y beneficio a obtener se considera los ingresos y egresos netos obtenidos en el estado de resultado por cada dólar invertido en el proyecto.

$$\begin{aligned} \text{R.C.B} &= \frac{\text{Ventas}}{\text{Costo de Ventas}} \\ \text{R.C.B} &= \frac{139.726,87}{64.835,96} \\ \text{R.C.B} &= 2,16 \end{aligned}$$

Una vez realizado el cálculo realizado con los valores del estado de resultados del primer año se puede identificar que por cada dólar que la empresa va a invertir se obtiene como retorno beneficio de 3.72 dólares.

5.04.06 Punto de Equilibrio

Según el autor (Urbina, 2010, pág. 162) el punto de equilibrio en la ejecución de un proyecto es cuando existe un nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF}}{p - C_{vu}}$$

Tabla 74: Costos Fijos

Gastos Administrativos	18.631,10
Gastos de Ventas	13.043,94
Gasto Financiero	1.382,05
TOTAL COSTO FIJO	33.057,08

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Tabla 75: Precios y Costos de los Productos

PRECIO	
RELOJ	45,00
TVBOX	65,00
COSTO FIJO UNITARIO	
RELOJ	17,2
TVBOX	33,03

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Tabla 76: Punto de equilibrio Reloj GPS

