



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUPERMERCADO
CON ATENCIÓN LAS 24 HORAS Y VARIEDAD DE PRODUCTOS Y
SERVICIOS, UBICADO EN EL CANTÓN MANTA”**

AUTOR:

YULADY YAMILETH MUÑOZ MERA

TUTOR:

ING. RICARDO QUIJIJE ANCHUNDIA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

MANTA - MANABÍ - ECUADOR

2021-2022 (2)

CERTIFICACIÓN

En calidad de Tutor de Tesis, **CERTIFICO:** Que el emprendimiento realizado por el Egresado: Yulady Yamileth Muñoz Mera, sobre el Tema: **“FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUPERMERCADO CON ATENCIÓN LAS 24 HORAS Y VARIEDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, UBICADO EN EL CANTÓN MANTA”**, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, ha sido supervisado y dirigido durante su realización, tal como lo disponen las Normas Técnicas, Académicas y Reglamento de Graduación, bajo los parámetros de investigación basados en conceptos, análisis, propuestas, conclusiones y recomendaciones.

Los conceptos y contenidos emitidos por la autora de la Tesis en mención son de su propia autoría y responsabilidad.

Lo Certifico;



Ing. Ricardo Quijije Anchundia

TUTOR DE TESIS

CERTIFICADO DEL URKUND



Document Information

Analyzed document	BORRADOR DE TESIS YULADY MUÑOZ 2022.docx (D142682078)
Submitted	2022-08-05 15:52:00
Submitted by	Quijije Anchundia Ricardo Diomedes
Submitter email	ricardo.quijije@uleam.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	ricardo.quijije.uleam@analysis.urkund.com

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal examinador de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación denominado **“FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUPERMERCADO CON ATENCIÓN LAS 24 HORAS Y VARIEDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, UBICADO EN EL CANTÓN MANTA”**, elaborado por la egresada Muñoz Mera Yulady Yamileth, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones de la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Administración de Empresas.

Manta, Agosto del 2022.

PRESIDENTE DE TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo que fue realizado con mucho esfuerzo a Dios que me ha dado vida, salud y fortaleza, por ser Él, mi mayor y mejor tesoro.

A mis Padres por siempre estar ahí cuando más los he necesitado, por haberme apoyado en todo momento, por el amor que me brindan , por sus sabios consejos, porque son los ángeles que me protegen y me conducen por el sendero del éxito.

A mis hermanos, porque al igual que todos los niños y niñas de mi amada ciudad, merecen tener una ciudad que a medida que vayan pasando los años vaya creciendo y enseñándoles el sacrificio para seguir adelante.

A mis familiares que siempre han estado y me han brindado su apoyo en todo momento.

Yulady Muñoz Mera.

AGRADECIMIENTO

La gratitud es una de las principales respuesta a las nobles acciones recibidas, de tal manera haciendo honor a lo que mi corazon siente, expreso mi agradecimiento principalmente a mis padres, razón de ser que sin ellos no hubiese salido adelante.

A mis compañeros/as de estudio, porque no hay sueño emprendido sin que en ellos no haya estado sus risas y complicidad.

A los maestros/as de mi querida Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí” por cada palabra de apoyo y por hacer de mí “una piedra angular” , por haber brindado sus conocimiento y haber tenido mucha paciencia para despejar cada duda que se hacian presentes en mi.

A cada persona que me ayudo aportando sus conocimientos y realizando pequeñas cosas que hacian que mi trabajo fuera desarrollandose de mejor manera.

A mi tutor por sus consejos y guias que me brindo mientras estaba realizando mi proyecto de emprendimiento.

Yulady Muñoz Mera.

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo investigativo fue realizado con el gran objetivo de conocer la factibilidad para el desarrollo y el crecimiento de una microempresa como es la de un supermercado que va hacer dedicada a brindar productos y servicios a la ciudadanía de Manta las 24 horas del día, debido a que este tipo de producto y servicio no se encuentra en la ciudad. Es por ello que se ha planteado que su objetivo general es determinar la factibilidad de una microempresa diseñada para adquirir variedades de productos y servicios las 24 horas, ubicada en el cantón Manta, teniendo en cuenta los posts y los contras que habrán dentro del mismo y para poder saberlo se observaran en los balances financieros, también podemos observar el FODA que tiene como microempresa la creación de este supermercado es decir que así como va a tener que surgir a medida que va pasando el tiempo, también tiene sus caídas pero se debe de tener en cuenta que esos son proceso para la cual la microempresa debe de estar preparada y así tener eficiencia y eficacia para poder sobrellevar esa situación, para poder tener un negocio rentable.

Como palabras claves tenemos lo que es la factibilidad, la creación, la planificación, el estudio organizacional y financiero para el desarrollo de la microempresa que se ejecutara.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	2
CERTIFICADO DEL URKUND.....	3
APROBACIÓN DEL TRABAJO.....	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
1. Descripción del Proyecto	18
1.1. Planteamiento del problema.....	18
1.1.1. Formulación del problema.....	18
1.2. Objetivos del Proyecto	18
1.2.1. Objetivo general.....	18
1.2.2. Objetivos específicos.....	19
1.3. Justificación del Proyecto	19
1.3.1. Justificación teórica.....	19
1.3.2. Justificación Practica	20
1.3.3. Justificación Metodológica.....	20
1.4. Delimitación del Proyecto	20
1.4.1. Delimitación geográfica	20

1.4.2.	Delimitación temporal	21
1.4.3.	Delimitación social (beneficiarios)	21
1.5.	Planteamiento estratégico	21
1.5.1.	Visión	21
1.5.2.	Misión.....	21
1.5.3.	Valores empresariales.....	22
1.5.4.	Análisis interno del Proyecto	22
2.	Estudio de mercadotecnia / Propuesta de valor.	23
2.1.	Análisis externo	23
2.2.	Segmento del Mercado	23
2.3.	Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)	24
2.3.1.	Producto.....	24
2.3.2.	Precio.....	25
2.3.3.	Promoción	26
2.3.4.	Plaza	26
2.4.	Análisis competitivo (Porter).....	26
2.5.	Análisis e interpretación de la información obtenida de la encuesta.....	27

PREGUNTA 1	28
PREGUNTA 2	29
PREGUNTA 3	31
PREGUNTA 4	32
PREGUNTA 5	33
PREGUNTA 6	35
PREGUNTA 7	36
PREGUNTA 8	37
PREGUNTA 9	39
PREGUNTA 10	40
PREGUNTA 11	41
PREGUNTA 12	42
Pregunta 13.....	43
2.6. Descripción del producto	48
2.6.1. Características del producto / servicio.....	49
2.6.2. Análisis comparativos con productos similares	49
3. 5.Estudio técnico.....	52
3.1. Descripción de las características de localización del negocio.....	52

3.2.	Realización de un bosquejo del área de trabajo	53
3.3.	Diagrama de procesos	53
3.4.	Listado de recursos (máquinas, equipos y herramientas, etc).....	54
3.5.	Listado de los proveedores.....	55
4.	Estudio Organizacional.....	56
4.1.	Organigrama estructural y funcional.....	56
4.2.	Funciones según las responsabilidades de cada persona	57
	Gerente Propietario	57
4.3.	Previsión de RRHH	57
5.	Estudio Legal y societario.....	58
5.1.	Marco legal	58
5.2.	Requisitos para su legitimidad.....	60
6.	Estudio económico financiero	63
6.1.	Costo unitario de producción.....	63
6.2.	Punto de Equilibrio	74
6.3.	Estructura de costos y gastos	76
6.4.	Proyección de ventas.....	77
6.5.	Líneas de financiamiento.....	80

6.6.	Flujo de caja proyectado (5 años)	81
6.7.	Estado de resultados proyectados (5 años)	83
6.8.	Estado de situación financiera proyectado (5 años)	84
7.	Evaluación financiera	87
7.1.	VAN	87
7.2.	TIR	90
7.3.	Relación beneficio/costo (RBC)	92
7.4.	Razones financieras	93
7.4.1.	Liquidez	93
7.4.2.	Endeudamiento o apalancamiento.....	94
7.4.3.	Rentabilidad	95
8.	Conclusiones y Recomendaciones	98
9.	Bibliografía	99
10.	Anexos.....	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Análisis FODA del proyecto</i>	22
Tabla 2	<i>Precio de los productos y servicios</i>	25
Tabla 3	<i>Género</i>	28

Tabla 4 <i>Resultado de las personas que integran su familia</i>	29
Tabla 5 <i>Resultado del encargado de realizar las compras del hogar.</i>	31
Tabla 6 <i>Resultado de la frecuencia que va al supermercado.</i>	32
Tabla 7 <i>Resultado de si le gustaría ir al supermercado.</i>	34
Tabla 8 <i>Presupuesto para ir al supermercado</i>	35
Tabla 9 <i>Supermercado abierto las 24 horas.</i>	36
Tabla 10 <i>Supermercado abierto los 7 días de la semana.</i>	37
Tabla 11 <i>Variedad de productos y servicios</i>	39
Tabla 12 <i>Preferencia de realizar las compras.</i>	40
Tabla 13 <i>Satisfacción con el lugar donde realiza sus compras.</i>	41
Tabla 14 <i>Promociones dentro del supermercado.</i>	42
Tabla 15 <i>Supermercado abierto las 24 horas.</i>	44
Tabla 16 <i>Características importantes al realizar sus compras.</i>	45
Tabla 17 <i>Compra de productos necesarios.</i>	46
Tabla 18 <i>Servicio de delivery.</i>	47
Tabla 19 <i>Análisis comparativo.</i>	51
Tabla 20 <i>Listado de recursos.</i>	55
Tabla 21 <i>Organigrama estructural y funcional.</i>	56
Tabla 22 <i>Artículos alimenticios.</i>	63
Tabla 23 <i>Condimentos y especias.</i>	64
Tabla 24 <i>Artículos de limpieza personal.</i>	65

Tabla 25 <i>Artículos de limpieza.</i>	66
Tabla 26 <i>Dulces.</i>	66
Tabla 27 <i>Licores.</i>	67
Tabla 28 <i>Cafetería.</i>	67
Tabla 29 <i>Nómina de empleados.</i>	68
Tabla 30 <i>Costo de producto.</i>	68
Tabla 31 <i>Precio de cada producto.</i>	69
Tabla 32 <i>Costos de mercadería, servicios básicos y útiles de oficina.</i>	76
Tabla 33 <i>Tabla de depreciación.</i>	76
Tabla 34 <i>Nómina de empleados.</i>	77
Tabla 35 <i>Proyección de ventas.</i>	78
Tabla 36 <i>Inversión de activos fijos.</i>	78
Tabla 37 <i>Inversión en activos diferidos.</i>	79
Tabla 38 <i>Inversión en mercadería.</i>	79
Tabla 39 <i>Otros gastos.</i>	79
Tabla 40 <i>Financiamiento del proyecto.</i>	80
Tabla 41 <i>Tabla de amortización.</i>	81
Tabla 42 <i>Flujo de caja proyectado.</i>	82
Tabla 43 <i>Estado de resultado proyectado.</i>	84
Tabla 44 <i>Estado de situación financiera proyectado.</i>	85
Tabla 45 <i>Cálculo de la tasa de riesgo del accionista.</i>	87

Tabla 46 <i>Tasa mínima atractiva de retorno.</i>	88
Tabla 47 <i>Datos para el cálculo del WAAC.</i>	88
Tabla 48 <i>Flujo de fondos netos.</i>	89
Tabla 49 <i>Flujo de fondos netos.</i>	90
Tabla 50 <i>Relación costo beneficio.</i>	92
Tabla 51 <i>Periodo de recuperación.</i>	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Delimitación geográfica</i>	20
Figura 2 <i>Logo del super mercado</i>	24
Figura 3 <i>Género</i>	29
Figura 4 <i>Personas que integran su familia</i>	30
Figura 5 <i>Resultado de quien es el encargado de realizar las compras en el hogar.</i>	31
Figura 6 <i>Frecuencia que va al supermercado.</i>	33
Figura 7 <i>¿Le gustaría ir al supermercado?</i>	34
Figura 8 <i>Presupuesto para ir al supermercado.</i>	35
Figura 9 <i>Supermercado abierto las 24 horas.</i>	36
Figura 10 <i>Supermercado abierto los 7 días de la semana.</i>	38
Figura 11 <i>Variedad de productos y servicios.</i>	39
Figura 12 <i>Preferencia de realizar las compras.</i>	40
Figura 13 <i>Satisfacción con el lugar donde realiza sus compras.</i>	41

Figura 14 <i>Promociones dentro del supermercado.</i>	43
Figura 15 <i>Supermercado abierto las 24 horas.</i>	44
Figura 16 <i>Características importantes al realizar compras.</i>	45
Figura 17 <i>Compra de productos necesarios.</i>	47
Figura 18 <i>Servicio de delivery.</i>	48
Figura 19 <i>Descripción de las características de localización del negocio.</i>	52
Figura 20 <i>Bosquejo del área de trabajo.</i>	53
Figura 21 <i>Flujo de procesos.</i>	54

TEMA

**“FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SUPERMERCADO
CON ATENCIÓN LAS 24 HORAS Y VARIEDAD DE PRODUCTOS Y
SERVICIOS, UBICADO EN EL CANTÓN MANTA”**

CAPITULO I

1. Descripción del Proyecto

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Formulación del problema

En el Ecuador el desempleo es una de las principales problemáticas a las que se deben enfrentar los gobiernos a nivel mundial, ya que ante una alta tasa de desocupación se puede aseverar que la economía de dicho país no es confiable y desincentiva a la inversión extranjera que es fundamental para el desarrollo económico de una región. En Latinoamérica el Ecuador es uno de los países cuyo nivel de desempleo figura el 4% dentro de los últimos años, sin embargo, ya que en años anteriores se ha enfrentado a grandes variaciones crecientes debido a la desestabilización de precios de petróleo y aumento del endeudamiento externo. (Castañeda Cepeda, 2019)

Por ello he decidido implementar un supermercado que genere fuente de trabajo y beneficios para las personas tanto en em ámbito laboral como en el ámbito comercial.

En el Ecuador hay variedades de supermercado los cuales tiene un horario limitado.

La idea de abrir un supermercado es que este permanezca abierto las 24 horas los 7 días de la semana, como valor agregado y diferenciación del producto, donde los ciudadanos no tengan inconveniente en ir a buscar el producto o servicio a la hora que ellos deseen que se encuentre en un solo lugar.

1.2.Objetivos del Proyecto

1.2.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad de una microempresa diseñada para adquirir y vender variedades

de productos y servicios las 24 horas, ubicada en el cantón Manta.

1.2.2. Objetivos específicos

- Analizar las necesidades que tienen los ciudadanos en el mercado del emprendimiento.
- Diversificar variedad de productos en exhibición para el deleite de nuestros clientes.
- Implementar nuevas fuentes de entrega de productos para el beneficio de los ciudadanos.

1.3. Justificación del Proyecto

1.3.1. Justificación teórica

El desempleo en el Ecuador es uno de los principales problemas que deben enfrentar los gobiernos de turno, porque ante altos índices de desempleo se puede afirmar que la economía del país es poco confiable y obstaculiza la inversión extranjera, vital para el crecimiento y desarrollo económico de una región. La problemática central se relaciona con la afectación que el desempleo provoca en la sociedad aumentando la pobreza, por lo que se planteó como objetivo general analizar las causas y consecuencias del desempleo. En el presente trabajo se describen los niveles de desempleo a nivel mundial de Latinoamérica y del Ecuador, las categorías del desempleo, las causas, consecuencias y efectos, así mismo se hace énfasis a la crisis que se está viviendo por la pandemia mundial. La metodología aplicada es de tipo descriptiva y documental, mediante la revisión de fuentes bibliográficas se pudo explicar las variaciones y niveles del desempleo y el impacto que está causando. Los resultados obtenidos muestran que la tasa del desempleo en el 2020 ha sido la que mayor impacto ha tenido por causa de la pandemia del coronavirus disminuyendo radicalmente los ingresos de las familias y obligándolos a reducir gastos dentro del ámbito social y económico. (Sumba-Bustamante, 2020)

La microempresa supermercado THE MUÑOZ busca que las personas se beneficien con

la labor que va a brindar, sea por beneficio de los ciudadanos y para el bienestar de las personas que no tiene empleo, ya que se analiza que el desempleo es una de las principales ramas de pobreza que existe. Como especifica el artículo en mención que en el Ecuador existe mucho desempleo ya que por eso esta microempresa busca personal que tenga mayor disponibilidad para laboral mediante tiempo definido y esto ayudara a que varias personas tengan el empleo requerido con el horario que deseen, porque muchas veces al momento de buscar un empleo no se lo puede aceptar porque el horario no le permiten, ya que las personas que están desempleadas tiene algún inconveniente ya sea porque no tienen quien cuide a sus hijos o porque le choca horarios de estudios.