RELOJ GPS			
P.E =	<u>22.809,39</u>	820	UNIDADES
	27,80		
820	*45,00	36.921,67	VENTAS

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

Tabla 77: Punto de Equilibrio Smart TV Box

SMART TV BOX			
P.E =	<u>26.445,67</u>	827	UNIDADES
	31,97		
827	*65,00	53.768,17	VENTAS

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: El Investigador

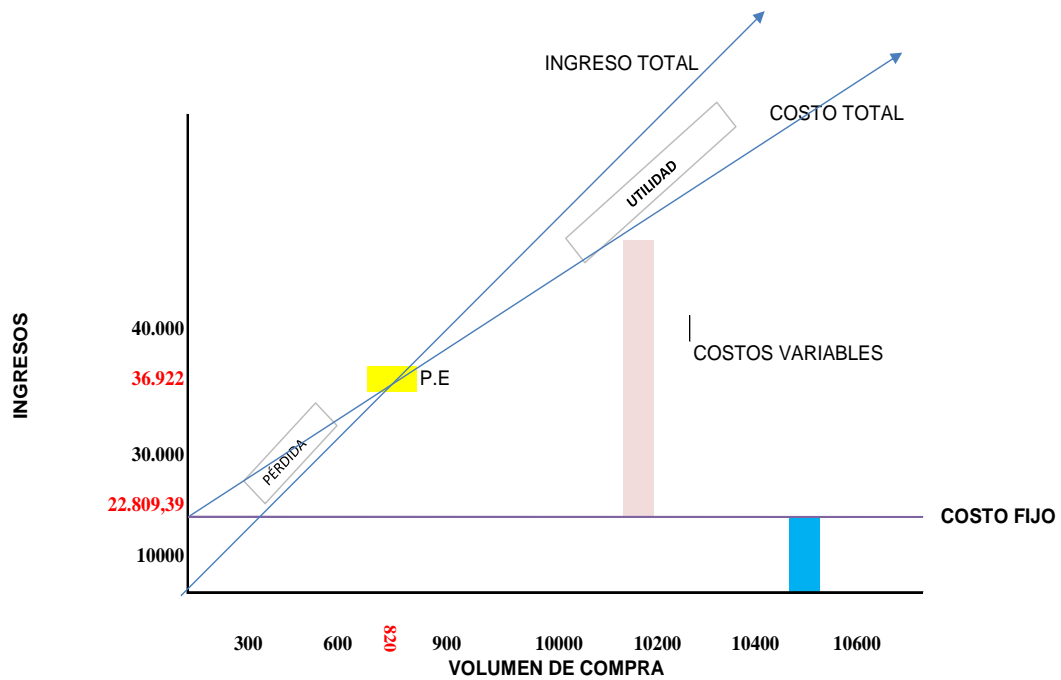


Figura 27: Punto de Equilibrio Reloj GPS

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: En Investigador

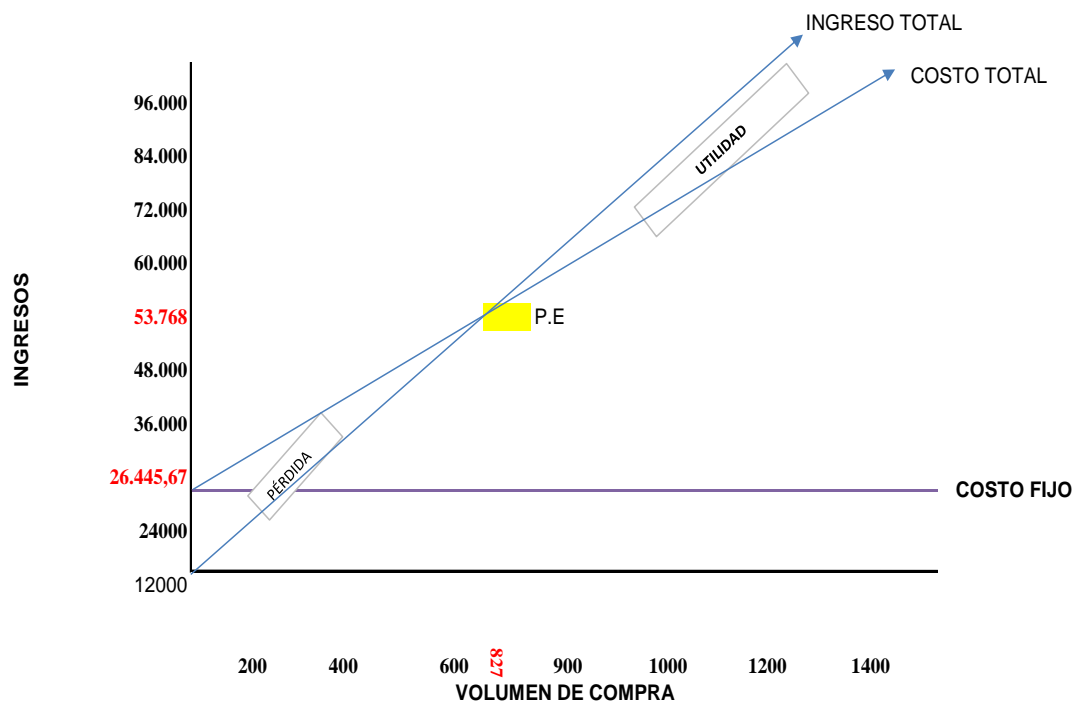


Figura 28: Punto de Equilibrio Smart TV Box

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: En Investigador

5.04.07 Análisis de los indicadores financieros

Los indicadores financieros son herramientas que las empresas utilizan para analizar los estados financieros de un proyecto, mediante el cual permite conocer la estabilidad, rendimiento, capacidad de endeudamiento, la liquidez e información en general del dinero de la empresa.

RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO

$$\begin{aligned} \text{R.O.E} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \\ \text{R.O.E} &= \frac{28.181,76}{44.231,51} \\ \text{R.O.E} &= 0,64 \end{aligned}$$

Según la información financiera estudiada la capacidad de generar beneficio el estudio del proyecto sobre el total de la inversión realizada es de 0,64 centavos de dólar.

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

$$\begin{aligned} \text{R.O.A} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos no Corriente}} \\ \text{R.O.A} &= \frac{28.181,76}{35.700,00} \\ \text{R.O.A} &= 0,79 \end{aligned}$$

Una vez realizado el cálculo del ROA del proyecto se puede determinar un rendimiento de los activos de la empresa de 0,79 centavos de dólar por cada dólar circulando en la parte de los activos.

RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN

$$\begin{aligned} \text{R.O.I} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{inversión}} \\ \text{R.O.I} &= \frac{28.181,76}{60.440,50} \\ \text{R.O.I} &= 0,47 \end{aligned}$$

Según el estudio realizado el ROI permite determinar el beneficio que la empresa o estudio del proyecto obtendrá sobre su inversión inicial es del 47%.

CAPITULO VI

6.0 Análisis De Impacto

Al momento de llevar a cabo el desarrollo del proyecto han considerados las posibles repercusiones que se pueden presentar durante la ejecución de este.

6.01 Impacto Ambiental

El estudio realizado está enfocado al ámbito tecnológico a lo que concierne tecnología digital, estos equipos electrónicos son considerados de cierto modo afectación ambiental por los constantes cambios que están sujetos los componentes electrónicos, es por ello por lo que la empresa trabaja en conjunto con el Municipio de Quito para recolectar y reciclar los equipos electrónicos que estén fuera de uso para colocarlos en el depósito municipal de equipos eléctricos.

6.02 Impacto Económico

Fomentar nuevas plazas de empleo, ya que la empresa tiene como política trabajar con jóvenes estudiantes que puedan sustentar sus estudios y trabajar al mismo tiempo sin afectar sus estudios, de esta manera contribuir al desarrollo económico del país.

6.03 Impacto Social

Afecta de forma positiva ya que brinda un servicio de comodidad con acceso a internet redes sociales y aplicaciones que permiten ver canales en línea, series de televisión infantiles y mucho más para el entretenimiento del hogar.

En cuanto a los relojes GPS para niños influye mucho en la seguridad generalmente en las escuelas colegios o viajes de feriados, el cual permite localizarlo mediante un aplicativo del celular sincronizado con un chip y plan de datos que permita estar en todo momento comunicado y despreocupado por la seguridad de sus hijos.

6.04 Impacto Productivo

Considerando que el proyecto no está dedicado directamente con la producción de un bien, sino con la comercialización, el impacto que presenta es contribuir a la comercialización de productos innovadores que facilitan y cubren las necesidades de la sociedad, de tal manera que produce un movimiento económico entre las empresas y hogares.

CAPITULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Al realizar las encuestas del proyecto en los diferentes sectores del Distrito Metropolitano de Quito sector norte se ha determinado una aceptación del 73% del planteamiento de la empresa.
- Los estudios financieros realizados reflejan una utilidad a partir del primer año de ejecución del proyecto.
- Los indicadores financieros calculados tanto VAN, TIR y PRI son moderados considerando que la inversión realizada será recuperada en 3 años 1 meses a valores actualizados.
- el nivel de ventas anuales de los productos mantiene un punto de equilibrio moderado comparado a las ventas diarias que actualmente mantienen los almacenes en funcionamiento.

7.01 Recomendaciones

- Implementar cursos de capacitación del personal para mantener eficiencia y profesionalismo al momento de atender a los clientes.

- Capacitar al personal sobre los productos que se van a vender para informar a los clientes sus características principales y beneficios que ofrece cada equipo.
- Mejorar las relaciones con los clientes para mantener un medio de comunicación que permita satisfacer las necesidades de forma eficiente.
- Mantener un control adecuado de los productos en stock, de tal manera que pueda abastecer las ventas diarias, mantener de 5 a 6 unidades en stock.
- Implementar un control de inventarios sistematizados para mantener en stock la mercadería con mayor rotación.
- Realzar inventarios de forma paulatina con el fin de mantener un control adecuado con información al 100% real al momento de realizar alguna auditoria.