1.3.2. Justificación Practica

Con los resultados que se obtuvieron en la investigación para la creación de una microempresa que brinda productos y servicios las 24 horas a la ciudadanía de Manta se aspira que haya una aceptación beneficiaria de la ciudadanía, logrando que este supermercado sea exitoso y tenga una buena acogida para surja mayor fuente de trabajo en la ciudad de Manta.

1.3.3. Justificación Metodológica

Para que haya un logro exitoso en la plaza de trabajo dentro de los supermercados se utilizaran técnicas de investigación descriptivas y cuantitativas, de manera que las personas que viven en la ciudad de manta serán encuestadas para poder observar la disposición y la acogida que tendrá dentro de la misma ciudad.

1.4.Delimitación del Proyecto

1.4.1. Delimitación geográfica

El emprendimiento estará ubicado en la calle 13 avenida 22.

Figura 1 *Delimitación geográfica*



Nota: la figura muestra la delimitación geográfica del emprendimiento-

1.4.2. Delimitación temporal

La delimitación temporal del Supermercado THE MUÑOZ se implementará en la fecha prevista, que es en noviembre del 2021 hasta el año actual que es 2022.

1.4.3. Delimitación social (beneficiarios)

Esta empresa es beneficiaria tanto para las personas que buscan empleo como para los ciudadanos que tengan alguna necesidad ya que encontraran cualquier tipo de servicio o producto que llegasen a necesitar.

1.5.Planteamiento estratégico

1.5.1. Visión

Para el año 2027 cuando ya han pasado 5 años como empresa surja de manera en que pueda tener sucursales dentro del cantón Manta y así puedan los ciudadanos tener más factibilidad de encontrar los productos en varios lugares de la ciudad.

1.5.2. Misión

Brindar servicios y productos a los ciudadanos de Manta para que estos no tengan inconvenientes al momento de querer comprar algo a cualquier hora del día durante los 7 días de la semana.

1.5.3. Valores empresariales

- Honestidad, al momento de entregar algún producto o servicio ponerle el valor conscientemente.
- Calidad, las personas que llegarán a comprar o a servirse algo lo tendrán de la mejor calidad.
- Puntualidad, que cada trabajador cumpla con sus obligaciones dentro del supermercado
- Trabajo en equipo, no deberán a ver quejas ni peleas dentro del ámbito laboral.
- Lealtad, siempre deben ser leales con sus clientes como con sus jefes ya que si no hay lealtad no será buen ambiente laboral.
- Orientación al personal, las personas siempre serán capacitadas para ser mejores trabajadores dentro del rango laboral.
- Responsabilidad, a pesar de cualquier novedad o circunstancia siempre tendrán que ser respóndales en sus trabajos.
- Respeto, ante los clientes y ante sus compañeros el respeto siempre debe de fluir para un buen ambiente laboral.

1.5.4. Análisis interno del Proyecto

El análisis interno suele aconsejarse la realización de un ejercicio que permita la reflexión sobre la posición de la empresa en el mercado, mediante el análisis las fortalezas internas y debilidades suelen ser muy esenciales para el buen manejo de la microempresa.

Tabla 1 Análisis FODA del proyecto

	AMENAZAS DEL ENTORNO	OPORTUNIDADES DEL ENTORNO
ANÁLISIS EXTERNO	La competencia ubicada en zonas estratégicas Dejar de ser cadena de supermercado. Baja de precios en otros supermercados.	Variedad de producto. Ser reconocidos en el mercado. La conducta del consumidor al momento de comprar.
	FORTALEZAS DE LA EMPRESA	DEBILIDADES DE LA EMPRESA
ANÁLISIS INTERNO	Rapidez y servicio. Personal capacitado. Productos novedosos.	Cambios de precios. Inestabilidad de los clientes. Productos con precios elevados.

CAPITULO II

2. Estudio de mercadotecnia / Propuesta de valor.

2.1. Análisis externo

El análisis externo se relaciona más con las amenazas y oportunidades que se tiene fuera de la empresa es decir ver todo lo bueno o malo que allá fuera de la misma.

2.2. Segmento del Mercado

- **Segmento sensible al precio**

Aquí los precios de los productos tienen una variedad ya que tiene que ser satisfactorio para las personas que lo lleguen a adquirir en mi supermercado se encontraran varios precios como la variedad de calidad que ellos necesiten.

- **Segmento sensible al beneficio**

Aquí las personas que van a adquirir los productos del supermercado a pesar del precio buscan la mejor calidad ya que este es el beneficio que ellos buscan que tengan una buena calidad de productos y servicios.

2.3. Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)

2.3.1. Producto

Logo del supermercado

Figura 2 *Logo del super mercado*



Nota: esta figura presenta el logo que tendrá el supermercado.

Dentro de este supermercado ofrecemos las variedades de productos o servicios que puedan requerir, estos estarán divididos por secciones como lo serian:

- Sección de legumbres
- Sección de granos
- Sección de dulces
- Sección de lácteos

- Sección de frutas
- Sección de condimentos y especias
- Sección de limpieza personal
- Sección de licores
- Sección de limpieza
- Sección de cafetería

2.3.2. Precio

Tabla 2 *Precio de los productos y servicios*

PRODUCTOS O SERVICIOS	PRECIO
· Sección de legumbres	Varia
· Sección de granos	Varia
· Sección de dulces	Varia
· Sección de lácteos	Varia
· Sección de frutas	Varia
· Sección de condimentos y especias	Varia
· Sección de limpieza personal	Varia
· Sección de licores	Varia
· Sección de limpieza	Varia
· Sección de cafetería	Varia

Nota. Los productos varían de acuerdo con la cantidad requerida.

Ya que en esto encontramos muchos productos se implementa que al momento de ubicar los precios varia ya que por sección se encuentran muchos productos y esto tiene una variación de

precios.

2.3.3. Promoción

Las promociones siempre serán de manera que beneficie a la empresa como a sus consumidores, dentro de estas serán los productos con bajos precios o así mismo habrá promociones de que se lleven varios productos a un precio que les beneficie a los consumidores esto lo llamamos estrategia de marketing ya que es beneficioso para el supermercado y eso lo que llama la atención de los clientes.

2.3.4. Plaza

Este supermercado llamado THE MUÑOZ, supermercado de variedades de productos y servicios estará ubicado en la calle 13 avenida 22, la cual estará en un local que será de manera propio, así mismo contará con manejo de redes sociales para su marketing y la entrega de servicios a domicilio.

2.4. Análisis competitivo (Porter).

Las cinco fuerzas de Porter tienen como objetivo elaborar estrategias competitivas y posicionar a la empresa en un entorno mayor, para eso en cada mercado se exige tener ventajas y desventajas competitivas y así poder identificar y analizar las 5 fuerzas de Porter.

- 1. Poder de negociación de los clientes:** influye porque es un proyecto nuevo y cada proyecto cuando recién empieza tiene que hacerse conocer dentro del mercado que se va a elaborar.
- 2. Rivalidad entre las empresas:** siempre habrá rivalidades más cuando es un proyecto nuevo en un área muy comercial.
- 3. Amenaza de los nuevos competidores entrantes:** siempre habrá amenazas ya que hay variedades de productos que se repiten en el mercado.

4. **Poder de negociación de los proveedores:** aquí incluye más dentro de los proveedores que se llegara a elegir.
5. **Amenaza de productos sustitutos:** en el mercado existen similares de productos aquí es donde habrá amenaza ya que se invertirá más en el producto que más la sociedad consuma.

2.5. Análisis e interpretación de la información obtenida de la encuesta

Para la obtención de la información obtenida de las encuestas se tomó en consideración la formula y cálculo de la muestra, cuya población es tomada de los habitantes de la zona de la ciudad de manta, para ser más específicos del área urbana del cantón, de acuerdo con (Manta, 2022) “El cantón de manta tiene alrededor de 264.281 habitantes, cuyo centro está en el área urbana de la ciudad con un numero de 258.032 personas”.

Una vez tomando en cuenta la población, se requieren los siguientes datos para el cálculo del tamaño de la muestra:

Z: Porcentaje de la distribución normal

p: Probabilidad de ocurrencia

q: 1-P

N: Tamaño de la población

E: Error de Muestreo

Por lo cual se consideraron los siguientes valores

Z: 1,96

p: 0,5

q: 0,5

N: 258.032

E: 0,05

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 258.032}{258.032 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = 384$$

El resultado nos arroja un numero de 384, el resultado será el número de encuestas a realizar.

Cabe recalcar que las encuestas serán realizadas mediante dos métodos, el primero que es el más tradicional que es físico y el segundo con la ayuda de la herramienta de Microsoft Forms.

A continuación, se demuestra los resultados arrojados de cada una de las encuestas:

PREGUNTA 1

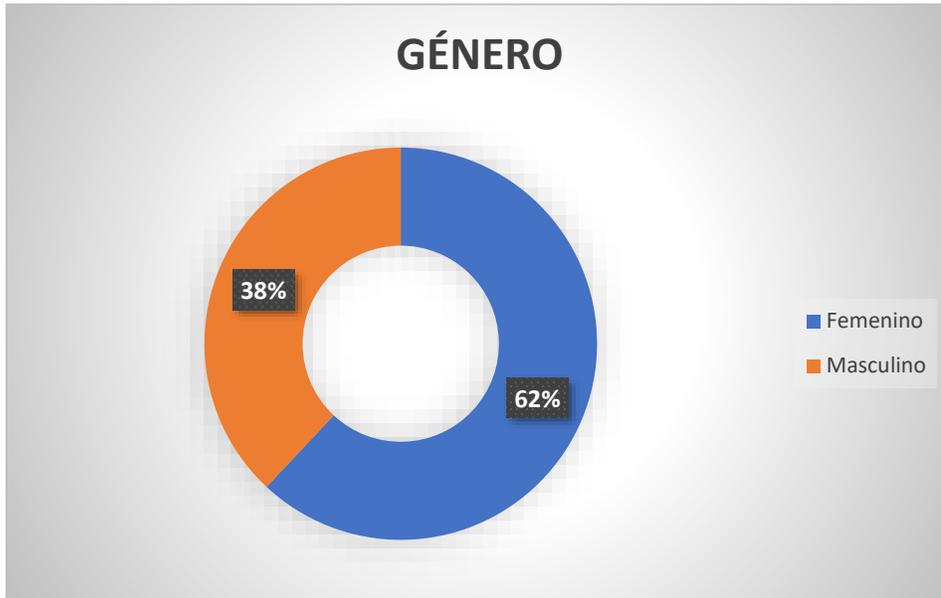
GÉNERO

Tabla 3 Género

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
Femenino	238	61,98%
Masculino	146	38,02%
Total	384	100,00%

Nota: el género que más sobresale es el femenino

Figura 3 Género



Nota. Datos expresados en porcentaje. Género.

Análisis de la pregunta

Los datos arrojados por medio de la encuesta nos dan a entender que la mayor parte de la muestra se centra en el género femenino con un 62%, mientras que su diferencia le sigue al masculino con un 38%, por lo que al género que más llama la atención es al género femenino.

PREGUNTA 2

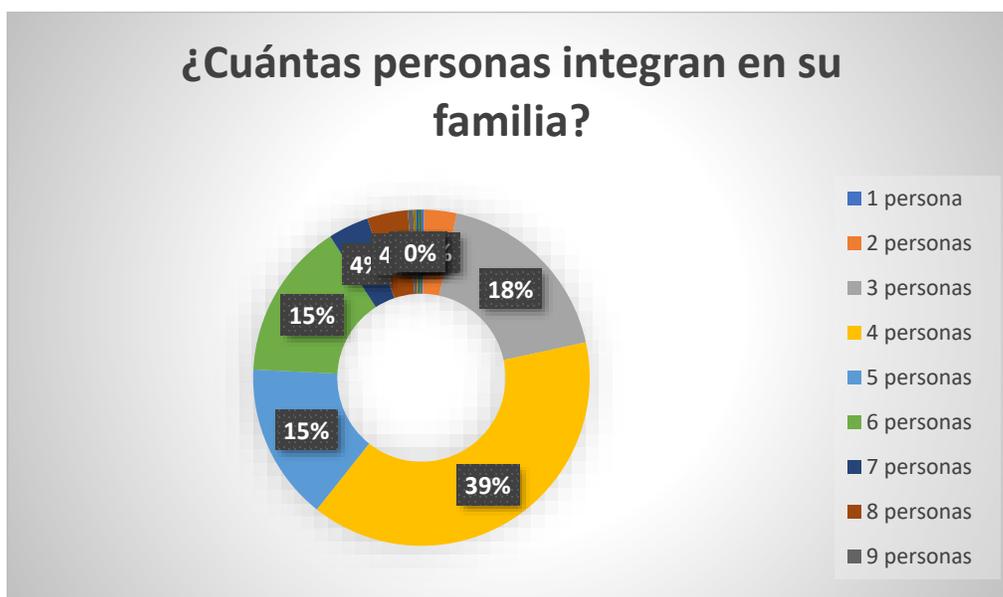
¿Cuántas personas integran en su familia?

Tabla 4 *Resultado de las personas que integran su familia*

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
1 persona	1	0,26%
2 personas	12	3,13%
3 personas	70	18,23%
4 personas	150	39,06%
5 personas	58	15,10%
6 personas	58	15,10%
7 personas	15	3,91%
8 personas	15	3,91%
9 personas	2	0,52%
11 personas	1	0,26%
23 personas	1	0,26%
30 personas	1	0,26%
Total	384	100,00%

Nota: las familias que sobresales son las de 4 integrantes.

Figura 4 *Personas que integran su familia*



Nota. Datos expresados en porcentaje. Personas que integran su familia.

Análisis de la pregunta

En primer lugar, los datos fueron aleatorios esto al ser una pregunta abierta, por lo cual se

denotarán las cifras que más impacto causaron en la misma, por lo que el 39,06% del total de encuestados tienen 4 integrantes en su familia, seguido por un 18,23% con 3 personas, con un 15,10% integrantes de 5 y 6 personas, con un 3,91% con integrantes de 7 y 8 personas, con un 3,13% con 2 personas, y con un 0,26% cada una con 1, 9, 11, 23 y 30 personas como integrantes en su familia.

En resumen, existen 150 personas con familias de 4 integrantes, siguiéndole las familias que la integran 3 personas, 5 y 6 personas.

Estos datos nos permiten conocer cuántos productos pueden comprar por familia.

PREGUNTA 3

¿Quién es el encargado de realizar las compras en el hogar?

Tabla 5 Resultado del encargado de realizar las compras del hogar.

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
Papá	103	26,82%
Mamá	231	60,16%
Hijos	31	8,07%
Otros	19	4,95%
Total	384	100,00%

Nota: el encargado que más sobresale es la mamá.

Figura 5 Resultado de quien es el encargado de realizar las compras en el hogar.

¿Quién es el encargado de realizar las compras en el hogar?



Nota. Datos expresados en porcentaje. Encargado de realizar compras en el hogar.

Análisis de la pregunta

De acuerdo con los datos obtenidos mediante encuesta, el integrante de la familia encargado de realizar las compras en la mayoría de los casos es la mamá con un 60,16%, este dato concuerda con la pregunta 1, siguiendo con un 26,82% al papá, con un 8,07% a los hijos y por último con un 4,95% a otros integrantes de familia. Esto nos quiere decir que quien tiene mayor atención en las compras es un integrante de género femenino, para este caso son las madres de familia, por lo tanto, debemos de diferenciar el servicio a las amas de casa.

PREGUNTA 4

¿Con que frecuencia usted va a un supermercado?

Tabla 6 Resultado de la frecuencia que va al supermercado.

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
Cada semana	68	17,71%
Cada 15 días	267	69,53%
Una vez por mes	49	12,76%
Total	384	100,00%

Nota. La frecuencia que más sobresale es de 15 días.

Figura 6 Frecuencia que va al supermercado.



Nota. Datos expresados en porcentaje. Frecuencia que va al supermercado.

Análisis de la pregunta

Al realizar las debidas encuestas, se obtuvo un porcentaje de 69,53% realizan sus compras al supermercado cada 15 días, siguiendo con un 17,71% a las familias que la realizan cada semana y por último a las familias que lo hacen una vez al mes con un 12,76%. Los datos adquiridos nos muestran que existen 267 opiniones que realizan sus compras cada 15 días, una cifra grande que nos ayudara en el abastecimiento de productos para aquellas familias que realizan sus compras en ese lapso.