BIBLIOGRAFÍA

- Fundación Pública Andaluza. (10 de Septiembre de 2015). *ANDALUCIA EMPRENDE*. Obtenido de CADENA DE VALOR:
<https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2015/02/CADENA-DE-VALOR.pdf>
- Acero de la Cruz, R. (s.f.). *Introducción a la Dirección Estratégica*. Obtenido de http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/01_17_13_1_A ESTRATEG_ver_alumnos.pdf
- Alelú Hernández, M. (Mayo de 2010). *Universidad Autónoma de Madrid*. Recuperado el 04 de Enero de 2016, de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf
- Ambario Ledezma, M. (26 de Octubre de 2015). *Tec Vallarta*. Recuperado el 14 de Enero de 2018, de https://issuu.com/miguelangelambarioledezma/docs/u4.investigaci_n_documental
- Arenas Rojas, J. (junio de 2017). *UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA*. Recuperado el 22 de 03 de 2018, de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/16448/1/ArenasRojasJulioC%C3%A9sar2017.pdf>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta Edición ed., Vol. Sexta Edición). Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. Recuperado el 17 de Noviembre de 2017, de https://issuu.com/jazmindelacruz/docs/gabriel_baca_urbina-evaluacion_de_p
- Bancon Central del Ecuador. (20 de Noviembre de 2017). *Informacion Economica*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788>
- BENAVIDES GAIBOR, L. (2011). *Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL)*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2017, de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides_Gaibor_Luis_Hernan.pdf
- BUENAVENTURA VERA, G. (Marzo de 2003). *Estudios Gerenciales*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/pdf/212/21208603.pdf>
- Cambio social. Factor económico*. (12 de Enero de 2011). Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de *Cambio social. Factor económico*: <http://curiososdela sociologia.blogspot.com/2011/01/cambio-social-factor-economico.html>
- Cantoni Rabolini, N. (2009). *Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales*, Volumen 7. Recuperado el 3 de Enero de 2018, de https://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htm
- Carolina Díaz , A., & Arnoletto, E. (s.f.). *BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2017, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
- Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica. (Diciembre de 2008). *CONICYT*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2017, de *Conceptos básicos de Ciencia*,: <http://www.dgi.ubiobio.cl/dgi/wp->

- content/themes/dgi/pdf/Conceptos-B%3%A1sicos-de-Ciencia-Tecnolog%3ADa-e-Innovaci%3%B3n-2008.pdf
- Condado Shopping. (2017). Obtenido de <http://www.condadoshopping.com/quienes-somos/>
- Confederacionde Comercio. (2014). *GESTION COMERCIAL. (CCC)*. Obtenido de http://www.tordera.cat/ARXIU/Promocio_economica/GESTION_COMERCIAL___CCC_.pdf
- CORDOVA LOPEZ, R. (2012). *RED TERCER MILENIO S.C.* Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de http://200.116.42.67/blogsuts/procesoadministrativo/files/2014/05/Proceso_administrativo-Parte1.pdf
- Coulter, R. (7 de Noviembre de 2013). *Fundamentos de Administración*. Obtenido de <https://fundamentosdeadmon.wordpress.com/2013/11/07/la-administracion-y-su-ambiente-externo/>
- Coussins Styles . (09 de Febrero de 2015). Recuperado el 25 de Enero de 2018, de <https://prezi.com/yzqx65jprge/muebles-y-enseres/>
- David Buzali, M. (2005). *Valores y virtudes/Values and Virtue*. Panorama Editorial. Recuperado el 11 de Diciembre de 2017
- Dr. Bernal, M., & Toro, M. (09 de Marzo de 2012). Recuperado el 2017 de Diciembre de 2017, de <https://nikolayaguirre.files.wordpress.com/2013/04/1-introduccion-a-la-planificacion.pdf>
- Dr. Bustamante, M., & Dr. Rivera, O. (1991). *Universidad de Deusto*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2017, de http://www.cegis.utalca.cl/doc/miguel_bustamante/direccion_sistemas_salud_talca/6%20Mision_Vision_Proposito_Estrategico.pdf
- Dr. Núñez Jiménez, A. (2009). *Ministerio de Educación Superior Instituto Superior Minero Metalúrgico de Moa*. Cuba. Recuperado el 04 de enero de 2018
- Ecuador, B. C. (30 de Junio de 2017). *Balanza de pagos*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de Balanza de pagos: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/976-balanza-de-pagos>
- Educacion, El pensante. (2017). *Estadística*. Recuperado el 03 de Enero de 2018, de <https://educacion.elpensante.com/poblacion-infinita-estadistica/>
- Espinosa, R. (2014). Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de <http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Fernández Guillén, C., & Verano Gamboa, V. (2017). *Universidad Ricardo Palma*. Recuperado el 03 de enero de 2018, de <http://v-beta.urp.edu.pe/pdf/id/1902/n/>
- Fernandez, A. (2017). Recuperado el 20 de Enero de 2018, de <http://www.fernandezantonio.com.ar/Documentos/SLP%20para%20Distribucion%20en%20Planta%20%202017.pdf>
- Foros ecuador.ec. (29 de Octubre de 2013). *Permiso de bomberos*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2017, de Permiso de bomberos: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>
- Foros ecuador.ec. (29 de Enero de 2014). *Requisitos LUAE*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2017, de Requisitos LUAE: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/4403-requisitos-luae>