PREGUNTA 5

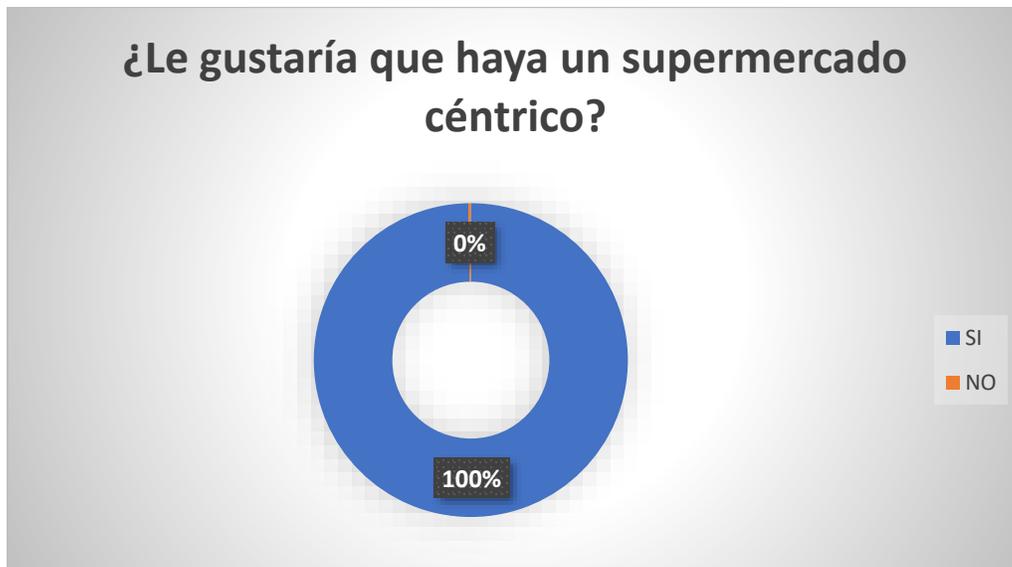
¿Le gustaría que haya un supermercado céntrico?

Tabla 7 Resultado de si le gustaría ir al supermercado.

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	383	99,74%
NO	1	0,26%
Total	384	100,00%

Nota. La gran mayoría le gustaría ir al supermercado.

Figura 7 ¿Le gustaría ir al supermercado?



Nota. Datos expresados en porcentaje.

Análisis de la pregunta

De acuerdo con las encuestas realizadas, casi en su totalidad a las personas encuestadas les gustaría un supermercado en zona céntrica con un 99,74% un gran porcentaje que refleja una gran aceptación con la opinión de 383 personas y, en contra con un 0,26% una sola persona. A pesar de la existencia de supermercados en la zona cerca del centro de la ciudad, las personas dan un punto positivo para situar un supermercado en zona del centro de la ciudad de manta.

PREGUNTA 6

¿Cuánto es su presupuesto para ir a un supermercado?

Tabla 8 Presupuesto para ir al supermercado

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
De \$20 a \$50	42	10,97%
De \$50 a \$75	256	66,84%
De \$100 a \$150	85	22,19%
Total	383	100,00%

Nota. El presupuesto que mayor se ve es de \$50 a \$75.

Figura 8 Presupuesto para ir al supermercado.



Nota. Datos expresados en porcentaje. Presupuesto para ir al supermercado.

Análisis de la pregunta

Con base a los datos obtenidos mediante la encuesta, se obtiene un 66,84% a aquellas personas que tienen un presupuesto de \$50 a \$75 dólares para realizar sus compras, esto concuerda con aquella personas que realizan sus compras cada 15 días, mientras que con un 22,19% tienen un presupuesto de compras de \$100 a \$150 dólares cifra que concuerda con aquellas personas que

realizan sus compras de manera mensual y, por último con un 10,97% a aquellas personas que realizan sus compras con un presupuesto de \$20 a \$50 dólares cifra que concuerda con aquellas personas que realizan sus compras de manera semanal.

PREGUNTA 7

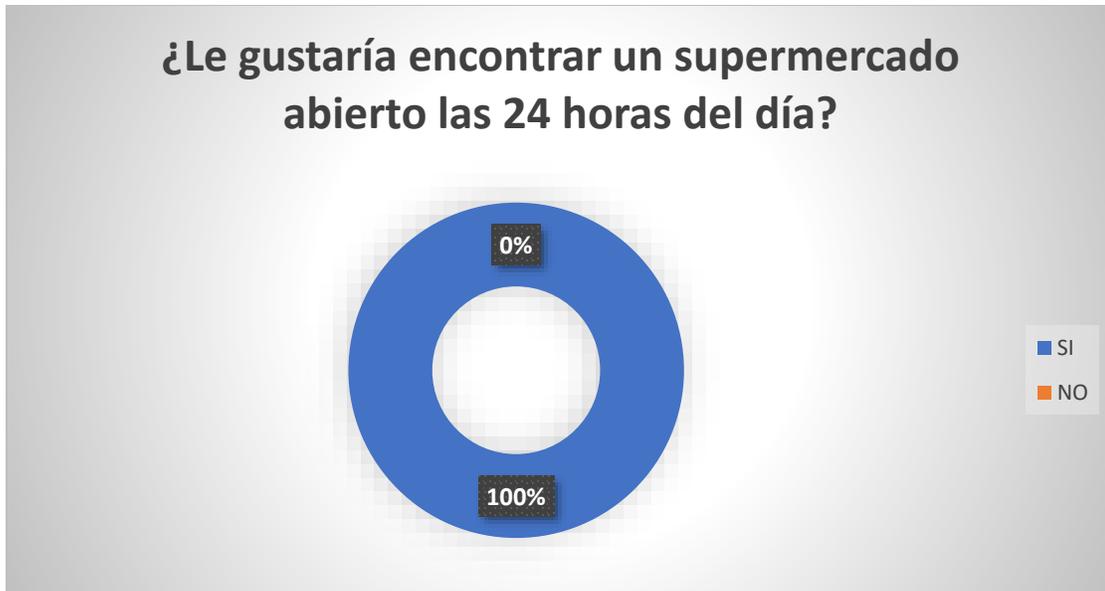
¿Le gustaría encontrar un supermercado abierto las 24 horas del día?

Tabla 9 *Supermercado abierto las 24 horas.*

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	384	100,00%
NO	0	0,00%
Total	384	100,00%

Nota. A todas las personas le gusta esta iniciativa.

Figura 9 *Supermercado abierto las 24 horas.*



Nota. Datos expresados en porcentaje. Supermercado abierto las 24 horas.

Análisis de la pregunta

Con base a los datos arrojados mediante encuesta, tiene una aceptación total del 100% de las personas que les gustaría encontrar un supermercado abierto las 24 horas del día, a pesar de tener una gran aceptación, su planificación se la realizaría a mediano plano, debido a que se deberá contratar a más personal y fortalecer la seguridad del establecimiento en altas horas de la noche.

PREGUNTA 8

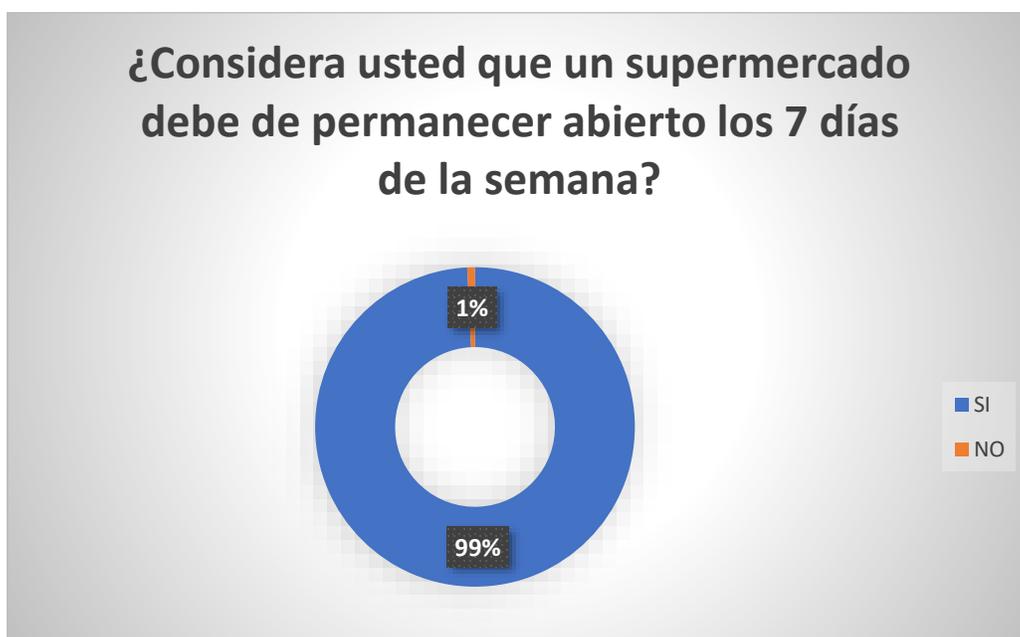
¿Considera usted que un supermercado debe de permanecer abierto los 7 días de la semana?

Tabla 10 *Supermercado abierto los 7 días de la semana.*

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	381	99,22%
NO	3	0,78%
Total	384	100,00%

Nota. A gran parte de las personas le gustaría in supermercado abierto los 7 días de la semana.

Figura 10 Supermercado abierto los 7 días de la semana.



Nota. Datos expresados en porcentaje. Supermercado abierto los 7 días de la semana.

Análisis de la pregunta

Al obtener los datos de la encuesta, gran mayoría de las personas prefieren que el supermercado este abierto los 7 días de la semana con un 99,22%, a pesar de que ciertos supermercados cierran temprano los fines de semana, el resto de las personas con un 0,78% no está de acuerdo con esto. Los datos arrojados están a favor de permanecer abierto los 7 días de la semana, aunque eso aumenta de cierta manera los costos, más que todo en el pago de salarios.

PREGUNTA 9

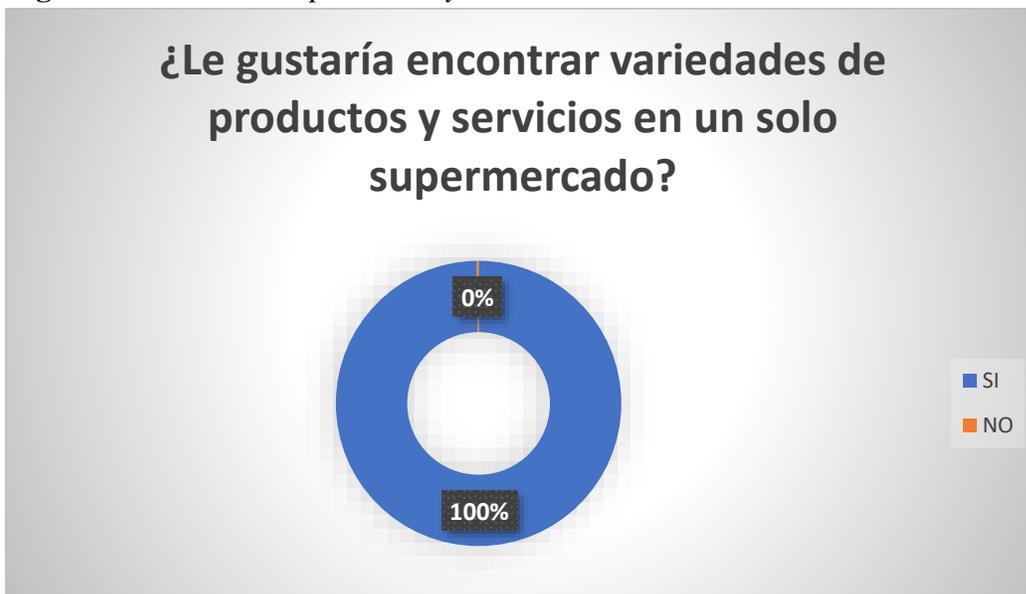
¿Le gustaría encontrar variedades de productos y servicios en un solo supermercado?

Tabla 11 *Variedad de productos y servicios.*

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	383	99,74%
NO	1	0,26%
Total	384	100,00%

Nota. La gran cantidad de personas le gusta la variedad de productos y servicios.

Figura 11 *Variedad de productos y servicios.*



Nota. Datos expresados en porcentaje. Variedad de productos y servicios.

Análisis de la pregunta

La gran cantidad de personas están a favor de esta medida, están de acuerdo que exista variedad de productos y servicios, más que todo los productos, con un 99,74% lo que refleja un

punto positivo del consumidor, el restante 0,26% no está de acuerdo con la variedad o no tiene conocimiento de esta, aunque es un numero demasiado reducido se toma más encuesta a quienes estén a favor.

PREGUNTA 10

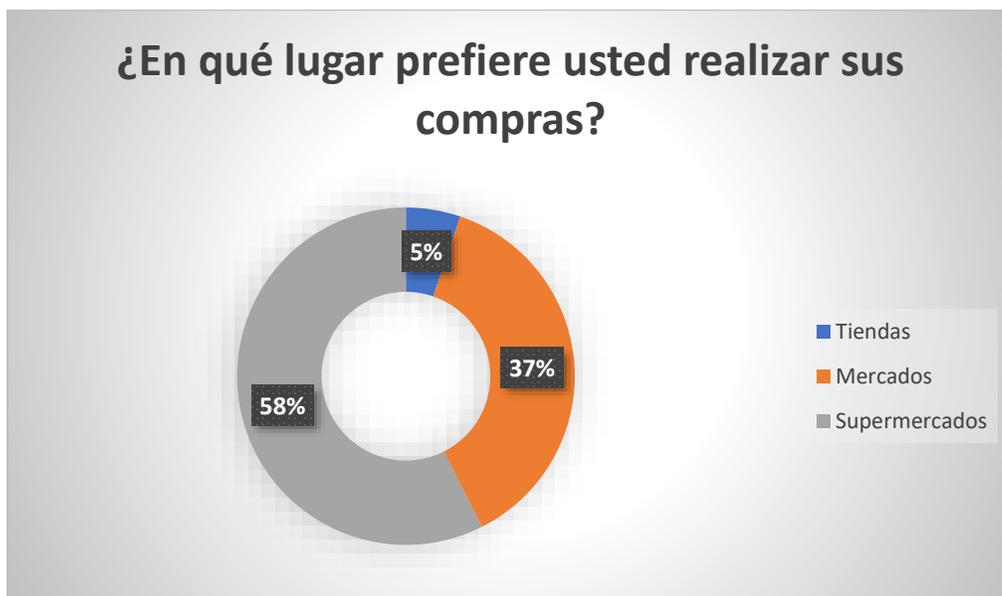
¿En qué lugar prefiere usted realizar sus compras?

Tabla 12 *Preferencia de realizar las compras.*

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
Tiendas	20	5,22%
Mercados	143	37,34%
Supermercados	220	57,44%
Total	383	100,00%

Nota. La mayoría de las personas prefieren ir a los supermercados.

Figura 12 *Preferencia de realizar las compras.*



Nota. Datos expresados en porcentaje. Preferencia del lugar.

Análisis de la pregunta

Revisando las encuestas, encontramos que a un total de 57,44% de personas encuestadas prefieren realizar sus compras en supermercados, ya sea semana, quincenal o mensual, siguiendo de un total de 37,34% a aquellas personas que prefieren hacer sus compras en mercados y, por último, con un 5,22% a aquellas personas que prefieren realizar sus compras en tiendas. Por lo que se puede decir, que aquella parte de personas que prefieren realizar sus compras en supermercados son aquellas que realizan sus compras de manera quincenal o mensual.

PREGUNTA 11

¿Está satisfecho con el lugar donde realiza sus compras normalmente?