- Foros ecuador.ec. (15 de Febrero de 2016). *Requisitos para sacar la Patente Municipal de Quito*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2017, de Requisitos para sacar la Patente Municipal de Quito:
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-para-sacar-la-patente-municipal-de-quito>
- GABRIEL SALGADO, J. (s.f.). *Analisis Situacional*. Obtenido de
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
- García Rosas, A. (2017). *Proceso Productivo*. Obtenido de
<https://es.scribd.com/doc/97972218/Proceso-Productivo>
- Glosaio de contabilidad*. (s.f.). Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de Que es balanza de pagos: <https://debitoor.es/glosario/definicion-balanza-de-pagos>
- Gonzalez Sanches, G. (2008). Recuperado el 12 de Diciembre de 2017, de
<https://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3-definicic3b3n-del-manual-funciones.pdf>
- Haz Historia. (s.f.). Obtenido de
<https://www.hazhistoria.net/blog/%C2%BFqu%C3%A9-es-un-logotipo>
- Hdez , F. (17 de Octubre de 2017). Recuperado el 18 de Enero de 2017, de
<https://es.scribd.com/document/361791541/Capacidad-Optima>
- ING. CORDOVA ALBAN , M. (2004.2005). *REPÚBLICA DEL ECUADOR INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES FACULTAD DE GERENCIA EMPRESARIAL*. Recuperado el 14 de DICIEMBRE de 2017, de
<http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/144/3/Tesis-Milton%20Cordova.pdf>
- Ing. Scholem A., M. (12 de Junio de 2013). *Centro Comercial El Condado Shopping*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2017, de
<http://www.condadoshopping.com/wp-content/uploads/2015/09/ReglamentoCondado.pdf>
- Ingeniería Industrial. (2016). *DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN EN PLANTA*. Recuperado el Enero de 20 de 2018, de
<https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/>
- Instituto Nacional de Emprendedores. (2016). *Guías Empresariales*. Recuperado el 01 de Enero de 2018, de
<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=2&sg=10>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Lic. Silvia Beatriz , D. (s.f.). *Poblacion y Muestra*.
- Marcial, L. (Noviembre de 2010). *NÚCLEO YARACUY*. Recuperado el 15 de Enero de 2018, de <https://erods.files.wordpress.com/2010/11/preparacion-del-proyecto-en-blanco-2.pdf>
- McGraw-Hill Education. (Abril de 2014). Recuperado el 12 de enero de 2018, de
<http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- Mejía Cañas, C. (Julio de 2013). *Planing*. Recuperado el 13 de Enero de 2018, de
<file:///C:/Users/Alexander%20Echeverria/Downloads/Teor%C3%ADa%20Capacidad%20Planta.pdf>