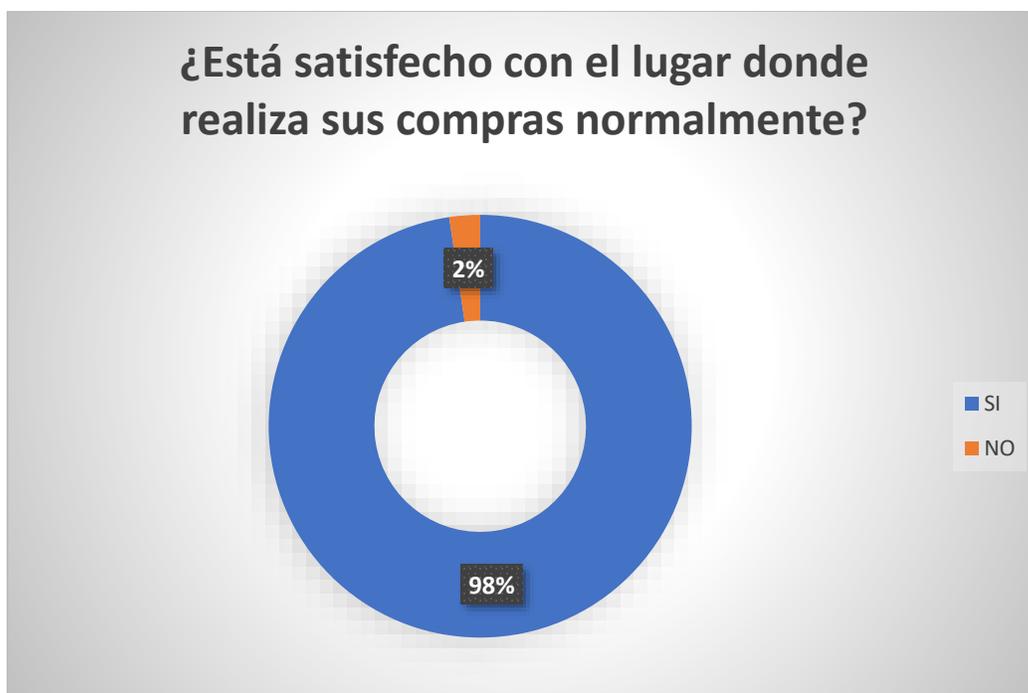
Tabla 13 *Satisfacción con el lugar donde realiza sus compras.*

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	375	97,66%
NO	9	2,34%
Total	384	100,00%

Nota. La mayoría están satisfechos en el lugar donde realizan compras.

Figura 13 *Satisfacción con el lugar donde realiza sus compras.*

¿Está satisfecho con el lugar donde realiza sus compras normalmente?



Nota. Datos expresados en porcentaje. Satisfacción con el lugar donde realiza sus compras.

Análisis de la pregunta

Basándonos en las encuestas, la gran mayoría de personas que realizan sus compras en su lugar de conveniencia muestran satisfacción con un total de 97,66% de las personas encuestadas, prácticamente todas las personas lo que refleja la existencia de una fuerte competencia en el lugar, mientras que un 2,34 no está satisfecho con el lugar en donde realizan sus compras.

PREGUNTA 12

¿Le gustaría que dentro del supermercado haya promociones?

Tabla 14 *Promociones dentro del supermercado.*

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	384	100,00%
NO	0	0,00%
Total	384	100,00%

Nota. La mayoría de las personas están de acuerdo con las promociones.

Figura 14 *Promociones dentro del supermercado.*



Nota. Datos expresados en porcentaje. Promociones dentro del supermercado.

Análisis de la pregunta

Basándonos en las encuestas, en su totalidad está de acuerdo que haya promociones, nadie está en contra con esta medida, aunque se deberán realizar ajustes para no tener un déficit al finalizar el mes y que los resultados anuales sean favorables al establecimiento, por medio de esta se obtiene una gran acogida, ya que el 100% de los encuestados está de acuerdo con esto.

Pregunta 13

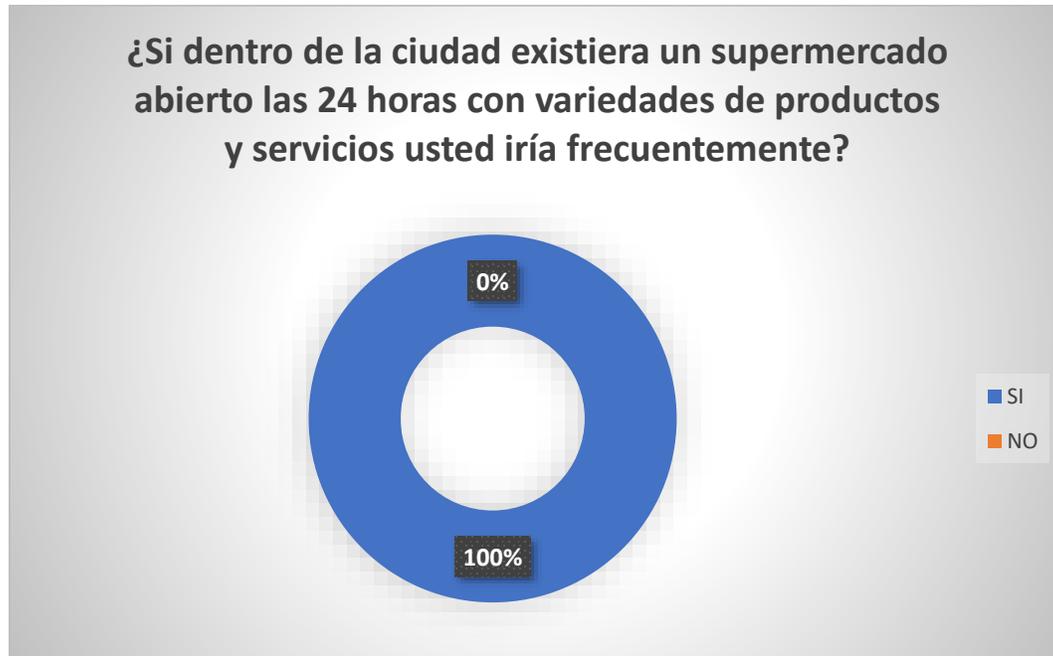
¿Si dentro de la ciudad existiera un supermercado abierto las 24 horas con variedades de productos y servicios usted iría frecuentemente?

Tabla 15 Supermercado abierto las 24 horas.

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	384	100,00%
NO	0	0,00%
Total	384	100,00%

Nota. A todas las personas le gusta esta iniciativa.

Figura 15 Supermercado abierto las 24 horas.



Nota. Datos expresados en porcentaje. Supermercado abierto las 24 horas.

Análisis de la pregunta

Por medio de los resultados de la encuesta, en su totalidad con un 100% de aceptación están a favor de esto, la frecuencia de los consumidores aumentaría al ver que el establecimiento está a su disponibilidad las 24 horas del día. Esta pregunta tiene relación con otras anteriores, en primer lugar, la variedad de los productos es la idea del negocio y, en segundo lugar, tener abierto el establecimiento las 24 horas del día es una medida que estará en ejecución a mediano plazo.

Pregunta 14

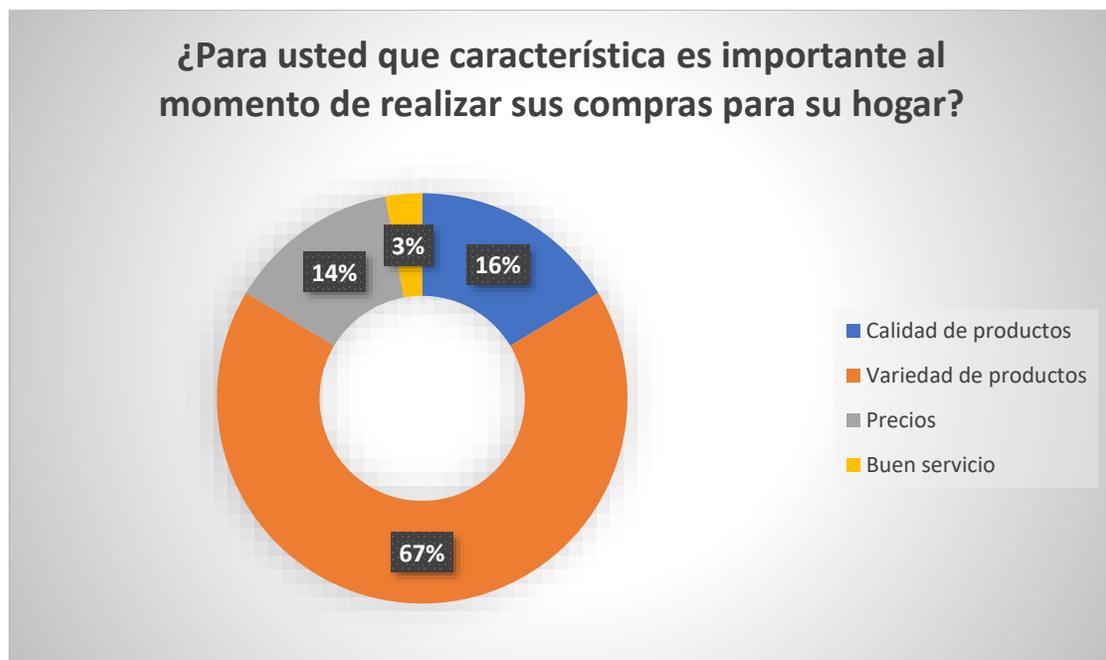
¿Para usted que característica es importante al momento de realizar sus compras para su hogar?

Tabla 16 Características importantes al realizar sus compras.

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
Calidad de productos	63	16,41%
Variedad de productos	258	67,19%
Precios	52	13,54%
Buen servicio	11	2,86%
Total	384	100,00%

Nota. La mayoría ve primero la variedad de productos

Figura 16 Características importantes al realizar compras.



Nota. Datos expresados en porcentaje. Características importantes al realizar compras.

Análisis de la pregunta

Tomando en consideración los resultados obtenidos mediante encuesta, las características de mayor importancia que los consumidores toman en consideración al realizar sus compras para el hogar es la variedad de los productos con un 67,19%, le sigue la calidad de los productos con un 16,14%, luego con un 13,54% a los precios establecidos y, por último, un buen servicio con un 2,86%. Esto nos quiere decir que las personas al realizar sus compras tienen mayor inclinación a la variedad de productos, aunque no está de más tomar en consideración la calidad del producto, el precio y el servicio ofertado a los consumidores.

Pregunta 15

¿Cuándo usted va de compras al supermercado, usted compra los productos necesarios?

Tabla 17 *Compra de productos necesarios.*

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	383	99,74%
NO	1	0,26%
Total	384	100,00%

Nota. La mayoría de las personas compran los productos necesarios.

Figura 17 *Compra de productos necesarios.*



Nota. Datos expresados en porcentaje. Compra de productos necesarios.

Análisis de la pregunta

Basándonos con los datos obtenidos mediante encuesta, obtenemos que casi en su totalidad las personas cuando van de compra al supermercado compran lo necesario con un total de 99,74% de las personas encuestadas, mientras que el restante de 0,26% realiza compras de más. Esto nos quiere decir que la gran mayoría de las personas toman la compra de productos con cautela, ya sea semanal, quincenal o mensual.

Pregunta 16

¿Le gustaría que nuestro supermercado tenga servicios delivery?

Tabla 18 *Servicio de delivery.*

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	383	99,74%
NO	1	0,26%
Total	384	100,00%

Nota. A la mayoría de las personas le gusta esta iniciativa.

Figura 18 Servicio de delivery.



Nota. Datos expresados en porcentaje. Servicio de delivery.

Análisis de la pregunta

Mediante los datos arrojados por encuesta, se obtuvo que casi en su totalidad las personas están de acuerdo que el supermercado tenga servicios de delivery con un 99,74%, y el restante 0,26% no está de acuerdo o no tiene conocimiento de este servicio. Aunque el servicio de entrega a domicilio suena como a un ajuste de los precios de los productos para la obtención de un porcentaje de ganancias se puede realizar mediante una alianza de ciertas personas generando trabajo.

2.6. Descripción del producto

Mi servicio es brindarles producto a las personas de la ciudad, como lo son alimentos

(frutas, verduras, alimentos preparados, medicina, licores, ropa, pañales, cosas para casa, etc.) el valor agregado que tendrá es que en un solo lugar encontrará todo lo que necesite desde medicina hasta alimentos y a un precio económico, se encontrará en el centro de la ciudad.

2.6.1. Características del producto / servicio

Dentro de Manta para tener un buen producto y servicio para satisfacer a los consumidores que serían nuestra clientela ya que ellos son los que exigen necesitamos varias características como lo son:

- Ubicación
- Tenga espacio suficiente
- Cercanía de lugares comerciales
- Facilidad de acceso

2.6.2. Análisis comparativos con productos similares

En relación con la variedad de supermercados que existen dentro de la ciudad se dice que hay mucha competencia, pero si nos referimos a que estos manejan el mismo tipo de horario que se maneja mi supermercado THE MUÑOZ no hay uno igual, pero dentro del horario normal existen mucha competencia como lo son:

Supermaxi



Velboni



Tabla 19 *Análisis comparativo.*

Nota. La tabla muestra los niveles de importancia y la ponderación del análisis comparativo.

Factores	Ponderación de Importancia	Localización 1 - avenida Barbasquillo		Localización 2 - Av. 24 y Calle 12		Localización 3 - calle 4 de noviembre	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
		Cercanía de los consumidores	35%	9	3,15	8	2,8
Costos de arrendamiento	25%	9	2,25	8	2	6	1,5
Vías de acceso	15%	10	1,5	10	1,5	9	1,35
Cercanía con zonas comerciales	10%	10	1	7	0,7	9	0,9
Espacios de parqueo	10%	8	0,8	8	0,8	8	0,8
Servicios básicos	5%	9	0,45	9	0,45	10	0,5
Total	100%		9,15		8,25		7,85

Estos se diferencian en que muchas personas de clase alta compran en lo que es el Supermaxi y mucha gente de clase media y clase baja compran en el Velboni ya que en ambos varían sus productos y sus precios y se puede decir que estos son dos grandes competencias para mi supermercado.

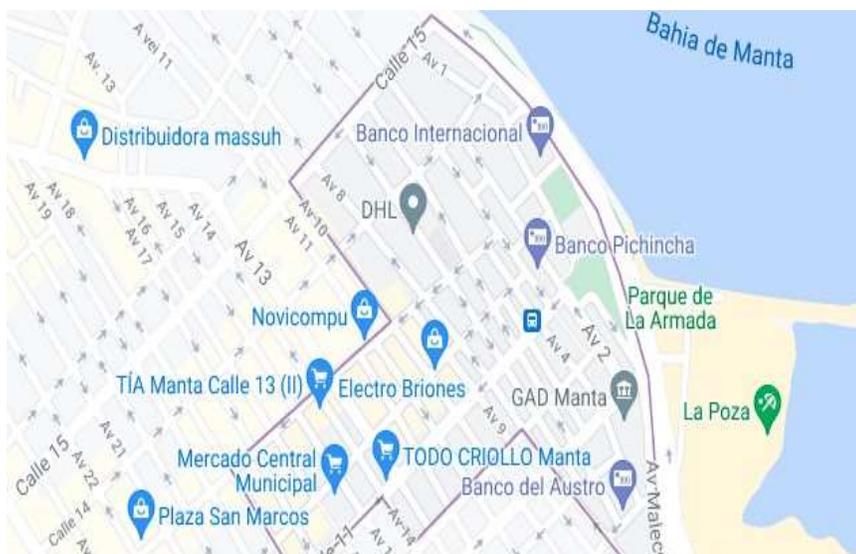
CAPITULO III

3. 5.Estudio técnico

3.1.Descripción de las características de localización del negocio.

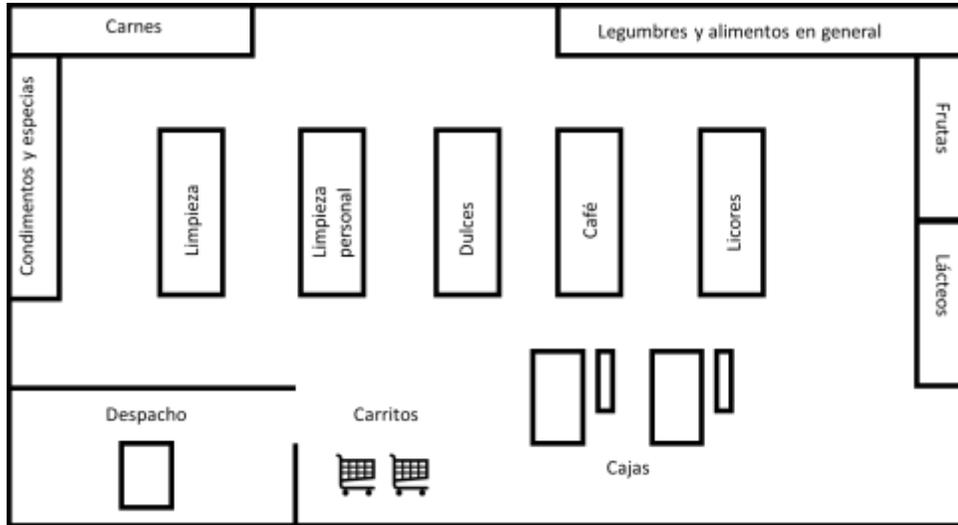
Supermercado THE MUÑOZ es un supermercado donde esté abierto las 24 horas al día y los 7 días de la semana, con rotación de personal y fue elegido porque muchas veces existen personas que tiene alguna necesidad ya sea por medicina o por algún alimento y tienen que recorrer varios lugares para encontrar, entonces es ahí donde mi proyecto entra en el mercado porque se encontrara lo que necesite en un solo lugar

Figura 19 Descripción de las características de localización del negocio.



3.2. Realización de un bosquejo del área de trabajo

Figura 20 Bosquejo del área de trabajo.



Sección de cajas: donde las personas se acercan a cancelar los productos que van a llevar.

Las demás son las secciones donde estarán ubicados todos los productos que los consumidores comprarán.

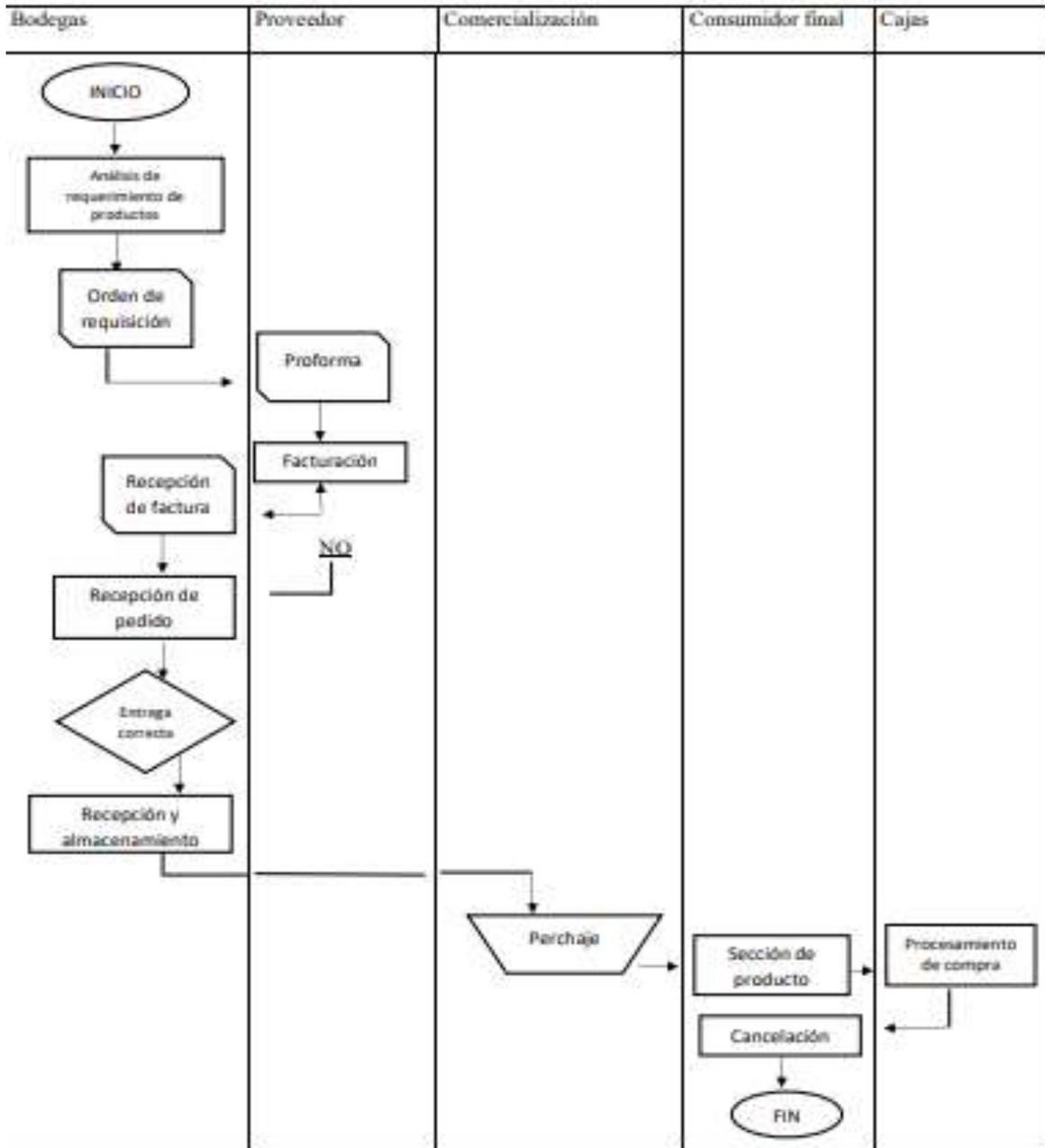
Así mismo estarán ubicados los servicios como son de farmacia y de cafetería donde las personas podrán consumir lo que ellos quieran con la comodidad necesaria.

3.3. Diagrama de procesos

Inicia con el departamento de bodega donde se encontrará el Análisis de requerimiento de productos, Orden de requisición, pasando a proveedores con proforma y facturación volviendo al departamento de bodega con la recepción de factura, recepción de pedido y entrega correcta, pasando a otro departamento de comercialización con el perchaje de productos y así mismo se pasa al departamento de consumidor final con selección de producto y ahí pasa al departamento de cajas con procedimientos de compra llegando a su final en el departamento de consumidor final

con cancelamiento.

Figura 21 Flujo de procesos.



3.4. Listado de recursos (máquinas, equipos y herramientas, etc)

Equipos, Maquinarias y Herramientas

Tabla 20 *Listado de recursos.*

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	ESTABLECIMIENTO		
1	Edificio	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
	MUEBLES Y ENCERES		
1	Escritorio	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Sillas para escritorio	\$ 80,00	\$ 80,00
40	Estanterías	\$ 50,00	\$ 2.000,00
3	Muebles cajas	\$ 100,00	\$ 300,00
	MAQUINARIA		
5	Congeladores exhibidores	\$ 1.500,00	\$ 7.500,00
20	Carritos de supermercado	\$ 100,00	\$ 2.000,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
3	Computadoras	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00
3	Impresora de facturas	\$ 250,00	\$ 750,00
	EQUIPO DE OFICINA		
2	Teléfonos	\$ 50,00	\$ 100,00
	TOTAL		\$ 25.580,00

Nota. A continuación, se detalla aprecia el listado de recursos de la empresa. Realización propia.

3.5. Listado de los proveedores

- LA FABRIL S.
- NESTLE ECUADOR S.A.
- INDUSTRIAL DANEC SA
- INDUSTRIAS ALES C. A.
- EXTRACTORA Y PROCESADORA DE ACEITES EPACEM S.A.
- CORPORACION SUPERIOR CORSUPERIOR S.A.
- INDUSTRIAL MOLINERA CA
- MOLINOS CHAMPION S.A. MOCHASA

- GISIS S.A.
- UNILEVER ANDINA ECUADOR S.A.
- COCA - COLA DE ECUADOR S.A.
- LA UNIVERSAL

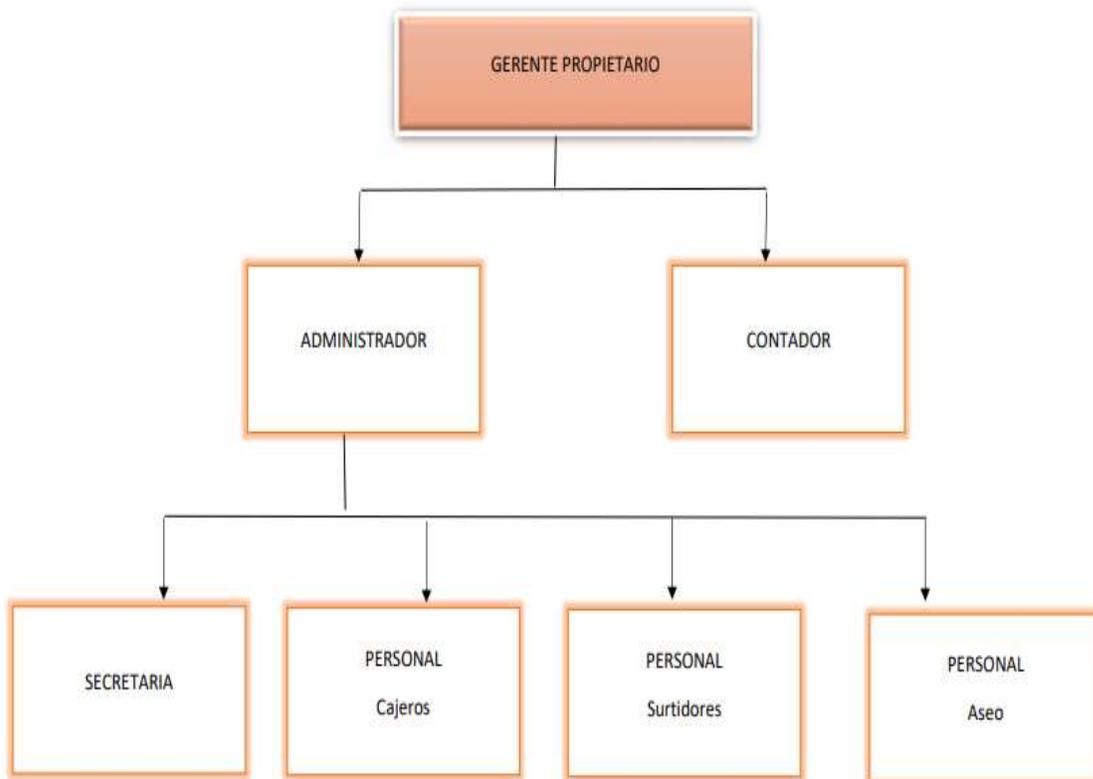
CAPITULO IV

4. Estudio Organizacional

4.1. Organigrama estructural y funcional

Tabla 21 *Organigrama estructural y funcional.*

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA QUE USTED ESTÁ PROYECTANDO (SUPERMERCADO)



Nota. Se aprecia el organigrama funcional y estructural. Realización propia.

4.2.Funciones según las responsabilidades de cada persona

Gerente Propietario

- Encargado de realizar las gestiones de la empresa.
- Dirigir a sus empleados
- Gestionar el pago a sus empleados
- Dar órdenes al administrador

Secretaria

- Es la que se encarga de llevar todos los documentos y datos de la compañía

Personal cajeros

- Personal que se encarga de cobrarles a los clientes

Personales surtidores

- Es el que se encarga de llenar las perchas

Personal aseo

- Es el que se encarga del aseo de la compañía

4.3.Previsión de RRHH

Los recursos materiales son muy importantes, pero no lo son menos los Recursos Humanos (RR. HH). Por lo tanto, debemos describir los puestos de trabajo y la organización.

Definir cada uno de los puestos de trabajo necesarios para poner en marcha la empresa.

1.- Denominación del puesto:

Gerente General

2.- Funciones/responsabilidades:

Encargado de toda la empresa

3.- Perfil del candidato:

Titulación: Licenciado en Administración de Empresas

4.-Conocimientos específicos:

Conocimientos administrativos

CAPITULO V

5. Estudio Legal y societario

5.1.Marco legal

MINISTERIO COORDINADOR DE PRODUCCION, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD
No. 014 LA JUNTA DE REGULACION DE LA LEY ORGANICA DE REGULACION Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO

Considerando: Que el artículo 82 de la Constitución de la República del Ecuador determina que: "El derecho a la seguridad jurídica se fundamenta en el respeto a la Constitución y en la existencia de normas jurídicas previas, claras, públicas y aplicadas por las autoridades competentes"

Que el artículo 85 de la Constitución de la República del Ecuador indica que: "La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones: 1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad [...]"

Que el numeral 6 del artículo 132 de la Constitución de la República del Ecuador establece

que: "[...] Se requerirá de ley en los siguientes casos: 6. Otorgar a los organismos públicos de control y regulación la facultad de expedir normas de carácter general en las materias propias de su competencia, sin que puedan alterar o innovar las disposiciones legales "

Que el artículo 276 de la Constitución de la República del Ecuador establece que: "El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos: [...] 2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable "

Que el artículo 284 de la Constitución de la República del Ecuador señala que: "La política económica tendrá los siguientes objetivos: 1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional. 2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional. 3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética. [...] 6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales. 7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo. 8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes. 9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable".

Que el artículo 304 de la Constitución de la República señala que la política comercial del Estado tendrá entre sus objetivos: [...] 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. 6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados "

Que el artículo 320 de la Constitución de la República del Ecuador se establece que: "En

las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social".

Que el artículo 334 de la Constitución de la República del Ecuador puntualiza que el Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá: "1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos. [...] 4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado "

Que el artículo 335 de la Constitución de la República destaca que: "El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal" (NORMAS REGULATORIAS PARA CADENAS DE SUPERMERCADOS Y SUS PROVEEDORES , 22-feb.-2017)

5.2.Requisitos para su legitimidad

(LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO, 13 de Octubre 2011) Art. 1.- Objeto.- El objeto de la presente Ley es evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención,

prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible.

Art. 2.- **Ámbito.**- Están sometidos a las disposiciones de la presente Ley todos los operadores económicos, sean personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales y extranjeras, con o sin fines de lucro, que actual o potencialmente realicen actividades económicas en todo o en parte del territorio nacional, así como los gremios que las agrupen, y las que realicen actividades económicas fuera del país, en la medida en que sus actos, actividades o acuerdos produzcan o puedan producir efectos perjudiciales en el mercado nacional. Las conductas o actuaciones en que incurriere un operador económico serán imputables a él y al operador que lo controla, cuando el comportamiento del primero ha sido determinado por el segundo.

La presente ley incluye la regulación de las distorsiones de mercado originadas en restricciones geográficas y logísticas, así como también aquellas que resultan de las asimetrías productivas entre los operadores económicos.

Art. 3.- **Primacía de la realidad.** - Para la aplicación de esta Ley la autoridad administrativa determinará la naturaleza de las conductas investigadas, atendiendo a su realidad y efecto económico. La forma de los actos jurídicos utilizados por los operadores económicos no enerva el análisis que la autoridad efectúe sobre la verdadera naturaleza de las conductas subyacentes a dichos actos. La costumbre o la costumbre mercantil no podrán ser invocadas o aplicadas para exonerar o eximir las conductas contrarias a esta Ley o la responsabilidad del operador económico.

Art. 4.- **Lineamientos para la regulación y principios para la aplicación.** - En concordancia

con la Constitución de la República y el ordenamiento jurídico vigente, los siguientes lineamientos se aplicarán para la regulación y formulación de política pública en la materia de esta

- Ley: 1. El reconocimiento del ser humano como sujeto y fin del sistema económico.
2. La defensa del interés general de la sociedad, que prevalece sobre el interés particular.
3. El reconocimiento de la heterogeneidad estructural de la economía ecuatoriana y de las diferentes formas de organización económica, incluyendo las organizaciones populares y solidarias.
4. El fomento de la desconcentración económica, a efecto de evitar prácticas monopólicas y oligopólicas privadas contrarias al interés general, buscando la eficiencia en los mercados.
5. El derecho a desarrollar actividades económicas y la libre concurrencia de los operadores económicos al mercado.
6. El establecimiento de un marco normativo que permita el ejercicio del derecho a desarrollar actividades económicas, en un sistema de libre concurrencia.
7. El impulso y fortalecimiento del comercio justo para reducir las distorsiones de la intermediación.
8. El desarrollo de mecanismos que garanticen que las personas, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos a través de la redistribución de los recursos como la tierra y el agua.
9. La distribución equitativa de los beneficios de desarrollo, incentivar la producción, la productividad, la competitividad, desarrollar el conocimiento científico y tecnológico; y,
10. La necesidad de contar con mercados transparentes y eficientes. Para la aplicación de la presente Ley se observarán los principios de no discriminación, transparencia, proporcionalidad y debido proceso.

6. Estudio económico financiero

6.1. Costo unitario de producción.

Para el caso de los productos puesto en comercialización, se los obtiene mediante compra al por mayor, luego de ello se debe costear el óptimo precio para cada uno de los productos para solventar las obligaciones de la empresa, los cuales están conformados por el pago de los empleados, los servicios básicos, el pago mismo de la mercadería y gastos de depreciación.