- Mercadotecnia. (27 de junio de 2010). *Mercadotecnia*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017, de <http://jennyarias03.blogspot.com/2010/06/la-competencia.html>
- Orjuela Córdova, S., & Sandoval Medina, P. (2002). *GUÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Recuperado el Enero de 2018, de <https://emprendeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>
- Paredes, D. (08 de Junio de 2016). *DPV WORLD*. Recuperado el 25 de Junio de 2017, de <http://www.dpvworld.com/dpvworld/index.php>
- Peña Betancort , M. (21 de Noviembre de 2010). *El impacto tecnológico en la sociedad*. Obtenido de <http://miguelcraig.blogspot.com/>
- Pérez Bustamante, & Ponce. (2014). *PBP*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de <http://www.pbplaw.com/que-es-luae/>
- Pérez Ramírez, B., & Carrillo Benito, E. (2000). *Desarrollo local: manual de uso*. (B. Pérez Ramírez, Ed.) Madrid: ESIC-Editorial-FAMP. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017
- Plan General Contable. (Agosto de 2016). Recuperado el 25 de Enero de 2018, de https://www.plangeneralcontable.com/pe/tit=3225-muebles-y-enseres&name=GeTia&contentId=pgcp_3225&lastCtg=ctg_53
- Ponce Talancón, H. (Julio de 2007). *ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de https://www.cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf
- Pro Ecuador. (04 de Marzo de 2013). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- Proyectos Empresariales. (2012). *Entorno Tecnológico*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017, de <https://proyectoempresarial.wordpress.com/2012/11/17/entorno-tecnologico/>
- Rojas López, M. (2016). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Ecoe Ediciones. Recuperado el 18 de Enero de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=bNzDDQAAQBAJ&pg=PT58&lpg=PT58&dq=Es+la+determinaci%C3%B3n+del+punto+preciso+donde+se+construir%C3%A1+la+empresa+dentro+de+la+regi%C3%B3n,+y+en+esta+se+har%C3%A1+la+distribuci%C3%B3n+de+las+instalaciones+en+el+terreno+e>
- Rojas Medina, R. A. (Septiembre de 2007). *Sistema de Costos*. Recuperado el 24 de Marzo de 2018, de <https://core.ac.uk/download/pdf/11056355.pdf>
- Sampier , H., R. Fernandez , C., c, & Baptista, L. (1991). Recuperado el 2017 de Octubre de 21, de <https://www.onsc.gub.uy/onsc1/images/stories/Enap/Material/PDM2/Lec07.pdf>
- Schettino, M. (2003). *Introduccion a la Economia para no Economistas*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=BsPNZVgz6d8C&pg=PA144&dq=que+es+el+PIB+sectorial&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiT_Pvp7uzXAhWxRt8KHQz3CRAQ6AEILTA C#v=onepage&q=sectorial&f=false
- Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. (2014). Recuperado el 28 de Noviembre de 2017, de https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/621127_1_

VIRTUAL/Contenidos/Documentos/Material%20Complementario/Mat.%20Apoyo%20Guia%202014/GU%C3%8DA%20PARA%20ELABORAR%20CORRECTAMENTE%20LA%20VISI%C3%93N%20Y%20MISI%C3%93N%20DE%20UNA%20EMPRES

- Soto Calderón, O. (31 de Julio de 2011). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Recuperado el 18 de Enero de 2018, de <https://es.scribd.com/doc/61281301/Localizacion-de-Proyectos>
- Soza Hernande, O. (11 de Diciembre de 2012). Obtenido de <http://conceptocontabilidadbasicadecostos.blogspot.com/2012/12/definicion-de-equipo-de-computo.html>
- Stoner Freeman, G. (1996). *Administración* (Vol. Sexta Edición). (P. Mascaró Sacristán, Trad.) Juarez, Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana S.A. Recuperado el 12 de Diciembre de 2017
- Superintendencia del Sistema Financiero. (Marzo de 2013). *Boletín electrónico de educación financiera*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2017, de https://www.ssf.gob.sv/descargas/educacion_financiera/Tasas_interes.pdf
- Thompson, I. (2010). *La Mezcla de Mercadotecnia*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2010, de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl_pos/MD/MM/AM/10/Mezcla_de_Mercadotecnia.pdf
- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (2015). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Obtenido de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&ved=0ahUKEwi2gd2ImtnYAhXIYt8KHVSDDMMQFghYMAg&url=https%3A%2F%2Fwww.uaeh.edu.mx%2Fdocencia%2FP_Presentaciones%2Ftlahuelilpan%2Fadministracion%2Fproy_inv%2Festudio%2520tecnico.pdf&usg=AOvVaw
- Universidad de Castilla-La Mancha. (2007). Recuperado el 21 de Enero de 2018, de https://previa.uclm.es/area/ing_rural/AsignaturaProyectos/Tema%207.pdf
- Universidad del Cauca. (20 de Julio de 2006). *Universidad del Cauca*. Recuperado el 2017 de Enero de 2017, de <ftp://ftp.unicauca.edu.co/Facultades/FIET/DEIC/Materias/Proyecto%20de%20Automatizacion/Ingenier%EDa%20de%20Producto.pdf>
- Universidad Santo Tomas. (2017). *Localización del Proyecto*. Recuperado el 18 de Enero de 2018, de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html
- Van Bon, J. (2008). *Fundamentos de ITIL®* /, Volume 3 (Vol. Volumen 3). Recuperado el 10 de Diciembre de 2017
- Williams, T., & Kingston Derry, T. (1977). *Historia de la tecnología* (Sexta Edición ed., Vol. 1). España: Madrid. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=eYSk0q9ZNJ4C&printsec=frontcover&dq=historia+de+la+tecnologia+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjBntj45M7XAhXhcd8KHyr8BDMQ6AEILDA B#v=onepage&q&f=false>
- Yasen, N. (2914). *Universidad Nacional de Tucumán*. Obtenido de <http://face.unt.edu.ar/web/iadmin/wp-content/uploads/sites/2/2014/12/Aplicaci%C3%B3n-pr%C3%A1ctica-Diagrama-de-Gantt-para-Jornada-IA-Handl.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Computadora de Facturación

mercado libre

También puede interesarte: case gamer - regulador voltaje - monitores - monitor gamer - core i3

Volver al listado | Computación > Computadoras y Servidores > Intel Core i3

Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 1 vendido

**Hp Core i3 3.7ghz 1tb 6gb
Dvd Bt + Monitor Hp 23
Windows 10**

U\$S 660

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información

Envío gratis a todo el país
Ambato, Tungurahua
Más información

Cantidad: 1

Comprar

Anexo 2: Impresora Color

mercado libre

También puede interesarte: ipad - case gamer - pc - regulador voltaje - gamer

Volver al listado | Computación > Impresoras y Accesorios > Impresoras > Equipos Multifunción > Epson

Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 1279 vendidos

**Epson L395-I375
Impresora Sistema
Original Incluye Iva Wifi**

U\$S 234

Precio Incluye IVA

Wifi

mercado Líder

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
Más información

Cantidad: 1

Comprar

Anexo 3: Impresora De Rollo Para Facturación

mercado libre

También puede interesarte: case - computadora - monitores usados - i5 - ryzen

Volver al listado | Computación > Impresoras y Accesorios > Impresoras > Matriz de Punto > Epson

Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 207 vendidos

**Impresora Recibos
Facturas De Rollo Epson
Tmu 220 D806 Usb**

U\$S 255

EPSON
EXCEED YOUR VISION

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Ibarra, Imbabura
Ver costos de envío

Cantidad: 1

Comprar

Anexo 4: Teléfonos Inalámbricos Para El Almacén

mercado libre

También puede interesarte: xiaomi note 4 - samsung gear s3 - display j5 prime - smart watch huawei - display j7 prime

Volver al listado | Celulares y Telefonía > Teléfonos Fijos y Accesorios

Compartir | Vender uno igual

Nuevo

Teléfono Inalámbrico Panasonic Kx-tgc362 2 Unidades

U\$S 120

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1

Comprar

Anexo 5: Celular Para El Almacén (Ventas Por WhatsApp)

mercado libre

También puede interesarte: nokia 6 - sony xperia xa1 - xiaomi redmi 4x - smart watch huawei - display para s6 edge

Volver al listado | Celulares y Telefonía > Celulares y Smartphones > Otros

Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 77 vendidos

Xiaomi Redmi 4x Lte 32gb 13mpx Ram 3gb Huella Octa Core

U\$S 230

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1

Comprar

Anexo 6: Calculadora Del Almacén

mercado libre

También puede interesarte: raspberry pi - luces led dj - arduino nano - protoboard - cable de audio

Volver al listado | Electrónica, Audio y Video > Calculadoras > Otros

Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 1 vendido

Calculadora Gigante Ideal Para Comercios Oficinas Ypt

U\$S 9⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1

Comprar

IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA “DPV WORLD” DEDICADA A LA VENTA DE ACCESORIOS TECNOLÓGICOS EN EL CENTRO COMERCIAL “EL CONDADO”, SITUADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.