A continuación, se demuestra la compra de la mercadería al por mayor:

ARTÍCULOS ALIMENTICIOS

Tabla 22 Artículos alimenticios.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES	PRECIO	COSTO MENSUAL
Carne	15	Canasta 50 Libras	\$ 50,00	\$ 750,00
Pollo	15	Canasta 50 Libras	\$ 50,00	\$ 750,00
Col	10	Bultos 125 Unidades	\$ 25,00	\$ 250,00
Yuca	13	Saco 65 Libras	\$ 15,00	\$ 195,00
Lechuga	20	Cajas 10 Unidades	\$ 4,00	\$ 80,00
Pimiento	20	Saco 65 Libras	\$ 13,00	\$ 260,00
Tomate Riñón	20	Cajas 44 Libras	\$ 10,00	\$ 200,00
Zanahoria	15	Saco 60 Libras	\$ 12,00	\$ 180,00
Papa	15	Quintal 100 Libras	\$ 15,00	\$ 225,00
Cebolla	12	Malla 100 Libras	\$ 15,00	\$ 180,00
Queso Duro	15	Canasta 50 Libras	\$ 40,00	\$ 600,00
Queso Fresco	15	Canasta 50 Libras	\$ 30,00	\$ 450,00
Leche El Ordeño	25	Cajas 12 Unidades	\$ 8,70	\$ 217,50
Yogurt Zuu Funda Fresa	20	Cajas 5 Unidades	\$ 6,84	\$ 136,80
Yogurt Zuu Funda Durazno	20	Cajas 5 Unidades	\$ 6,84	\$ 136,80
Yogurt Zuu Funda Mango	20	Cajas 5 Unidades	\$ 6,84	\$ 136,80
Mandarina	15	Cajas 20 Libras	\$ 7,00	\$ 105,00

Manzana	19	Cajas	44 Libras	\$	20,00	\$	380,00
Maracuyá	19	Cajas	40 Libras	\$	12,00	\$	228,00
Mora	16	Balde	14 Libras	\$	12,00	\$	192,00
Naranja	12	Cajas	55 Libras	\$	20,00	\$	240,00
Maíz	20	Saco	80 Libras	\$	21,00	\$	420,00
Avena	20	Bultos	50 Libras	\$	20,37	\$	407,40
Arveja Tierna en vaina	15	Cajas	33 Libras	\$	12,17	\$	182,55
Manteca los 3 chanchitos 290gr	25	Cajas	24 Unidades	\$	18,54	\$	463,50
Manteca los 3 chanchitos 200gr	25	Cajas	24 Unidades	\$	9,44	\$	236,00
Aceite vegetal por litro	30	Cajas	12 Unidades	\$	29,35	\$	880,50
Sardina Isabel	25	Cajas	24 Unidades	\$	35,08	\$	877,00
Atún Cardinal	25	Cajas	48 Unidades	\$	40,33	\$	1.008,25
Azúcar	20	Quintal	100 Libras	\$	36,00	\$	720,00
Sal Cris-Sal 1/2KG	20	Bultos	50 Unidades	\$	17,13	\$	342,60
Arroz	25	Quintal	100 Libras	\$	33,00	\$	825,00
Huevos	20	Cubeta	30 Unidades	\$	3,20	\$	64,00
Harina	15	Arroba	25 Libras	\$	10,70	\$	160,50
TOTALES				\$	665,53	\$	12.480,20

Nota. Se aprecian los productos alimenticios por su cantidad requerida.

CONDIMENTOS Y ESPECIAS

Tabla 23 Condimentos y especias.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES	PRECIO	COSTO MENSUAL
Ají picante peruano molido 1 libra	3	Arroba	25 Libras \$ 63,45	\$ 190,35
Ajino moto Rojo 180gr	15	Paquete	100 Unidades \$ 2,00	\$ 30,00
Ajo en pasta condimensa botella 300gr	10	Caja	16 Unidades \$ 14,17	\$ 141,70
Aliño condimensa botella 500gr	10	Caja	15 Unidades \$ 19,53	\$ 195,30
Canela molida condimensa funda 100gr	15	Caja	25 Unidades \$ 64,26	\$ 963,90
Comino molido condimensa frasco 50gr	15	Caja	16 Unidades \$ 14,38	\$ 215,70
Cilantro condimensa frasco 15gr	10	Caja	16 Unidades \$ 13,65	\$ 136,50
Chimichurri lle botella 530gr	10	Caja	24 Unidades \$ 38,79	\$ 387,90
Doña criollita 7,5gr	7	Caja	132 Unidades \$ 15,91	\$ 111,37

Cubo Maggi gallina 80gr x 8 cubos	7	Caja	14	Unidades	\$	22,40	\$	156,80
La Sazón Maggi Doy pack 1000gr	5	Caja	12	Unidades	\$	59,00	\$	295,00
TOTALES					\$	327,54	\$	2.824,52

Nota. Se aprecian los productos de condimentos y especias.

ARTÍCULOS DE LIMPIEZA PERSONAL

Tabla 24 *Artículos de limpieza personal.*

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES	PRECIO	COSTO MENSUAL
Cepillo dental blendax adulto	5	Caja	144 Unidades	\$ 83,22 \$ 416,10
Cepillo dental blendy infantil	5	Caja	144 Unidades	\$ 83,22 \$ 416,10
Crema dental blendax full menta 82gr	3	Caja	144 Unidades	\$ 112,92 \$ 338,76
SH Family antica spa Daypack 970ml	10	Caja	12 Unidades	\$ 26,52 \$ 265,20
SH Family henna y aza. Doy pack 970ml	10	Caja	12 Unidades	\$ 26,52 \$ 265,20
SH angelino avena y miel 500gr	7	Caja	12 Unidades	\$ 34,10 \$ 238,70
acondi. savital COLAGENO 530ml	10	Caja	12 Unidades	\$ 67,79 677,90
Acondi. savital biotina y sábila 530ml	10	Caja	12 Unidades	\$ 67,79 \$ 677,90
Desodorante H Dove rollon 50ml	10	Caja	12 Unidades	\$ 28,85 \$ 288,50
Desodorante M Dove rollon 50ml	10	Caja	12 Unidades	\$ 25,25 \$ 252,50
Jabón Family 300gr	10	Caja	24 Unidades	\$ 21,42 \$ 214,20
TOTALES				\$ 577,60 \$ 4.051,06

Nota. Se aprecian los artículos de limpieza persona por su cantidad requerida-

ARTÍCULOS DE LIMPIEZA

Tabla 25 *Artículos de limpieza.*

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CANTIDAD REQUERIDA		UNIDADES		PRECIO	COSTO MENSUAL
Desinfectante estrella limpia 900ml	4	Caja	12	Unidades	\$ 20,62	\$ 82,48
Cloro estrella 1 litro	4	Caja	12	Unidades	\$11,26	\$ 45,04
Clorox ajax jumbo sachet 300ml	7	Caja	50	Unidades	\$11,50	\$ 80,50
Desinfectante fabuloso sachet floral	4	Caja	144	Unidades	\$44,45	\$ 177,80
Detergente ales ultraklin 600gr	5	Bulto	20	Unidades	\$15,57	\$ 77,85
Deter. Liquido perla bebe algodón 300ml	5	Caja	12	Unidades	\$12,00	\$ 60,00
Deter. liquido perla bebe junior manzana 300ml	5	Caja	12	Unidades	\$11,22	\$ 56,10
TOTALES					\$126,62	\$ 579,77

Nota. Se aprecian los artículos de limpieza por su cantidad requerida.

DULCES

Tabla 26 *Dulces.*

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CANTIDAD REQUERIDA		UNIDADES		PRECIO	COSTO MENSUAL
Agogo Menta	20	Caja	15	Unidades	\$ 2,90	\$ 58,00
American chupete coqueiro	15	Funda	24	Unidades	\$ 1,50	\$ 22,50
American chupete fresa	15	Funda	24	Unidades	\$ 1,50	\$ 22,50
Amor chocolate	15	Funda	8	Unidades	\$ 1,80	\$ 27,00
Amor fresa	15	Funda	8	Unidades	\$ 1,80	\$ 27,00
Nucita Crema	10	Caja	12	Unidades	\$ 1,70	\$ 17,00
Gallena Orbita	20	Caja	7	Unidades	\$ 0,80	\$ 16,00
Grisly gusano	10	Caja	12	Unidades	\$ 2,90	\$ 29,00
Mini jet chocolate	15	Funda	50	Unidades	\$ 4,50	\$ 67,50
Galleta circus pinta lengua	15	Funda	12	Unidades	\$ 1,10	\$ 16,50
Rellenita Chocovainilla	20	Funda	8	Unidades	\$ 1,10	\$ 22,00
Kinder barra chocolate	10	Caja	24	Unidades	\$ 8,50	\$ 85,00

Galleta circus chocolate	20	Funda	12 Unidades	\$	1,10	\$	22,00
Galleta circus fresa	20	Funda	12 Unidades	\$	1,10	\$	22,00
TOTALES				\$	32,30	\$	454,00

Nota. Se aprecian los dulces por su cantidad requerida.

LICORES

Tabla 27 *Licores.*

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES	PRECIO	COSTO MENSUAL
Cerveza Heineken	7 caja	24 Unidades	\$ 34,99	\$ 244,93
Cerveza corona extra	7 caja	24 Unidades	\$ 34,99	\$ 244,93
Cerveza Amstel Lata	7 caja	24 Unidades	\$ 24,50	\$ 171,50
Santo mojito clásico 750ml	10 unidad	1 Unidades	\$ 12,10	\$ 121,00
Santa Margarita Fresa 750ml	10 unidad	1 Unidades	\$ 11,00	\$ 110,00
Ron Don castelo 750ml	10 unidad	1 Unidades	\$ 3,00	\$ 30,00
Ron Flor de caña 7 años 750ml	10 unidad	1 Unidades	\$ 18,00	\$ 180,00
TOTALES			\$ 138,58	\$ 1.102,36

Nota. Se aprecian los licores por cantidad requerida.

CAFETERÍA

Tabla 28 *Cafetería.*

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES	PRECIO	COSTO MENSUAL
Café Buen día 340gr	3 caja	6 unidades	\$ 90,88	\$ 272,64
Café Buen día 50gr	3 caja	24 unidades	\$ 90,88	\$ 272,64
Café buen día tira x12	5 caja	144 unidades	\$ 60,37	\$ 301,85
Café minerva clásico 100gr	5 caja	10 unidades	\$ 90,00	\$ 450,00
Café nescafe doy pack 25gr	5 caja	75 unidades	\$ 56,25	\$ 281,25
Café nescafe tradición 10gr	5 caja	425 unidades	\$ 127,50	\$ 637,50
TOTALES			\$ 515,88	\$ 2215,88

Nota. Se aprecian los productos de cafetería por su cantidad requerida.

NÓMINA DE EMPLEADOS

Tabla 29 Nómina de empleados.

CARGO PERSONAL	REMUNERACIÓN MENSUAL	BENEFICIOS SOCIALES						
		13er S.	14to S.	VACACIONES	FONDO DE RESERVA 8,33%	APORTE PATRONAL 11,15%	APORTE PERSONAL IESS 9,45%	REMUNERACIÓN MES
Gerente	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 35,42	\$ 29,17	\$ 58,31	\$ 78,05	\$ 66,15	\$ 959,28
Secretaria	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 20,83	\$ 41,65	\$ 55,75	\$ 47,25	\$ 695,32
Vendedor 1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 35,40	\$ 47,39	\$ 40,16	\$ 596,33
Vendedor 2	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 35,40	\$ 47,39	\$ 40,16	\$ 596,33
TOTAL	\$ 2.050,00	\$ 170,83	\$ 141,67	\$ 85,42	\$ 170,77	\$ 228,58	\$ 193,73	\$ 2.847,26

Nota. Se visualiza la nomina de empleados de la empresa.

Para el coste del producto se requiere de los siguientes datos

Tabla 30 Costo de producto.

COSTOS GENERALES	
Mercadería	\$ 19.935,55
Servicios Básicos	\$ 275,00
Depreciación	\$ 260,25
Útiles de oficina	\$ 50,00
TOTAL, COSTOS GENERALES	\$ 20.520,80

ESTADO DE COSTO PRODUCTO TERMINADO Y VENDIDO	
Nómina de empleados operativos	\$ 1.121,86
Nómina de empleados administrativos	\$ 1.554,63
Costos Generales	\$ 20.520,80
TOTALES	\$ 23.197,29

Nota. Se visualizan el costo de adquisición de la mercadería y de más mercadería.

Mediante la misma obtendremos el coste del producto unitario, en donde se establece un margen de utilidad del 10% para cada producto:

Tabla 31 Precio de cada producto.

PRODUCTO	CANTIDAD REQUERIDA	UNIDADES	%	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD DE 15%
ALIMENTOS					
Carne	15 Canasta	50 Libras	3,2%	\$ 0,98	\$ 1,08
Pollo	15 Canasta	50 Libras	3,2%	\$ 0,98	\$ 1,08
Col	10 Bultos	125 Unidades	1,1%	\$ 0,20	\$ 0,22
Yuca	13 Saco	65 Libras	0,8%	\$ 0,23	\$ 0,25
Lechuga	20 Cajas	10 Unidades	0,3%	\$ 0,39	\$ 0,43
Pimiento	20 Saco	65 Libras	1,1%	\$ 0,20	\$ 0,22
Tomate Riñón	20 Cajas	44 Libras	0,8%	\$ 0,22	\$ 0,24
Zanahoria	15 Saco	60 Libras	0,8%	\$ 0,20	\$ 0,22
Papa	15 Quintal	100 Libras	0,9%	\$ 0,15	\$ 0,16
Cebolla	12 Malla	100 Libras	0,8%	\$ 0,15	\$ 0,16
Queso Duro	15 Canasta	50 Libras	2,5%	\$ 0,78	\$ 0,86
Queso Fresco	15 Canasta	50 Libras	1,9%	\$ 0,59	\$ 0,65
Leche El Ordeño	25 Cajas	12 Unidades	0,9%	\$ 0,71	\$ 0,78
Yogurt Zuu Funda Fresa	20 Cajas	5 Unidades	0,6%	\$ 1,34	\$ 1,47
Yogurt Zuu Funda Durazno	20 Cajas	5 Unidades	0,6%	\$ 1,34	\$ 1,47
Yogurt Zuu Funda Mango	20 Cajas	5 Unidades	0,6%	\$ 1,34	\$ 1,47
Mandarina	15 Cajas	20 Libras	0,4%	\$ 0,34	\$ 0,38
Manzana	19 Cajas	44 Libras	1,6%	\$ 0,44	\$ 0,49
Maracuyá	19 Cajas	40 Libras	1,0%	\$ 0,29	\$ 0,32
Mora	16 Balde	14 Libras	0,8%	\$ 0,84	\$ 0,92
Naranja	12 Cajas	55 Libras	1,0%	\$ 0,36	\$ 0,39
Maíz	20 Saco	80 Libras	1,8%	\$ 0,26	\$ 0,28
Avena	20 Bultos	50 Libras	1,7%	\$ 0,40	\$ 0,44
Arveja Tierna en vaina	15 Cajas	33 Libras	0,8%	\$ 0,36	\$ 0,40
Manteca los 3 chanchitos 290gr	25 Cajas	24 Unidades	2,0%	\$ 0,76	\$ 0,83

Manteca los 3 chanchitos 200gr	25 Cajas	24 Unidades	1,0%	\$ 0,38	\$ 0,42
Aceite vegetal por litro	30 Cajas	12 Unidades	3,7%	\$ 2,39	\$ 2,63
Sardina Isabel	25 Cajas	24 Unidades	3,7%	\$ 1,43	\$ 1,57
Atún Cardinal	25 Cajas	48 Unidades	4,3%	\$ 0,82	\$ 0,90
Azúcar	20 Quintal	100 Libras	3,0%	\$ 0,35	\$ 0,39
Sal Cris-Sal 1/2KG	20 Bultos	50 Unidades	1,4%	\$ 0,34	\$ 0,37
Arroz	25 Quintal	100 Libras	3,5%	\$ 0,32	\$ 0,36
Huevos	20 Cubeta	30 Unidades	0,3%	\$ 0,10	\$ 0,11
Harina	15 Arroba	25 Libras	0,7%	\$ 0,42	\$ 0,46
ESPECIAS					
Ají picante peruano molido 1 libra	3 Arroba	25 Libras	0,8%	\$ 2,48	\$ 2,73
Ajinomoto Rojo 180gr	15 Paquete	100 Unidades	0,1%	\$ 0,02	\$ 0,02
Ajo en pasta condimensa botella 300gr	10 Caja	16 Unidades	0,6%	\$ 0,87	\$ 0,95
Aliño condimensa botella 500gr	10 Caja	15 Unidades	0,8%	\$ 1,27	\$ 1,40
Canela molida condimensa funda 100gr	15 Caja	25 Unidades	4,1%	\$ 2,52	\$ 2,77
Comino molido condimensa frasco 50gr	15 Caja	16 Unidades	0,9%	\$ 0,88	\$ 0,97
Cilantro condimensa frasco 15gr	10 Caja	16 Unidades	0,6%	\$ 0,83	\$ 0,92