Anexo 7: Mueble De Facturación

mercado libre

También puede interesarte: cocinas usadas - juego comedor - puertas madera - edredones - freidora

Volver al listado | Hogar y Muebles > Muebles

Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 74 vendidos

Escritorios,estaciones De Trabajo En L Modulares De Oficina

U\$S 200

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Cayambe, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1

Anexo 8: Silla Ergonómica Para Facturación

mercado libre

También puede interesarte: aire acondicionado - cocinas usadas - cocina - juego comedor - aire acondicionado split

Volver al listado | Hogar y Muebles > Muebles

Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 27 vendidos

Silla Giratoria Ejecutiva Oficinas Escritorios

U\$S 89⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1

Anexo 9: Papelera Para Almacén

mercado libre

También puede interesarte: dewalt - makita - fresadora - brocas - juego de dados stanley

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Para oficinas

Compartir | Vender uno igual

Nuevo

Papelera Metálica De 3 Servicios O Bandejas.marca Superior.

U\$S 15

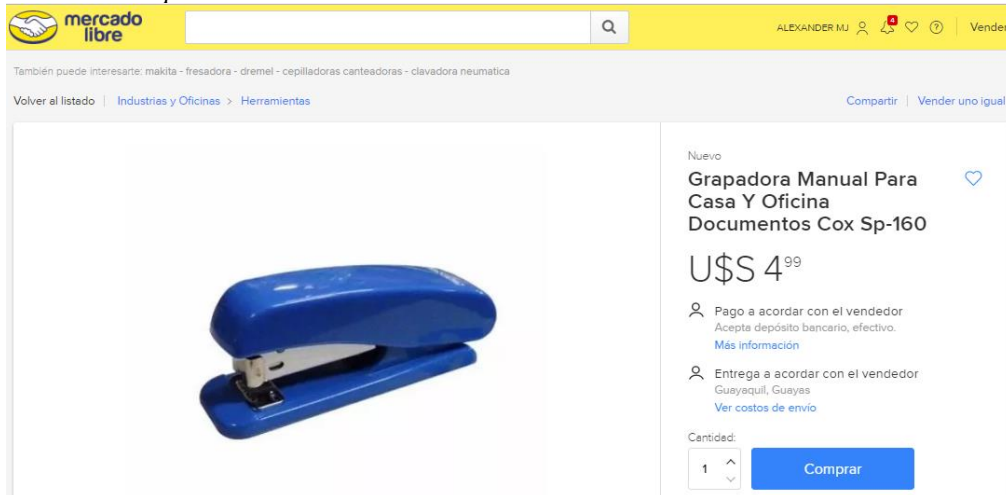
Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1

IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA “DPV WORLD” DEDICADA A LA VENTA DE ACCESORIOS TECNOLÓGICOS EN EL CENTRO COMERCIAL “EL CONDADO”, SITUADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.

Anexo 10: Grapadora Para El Almacén



Anexo 11: Reloj GPS Niños



Anexo 12: Smart TV Box



IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA “DPV WORLD” DEDICADA A LA VENTA DE ACCESORIOS TECNOLÓGICOS EN EL CENTRO COMERCIAL “EL CONDADO”, SITUADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2018.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **ECHVERRIA BAICILLA ALEXANDER MESIAS**, portador de la cédula de identidad N° 2100790555, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018



Sra. Mariela Balseca
CAJA VISTO FINANCIERO
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Angélica Aldaz
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN


Ing. William Parra
BIBLIOTECA



09 MAY 2018

10 JBS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Patricio Guano patin
DIRECTOR DE CARRERA


Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ALEXANDER ECHEVERIA.docx (D38545212)
Submitted: 5/11/2018 3:02:00 AM
Submitted By: tutoriascordillera@gmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

SALCEDO COYAGUILLO EVELYN ANITA TESIS.docx (D38239847)
ANDREA MARTIBEL AREVALO NINAHUALPA.pdf (D30346203)
Brayan Timbila-proyecto Vino de mortiño.docx (D30291940)
VANESSA CRISTINA PUERRES VILLACTS.pdf (D30301111)
Bryan Marcelo Freire Torres TESIS COMPLETA.pdf (D37088841)

Instances where selected sources appear:

13