Chimichurri Ile botella 530gr	10 Caja	24 Unidades	1,6%	\$ 1,58	\$ 1,74
Doña criollita 7,5gr	7 Caja	132 Unidades	0,5%	\$ 0,12	\$ 0,13
Cubo Maggi gallina 80gr	7 Caja	14 Unidades	0,7%	\$ 1,57	\$ 1,72
La Sazón Maggi Doy pack 1000gr	5 Caja	12 Unidades	1,2%	\$ 4,81	\$ 5,29

LIMPIEZA PERSONAL

Cepillo dental blendax adulto	5 Caja	144 Unidades	1,8%	\$ 0,57	\$ 0,62
Cepillo dental blendy infantil	5 Caja	144 Unidades	1,8%	\$ 0,57	\$ 0,62
Crema dental blendax full menta 82gr	3 Caja	144 Unidades	1,4%	\$ 0,77	\$ 0,84
SH Family anticaspa Doypack 970ml	10 Caja	12 Unidades	1,1%	\$ 2,16	\$ 2,38
SH Family henna y aza. Doypack 970ml	10 Caja	12 Unidades	1,1%	\$ 2,16	\$ 2,38
SH angelino avena y miel 500gr	7 Caja	12 Unidades	1,0%	\$ 2,78	\$ 3,06
acondi. savital COLAGENO 530ml	10 Caja	12 Unidades	2,9%	\$ 5,53	\$ 6,08
Acondi. savital biotina y sábila 530ml	10 Caja	12 Unidades	2,9%	\$ 5,53	\$ 6,08

Desodorante H Dove rollon 50ml	10 Caja	12 Unidades	1,2%	\$ 2,35	\$ 2,59
Desodorante M Dove rollon 50ml	10 Caja	12 Unidades	1,1%	\$ 2,06	\$ 2,26
Jabón Family 300gr	10 Caja	24 Unidades	0,9%	\$ 0,87	\$ 0,96

ARTÍCULOS DE
LIMPIEZA

Desinfectante estrella limpia 900ml	4 Caja	12 Unidades	0,3%	\$ 1,68	\$ 1,85
Cloro estrella 1 litro	4 Caja	12 Unidades	0,2%	\$ 0,92	\$ 1,01
Clorox ajax jumbo sachet 300ml	7 Caja	50 Unidades	0,3%	\$ 0,23	\$ 0,25
Desinfectante fabuloso sachet floral	4 Caja	144 Unidades	0,7%	\$ 0,30	\$ 0,33
Detergente ales ultraklin 600gr	5 Bulto	20 Unidades	0,3%	\$ 0,76	\$ 0,84
Deter. Liquido perla bebe algodón 300ml	5 Caja	12 Unidades	0,3%	\$ 0,98	\$ 1,08
Deter. liquido perla bebe junior manzana 300ml	5 Caja	12 Unidades	0,2%	\$ 0,91	\$ 1,01

DULCES

Agogo Menta	20 caja	15 Unidades	0,2%	\$ 0,19	\$ 0,21
American chupete coqueiro	15 funda	24 Unidades	0,1%	\$ 0,06	\$ 0,07
American chupete fresa	15 funda	24 Unidades	0,1%	\$ 0,06	\$ 0,07
Amor chocolate	15 funda	8 Unidades	0,1%	\$ 0,22	\$ 0,24
Amor fresa	15 funda	8 Unidades	0,1%	\$ 0,22	\$ 0,24

Nucita Crema	10 caja	12 Unidades	0,1%	\$	0,14	\$	0,15
Galleta Orbita	20 caja	7 Unidades	0,1%	\$	0,11	\$	0,12
Grisly gusano	10 caja	12 Unidades	0,1%	\$	0,24	\$	0,26
Mini jet chocolate	15 funda	50 Unidades	0,3%	\$	0,09	\$	0,10
Galleta circus pinta lengua	15 funda	12 Unidades	0,1%	\$	0,09	\$	0,10
Rellenita Choco vainilla	20 funda	8 Unidades	0,1%	\$	0,13	\$	0,15
Kinder barra chocolate	10 caja	24 Unidades	0,4%	\$	0,35	\$	0,38
Galleta circus chocolate	20 funda	12 Unidades	0,1%	\$	0,09	\$	0,10
Galleta circus fresa	20 funda	12 Unidades	0,1%	\$	0,09	\$	0,10

LICORES

Cerveza Heineken	7 caja	24 Unidades	1,0%	\$	1,43	\$	1,57
Cerveza corona extra	7 caja	24 Unidades	1,0%	\$	1,43	\$	1,57
Cerveza Amstel Lata	7 caja	24 Unidades	0,7%	\$	1,00	\$	1,10
Santo mojito clásico 750ml	10 unidad	1 Unidades	0,5%	\$	11,84	\$	13,02
Santa Margarita Fresa 750ml	10 unidad	1 Unidades	0,5%	\$	10,76	\$	11,84
Ron Don Castelo 750ml	10 unidad	1 Unidades	0,1%	\$	2,94	\$	3,23
Ron Flor de caña 7 años 750ml	10 unidad	1 Unidades	0,8%	\$	17,61	\$	19,37

CAFÉ

Café Buen día 340gr	3 caja	6 unidades	1,2%	\$	14,82	\$	16,30
---------------------	--------	------------	------	----	-------	----	-------

Café Buen día 50gr	3 caja	24 unidades	1,2%	\$ 3,71	\$ 4,08
Café buen día tira x12	5 caja	144 unidades	1,3%	\$ 0,41	\$ 0,45
Café minerva clasico 100gr	5 caja	10 unidades	1,9%	\$ 8,81	\$ 9,69
Café nescafe doypack 25gr	5 caja	75 unidades	1,2%	\$ 0,73	\$ 0,81
Café nescafe tradicion 10gr	5 caja	425 unidades	2,7%	\$ 0,29	\$ 0,32
TOTAL			100%	\$ 146,31	\$ 160,94

Nota. Los productos tienen un margen de ganancias del 15%.

6.2.Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	CANTIDAD	USD	INGRESOS
INGRESO	0	0	COSTO FIJO
	14.270,00	\$ 25.517,02	COSTO TOTAL
COSTO FIJO	-	\$ 3.261,74	P.E.
	14.270,00	\$ 3.261,74	
COSTO TOTAL	-	\$ 3.261,74	\$ 306.204,25
	14.270,00	\$ 23.197,29	514.548,00
PE	-	0	
	8.339,21	\$ 14.911,83	

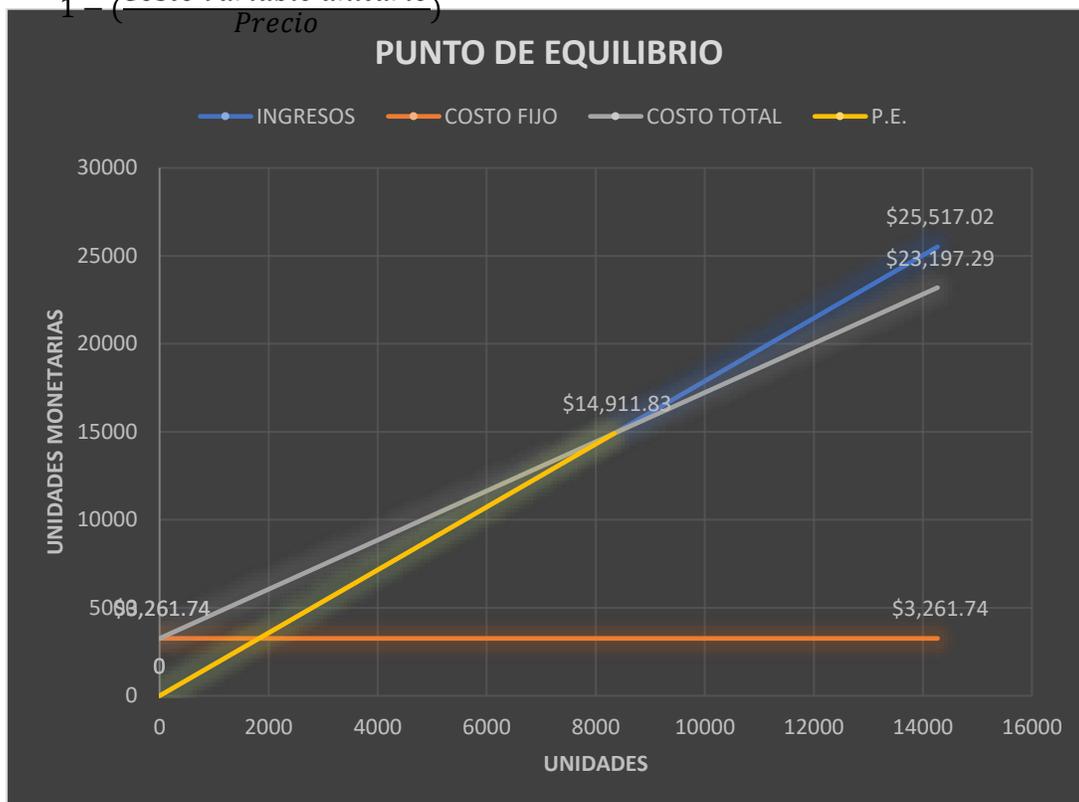
Costo fijo	\$ 3.261,74
Costo variable	\$ 19.935,55
Precio	\$ 160,94
Costo variable unitario	\$ 125,73

Cantidad de productos	90	
Cantidad de productos total	42.879,00	
Promedio de precios	\$ 1,79	
Promedio de productos	13,04	
Promedio de prod. T.	41,71	
Punto de equilibrio en unidades	92,66	8.339,14

$$P.Eq = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$$

Punto de equilibrio en dólares	\$ 14.911,83
--------------------------------	--------------

$$P.E\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Precio}} \right)}$$



Nota Se aprecia el punto de equilibrio

6.3. Estructura de costos y gastos

Al ser una empresa comercial, los costos y gastos están estructurados de una manera similar, aunque no tenga costos indirectos de fabricación, materia prima y mano de obra, destacan los costos en mercadería, los gastos de depreciación y las nóminas de los empleados de la siguiente manera:

Costo de mercadería

Tabla 32 Costos de mercadería, servicios básicos y útiles de oficina.

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	TOTAL ANUAL
Productos alimenticios	\$12.480,20	\$ 149.762,40
Condimentos y especias	\$ 2.824,52	\$ 33.894,24
Artículos de limpieza personal	\$ 4.051,06	\$ 48.612,72
Artículos de limpieza	\$ 579,77	\$ 6.957,24
Dulces	\$ 454,00	\$ 5.448,00
Licores	\$ 1.102,36	\$ 13.228,32
Café	\$ 2.215,88	\$ 26.590,56
TOTAL	\$23.707,79	\$ 284.493,48

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	TOTAL, ANUAL
Teléfono	\$ 30,00	\$ 360,00
Internet	\$ 50,00	\$ 600,00
Energía eléctrica	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Agua	\$ 75,00	\$ 900,00
Útiles de oficina	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL	\$ 325,00	\$ 3.900,00

Nota. Se aprecian los costos que inciden en el producto.

Tabla 33 Tabla de depreciación.

TABLA DE DEPRECIACIÓN				
DETALLE	VALOR	PORCENTAJE	DEPRECIACIÓN ANUAL	MENSUAL
Edificio	\$ 9.000,00	5%	\$ 450,00	\$ 37,50
Muebles y encerados	\$ 2.630,00	10%	\$ 263,00	\$ 21,92

Maquinaria	\$ 9.500,00	10%	\$ 950,00	\$ 79,17
Equipo de computación	\$ 4.350,00	33%	\$ 1.450,00	\$ 120,83
Equipo de oficina	\$ 100,00	10%	\$ 10,00	\$ 0,83
TOTAL			\$ 3.123,00	\$ 260,25

Nota. Se visualizan la depreciación de los activos fijos.

Cabe recalcar que los valores de la depreciación se toman en consideración para la obtención del precio óptimo de cada producto, dicho precio conta con un margen de utilidad que refleja la solvencia y ganancia del establecimiento.

Tabla 34 Nómina de empleados.

CARGO PERSONAL	REMUNERACIÓN MENSUAL	BENEFICIOS SOCIALES							REMUNERACIÓN MES
		13er S.	14to S.	VACACIONES	FONDO DE RESERVA 8,33%	APORTE PATRONAL 11,15%	APORTE PERSONAL IESS 9,45%		
Gerente	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 35,42	\$ 29,17	\$ 58,31	\$ 78,05	\$ 66,15	\$ 959,28	
Secretaria	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 20,83	\$ 41,65	\$ 55,75	\$ 47,25	\$ 695,32	
Vendedor 1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 35,40	\$ 47,39	\$ 40,16	\$ 596,33	
Vendedor 2	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 35,40	\$ 47,39	\$ 40,16	\$ 596,33	
TOTAL	\$ 2.050,00	\$ 170,83	\$ 141,67	\$ 85,42	\$ 170,77	\$ 228,58	\$ 193,73	\$ 2.847,26	

Nota. La nómina de empleados también incide en los costos.

6.4. Proyección de ventas

En la proyección en ventas determinamos cuantos productos se tiene que vender para cubrir los costos y gastos que inciden tanto en el producto como en las obligaciones de pago del establecimiento, además que para este caso se considera un margen de crecimiento del 10% para las ventas, y para los costos se considera un 7%, esto es debido a que el porcentaje de inflación no es fijo, más bien fluctúa entorno a las decisiones y factores macroeconómicos de la nación.

Las ventas totales son de 42.879 unidades físicas mensuales, lo que al año significa 514.548 unidades en total de todas las secciones, teniendo consigo un ingreso en el primer año de

\$306.204.25.

Tabla 35 *Proyección de ventas.*

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Ventas	\$ 306.204,25	\$ 339.304,18	\$ 373.234,60	\$ 410.558,06	\$ 451.613,87

Nota. La proyección de las ventas se le considera un 10% de crecimiento.

5.1. Plan de Inversión

Para el plan de inversión se toma en cuenta los activos fijos, las inversiones en activos diferidos y el capital de trabajo con el que se pretenden iniciar las actividades comerciales de la empresa comercial.

Inversiones en activos fijos

Tabla 36 *Inversión de activos fijos.*

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	ESTABLECIMIENTO		
1	Edificio	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
	MUEBLES Y ENCERES		
1	Escritorio	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Sillas para escritorio	\$ 80,00	\$ 80,00
40	Estanterías	\$ 50,00	\$ 2.000,00
3	Muebles cajas	\$ 100,00	\$ 300,00
	MAQUINARIA		
5	Congeladores exhibidores	\$ 1.500,00	\$ 7.500,00
20	Carritos de supermercado	\$ 100,00	\$ 2.000,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
3	Computadoras	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00
3	Impresora de facturas	\$ 250,00	\$ 750,00
	EQUIPO DE OFICINA		
2	Teléfonos	\$ 50,00	\$ 100,00
	TOTAL		\$ 25.580,00

Nota. Se visualizan el total de las inversiones de activos fijos.

Inversiones en activos diferidos

Tabla 37 *Inversión en activos diferidos.*

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COSTOS DE CONTITUCIÓN			
1	Registro de la empresa	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Patentes y Marcas	\$ 500,00	500,00
1	Software de facturación	\$ 300,00	\$ 300,00
INSTALACIONES			
60	Puntos de instalación eléctrica	\$ 6,00	\$ 360,00
230	Pintura	\$ 7,00	\$ 1.610,00
TOTAL			\$ 3.270,00

Nota. Los activos diferidos se amortizan.

Inversiones en mercadería

Tabla 38 *Inversión en mercadería.*

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	TOTAL ANUAL
Productos alimenticios	\$ 12.480,20	\$ 149.762,40
Condimentos y especias	\$ 2.824,52	\$ 33.894,24
Artículos de limpieza personal	\$ 4.051,06	\$ 48.612,72
Artículos de limpieza	\$ 579,77	\$ 6.957,24
Dulces	\$ 454,00	\$ 5.448,00
Licores	\$ 1.102,36	\$ 13.228,32
Café	\$ 2.215,88	\$ 26.590,56
TOTAL	\$ 23.707,79	\$ 284.493,48

Nota. Se visualiza toda la mercadería del establecimiento.

Otros gastos

Tabla 39 *Otros gastos.*

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	TOTAL ANUAL
Teléfono	\$ 30,00	\$ 360,00
Internet	\$ 50,00	\$ 600,00
Energía eléctrica	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Agua	\$ 75,00	\$ 900,00
Útiles de oficina	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL	\$ 325,00	\$ 3.900,00

Nota. Reflejan los gastos de servicios básicos y útiles de oficina.

El plan de inversión más los sueldos de administración de \$1.554,63 y los sueldos operacionales con un valor de \$1.121,86 sin contar los fondos de reserva, sumado a la línea de inversión vista en las tablas anteriores, se tiene un valor total de \$55.559,28.

Cabe recalcar que el capital de trabajo que constan las inversiones de mercadería, otros gastos y los sueldos administrativos y operacionales están reflejados en la línea de inversión como valores mensuales, debido a que el costo y venta del producto solventan estos gastos.

6.5.Líneas de financiamiento

Para la línea de financiamiento se tomó en consideración la asesoría de BanEcuador, en donde el crédito escogido es para medianas y pequeñas empresas, se escogió una cuota fija y el financiamiento es a 5 años con periodos de pago mensuales, el capital social es el capital propio, quedando de la siguiente manera.

Tabla 40 *Financiamiento del proyecto.*

FINANCIAMIENTO	VALOR	%
Capital social	\$ 16.667,78	30%
Financiamiento bancario	\$ 38.891,50	70%
TOTAL		
FINANCIAMIENTO	\$ 55.559,28	100%

Nota. El financiamiento bancario es del 70% y el capital social de 30%.

Cabe recalcar que la tasa de interés que se utilizó para la Amortización del crédito bancario es del 11% capitalizable mensualmente, las cuotas totales fueron mensuales, quedando un pago anual relativamente menor al que realizar los pagos anuales de manera directa.

La tabla de amortización con pagos mensuales quedaría de la siguiente manera de manera resumida:

Tabla 41 *Tabla de amortización.*

PERIODO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	DEUDA PENDIENTE
1	\$ 9.860,93	\$ 3.517,01	\$ 6.343,93	\$ 32.547,57
2	\$ 9.860,93	\$ 2.869,38	\$ 6.991,55	\$ 25.556,02
3	\$ 9.860,93	\$ 2.155,63	\$ 7.705,30	\$ 17.850,72
4	\$ 9.860,93	\$ 1.369,03	\$ 8.491,91	\$ 9.358,81
5	\$ 9.860,93	\$ 502,12	\$ 9.358,81	\$ -
TOTAL	\$ 49.304,65	\$10.413,15	\$38.891,50	

Nota. La amortización se realiza en pagos mensuales.

Con esto, un 70% de las inversiones totales son financiadas por medio de crédito bancario, y el 30% restante forma parte del capital social de la empresa.

6.6. Flujo de caja proyectado (5 años)

El flujo de caja o flujo de efectivo refleja el paso del dinero de efectivo y sus equivalentes en la empresa y sus actividades.

También es denominado cash Flow, evidencia los ingresos y egresos de dinero en efectivo en un periodo determinado o en el mismo periodo, además da a conocer el estado de la empresa, es decir si hay existencia de superávit o déficit. (Vásquez Burguillo, 2015)

Tabla 42 *Flujo de caja proyectado.*

ACTIVIDADES OPERACIONALES	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Ventas		\$ 306.204,25	\$ 339.304,18	\$ 373.234,60	\$ 410.558,06	\$ 451.613,87
Costo de Ventas		\$ 243.126,60	\$ 260.145,46	\$ 278.355,64	\$ 297.840,54	\$ 318.689,38
Gastos de Administración		\$ 18.655,60	\$ 20.847,88	\$ 21.890,27	\$ 22.984,78	\$ 24.134,02
Gastos de Ventas		\$ 13.462,30	\$ 15.027,56	\$ 15.778,94	\$ 16.567,88	\$ 17.396,28
FLUJO DE EFECTIVO OPERACIONAL		\$ 30.959,75	\$ 43.283,29	\$ 57.209,75	\$ 73.164,86	\$ 91.394,19
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN						
Edificio	\$ 9.000,00					
Muebles y Enceres	\$ 2.630,00					
Maquinaria	\$ 9.500,00					
Equipo de Computación	\$ 4.350,00					
Equipo de Oficina	\$ 100,00					
Constitución de la Empresa	\$ 1.300,00					
Instalaciones	\$ 1.970,00					
FLUJO DE EFECTIVO DE INVERSIÓN	\$ 28.850,00					
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
Aporte Capital	\$ 16.667,78					
Crédito Bancario	\$ 38.891,50					
Gasto de interés		\$ 3.517,01	\$ 2.869,38	\$ 2.155,63	\$ 1.369,03	\$ 502,12
Abono Capital		\$ 6.343,93	\$ 6.991,55	\$ 7.705,30	\$ 8.491,91	\$ 9.358,81
Pago impuesto y Participación T.			\$ 9.466,30	\$ 14.654,76	\$ 20.510,85	\$ 27.787,53
FLUJO DE EFECTIVO DE FINANCIAMIENTO	\$ 55.559,28	\$ 9.860,93	\$ 19.327,23	\$ 24.515,69	\$ 30.371,78	\$ 37.648,46
FLUJO DE EFECTIVO DEL EFECICIO	\$ 26.709,28	\$ 21.098,82	\$ 23.956,06	\$ 32.694,06	\$ 42.793,08	\$ 53.745,73

FLUJO DE EFECTIVO ANTERIOR		\$ 26.709,28	\$ 47.808,10	\$ 71.764,16	\$ 104.458,22	\$ 147.251,29
NUEVO VALOR DE CAJA	\$ 26.709,28	\$ 47.808,10	\$ 71.764,16	\$ 104.458,22	\$ 147.251,29	\$ 200.997,02

Nota. El flujo de caja refleja las entradas y dinero de efectivo en la empresa.

El periodo “0” se lo toma en consideración, debido a que es el inicio de todo, en este periodo se ven reflejadas las actividades de inversión y de financiamiento, en los demás periodos se reflejan las actividades operacionales y las actividades de financiamiento. Las actividades operacionales reflejan lo hecho en el año como las ventas y costo de ventas, esto se lo ve reflejado en el estado de resultado de la empresa. En las actividades de financiamiento se reflejan los pagos de la amortización y pago de impuestos y participación a trabajadores, se toma en consideración para el nuevo valor de caja el flujo de efectivo del año anterior.

6.7.Estado de resultados proyectados (5 años)

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias refleja las actividades en ventas y obligaciones de la empresa, recordemos que las ventas es una de las fuentes de ingreso de dinero en la empresa, más que todo en las empresas comerciales.

Este informe financiero refleja los ingresos y egresos que ha tenido una organización en un periodo determinado. (Sevilla Arias, 2014)

Tabla 43 Estado de resultado proyectado.

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Ventas	\$ 306.204,25	\$ 339.304,18	\$ 373.234,60	\$ 410.558,06	\$ 451.613,87
Costo de ventas	\$ 243.126,60	\$ 260.145,46	\$ 278.355,64	\$ 297.840,54	\$ 318.689,38
UTILIDAD BRUTA	\$ 63.077,65	\$ 79.158,72	\$ 94.878,96	\$ 112.717,52	\$ 132.924,49
Gastos Administrativos	\$ 18.655,60	\$ 20.847,88	\$ 21.890,27	\$ 22.984,78	\$ 24.134,02
Gastos de Depreciación	\$ 3.123,00	\$ 3.123,00	\$ 3.123,00	\$ 1.673,00	\$ 1.673,00
Gastos de Amortización	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00
Gastos de Ventas	\$ 13.462,30	\$ 15.027,56	\$ 15.778,94	\$ 16.567,88	\$ 17.396,28
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO E INTERESES	\$ 27.182,75	\$ 39.506,29	\$ 53.432,75	\$ 70.837,86	\$ 89.067,19
Gastos de Financiamiento	\$ 3.517,01	\$ 2.869,38	\$ 2.155,63	\$ 1.369,03	\$ 502,12
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PART.T.	\$ 23.665,74	\$ 36.636,91	\$ 51.277,12	\$ 69.468,83	\$ 88.565,07
Impuestos 25%	\$ 5.916,44	\$ 9.159,23	\$ 12.819,28	\$ 17.367,21	\$ 22.141,27
Participación trabajadores	\$ 3.549,86	\$ 5.495,54	\$ 7.691,57	\$ 10.420,32	\$ 13.284,76
UTILIDAD RETENIDA	\$ 14.199,45	\$ 21.982,15	\$ 30.766,27	\$ 41.681,30	\$ 53.139,04

Nota. El estado de resultado proyectado en el año 2 se le consideran los fondos de reserva de los empleados.

En el primer periodo, la nómina de empleados no tiene fondos de reserva, debido que estos son pagados al cumplir un año, en el segundo periodo en adelante se toma en consideración los fondos de reserva, un crecimiento del 10% para las ventas y un crecimiento en gastos del 7%, estop es debido a que la tasa de inflación fluctúa ante decisiones gubernamentales y factores macroeconómicos.

6.8.Estado de situación financiera proyectado (5 años)

El estado de situación financiera refleja los activos y los pasivos de una organización, los activos es todo con lo que cuenta la empresa, mientras que los pasivos son las obligaciones de esta.

Refleja la situación de índole patrimonial de una empresa en un momento determinado constando de activos y pasivos.

(Domínguez Avila, 2004)

Tabla 44 Estado de situación financiera proyectado.

	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja	\$26.709,28	\$ 47.808,10	\$ 71.764,16	\$104.458,22	\$ 147.251,29	\$ 200.997,02
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$26.709,28	\$ 47.808,10	\$ 71.764,16	\$104.458,22	\$ 147.251,29	\$ 200.997,02
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
Edificio	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
Muebles y encerres	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00
Maquinaria	\$ 9.500,00	\$ 9.500,00	\$ 9.500,00	\$ 9.500,00	\$ 9.500,00	\$ 9.500,00
Equipo de computación	\$ 4.350,00	\$ 4.350,00	\$ 4.350,00	\$ 4.350,00	\$ 4.350,00	\$ 4.350,00
Equipo de oficina	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Depreciación acumulada		\$ 3.123,00	\$ 6.246,00	\$ 9.369,00	\$ 11.042,00	\$ 12.715,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$25.580,00	\$ 22.457,00	\$ 19.334,00	\$ 16.211,00	\$ 14.538,00	\$ 12.865,00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Constitución de la empresa	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Instalaciones	\$ 1.970,00	\$ 1.970,00	\$ 1.970,00	\$ 1.970,00	\$ 1.970,00	\$ 1.970,00
Amortización acumulada		\$ 654,00	\$ 1.308,00	\$ 1.962,00	\$ 2.616,00	\$ 3.270,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 3.270,00	\$ 2.616,00	\$ 1.962,00	\$ 1.308,00	\$ 654,00	\$ -

TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$28.850,00	\$ 25.073,00	\$ 21.296,00	\$ 17.519,00	\$ 15.192,00	\$ 12.865,00
TOTAL ACTIVOS	\$55.559,28	\$ 72.881,10	\$ 93.060,16	\$121.977,22	\$162.443,29	\$ 213.862,02
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Participación trabajadores		\$ 3.549,86	\$ 5.495,54	\$ 7.691,57	\$ 10.420,32	\$ 13.284,76
Pago impuesto a la renta		\$ 5.916,44	\$ 9.159,23	\$ 12.819,28	\$ 17.367,21	\$ 22.141,27
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 9.466,30	\$ 14.654,76	\$ 20.510,85	\$ 27.787,53	\$ 35.426,03
PASIVOS NO CORRIENTES						
Crédito bancario	\$38.891,50	\$ 32.547,57	\$ 25.556,02	\$ 17.850,72	\$ 9.358,81	\$ -
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$38.891,50	\$ 32.547,57	\$ 25.556,02	\$ 7.850,72	\$ 9.358,81	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$38.891,50	\$ 42.013,87	\$ 40.210,78	\$ 38.361,57	\$ 37.146,35	\$ 35.426,03
PATRIMONIO						
Capital social	\$16.667,78	\$ 16.667,78	\$ 16.667,78	\$ 16.667,78	\$ 16.667,78	\$ 16.667,78
Utilidad retenida		\$ 14.199,45	\$ 21.982,15	\$ 30.766,27	\$ 41.681,30	\$ 53.139,04
Utilidad retenida de periodos anteriores			\$ 14.199,45	\$ 36.181,59	\$ 66.947,86	\$ 108.629,16
TOTAL PATRIMONIO	\$16.667,78	\$ 30.867,23	\$ 52.849,38	\$ 83.615,65	\$ 125.296,95	\$ 178.435,99
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$55.559,28	\$ 72.881,10	\$ 93.060,16	\$121.977,22	\$ 162.443,29	\$ 213.862,02

Nota. El estado de situación financiera refleja las actividades de la empresa.

7. Evaluación financiera

La evaluación financiera es imprescindible al momento de tomar una decisión formidable en las empresas, si es buena idea invertir en ella o no, eso es tomado a base de los flujos de fondos netos, a diferencia de los flujos de caja, el flujo de fondos nos permite visualizar aspectos como la inversión total o inversión inicial en el periodo cero, en los siguientes periodos se toman las utilidades netas, la depreciación, la amortización y el pago del préstamo.

7.1.VAN

De acuerdo con Velaos Morales (2014) afirma que “el valor actual neto es un criterio que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar”.

Entonces, el valor actual neto recoge el valor de los flujos de fondos y lo traslada al tiempo actual, el dinero a través del tiempo tiene un valor, se lo llama capital al valor presente y monto al valor futuro; en pocas palabras el valor actual neto convierte el monto en capital para evaluar nuestro flujo de fondos netos.

Para realizar el VAN necesitamos de una tasa de descuento o también llamada WAAC (Weighted Average Cost of Capital), el cual es el costo promedio ponderado del capital.

Para ello necesitaremos la tasa de riesgo del accionista, la cual se toma en consideración la tasa de inflación anual, tasa sin riesgo y la tasa de riesgo país. La tasa de inflación anual está considerada en la INEC con un porcentaje de 1.94%; la tasa sin riesgo es la rentabilidad que se obtiene al invertir en un activo y para este caso está en un 1.55%, de acuerdo con el Banco central del Ecuador la tasa de riesgo del país está en un 8.34%.

Tabla 45 *Cálculo de la tasa de riesgo del accionista.*

CÁLCULO DE LA TASA DE RIESGO DEL ACCIONISTA

Tasa de inflación anual	1,94%
Tasa sin riesgo	1,55%
Tasa de riesgo país	8,34%
TMAR DEL ACCIONISTA	11,83%

Nota. Se toma en consideración 3 tasas.

Se obtiene la tasa mínima atractiva de retorno de la inversión, en donde se toma en consideración las fuentes de financiamiento, tanto el capital social como el financiamiento, el TMAR de accionistas y la tasa de interés de la amortización.

Tabla 46 Tasa mínima atractiva de retorno.

TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR DE LA INVERSIÓN)					
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO TOTAL	VALOR ESPERADO	COSTO (%)	FACTOR DE PONDERACIÓN	PONDERACIÓN (%)
Accionistas	\$ 16.667,78	\$ 1.971,80	11,83%	30%	3,55%
Préstamo Bancario	\$ 38.891,50	\$ 3.795,81	9,76%	70%	6,83%
TOTAL	\$ 55.559,28			100%	10,38%

Nota. Se toma en consideración el aporte de los accionistas y el financiamiento bancario.

Posteriormente, se toma lo siguiente para el cálculo del WACC

Tabla 47 Datos para el cálculo del WAAC.

TASA CÁLCULO WAAC	
TMAR	11,83%
We	30%
Wd	70%
i	9,76%
T	10,38%

Nota. Los datos se lo consideran para una fórmula.

Se considera la siguiente fórmula:

$$(TMAR * We) + [Wd * (1 - T) * i]$$

Donde:

TMAR: Tasa mínima atractiva de retorno de accionistas.

We: porcentaje de financiamiento de accionista o capital social.

Wd: porcentaje de financiamiento por crédito bancario.

i: tasa de interés de la amortización

T: Tasa mínima atractiva de retorno de la inversión

$(11.83\% * 30\%) + [70\% * (1 - 10.38\%) * 9.76\%]$

9.67% es la tasa de descuento.

Tabla 48 Flujo de fondos netos.

FLUJO DE FONDOS NETOS						
Rubros	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		\$ 14.199,45	\$21.982,15	\$ 30.766,27	\$ 41.681,30	\$ 53.139,04
(+)Depreciación		\$ 3.123,00	\$ 3.123,00	\$ 3.123,00	\$ 1.673,00	\$ 1.673,00
(+)Amort. de activos diferidos		\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00
(-)Costo de inversión fija	\$ 28.850,00					
(-)Capital de trabajo	\$ 26.709,28					
(-)Pago del capital (amortización) Prestamo		\$ 6.343,93	\$ 6.991,55	\$ 7.705,30	\$ 8.491,91	\$ 9.358,81
Flujo de fondos Netos	\$ -55.559,28	\$ 11.632,52	\$18.767,59	\$ 26.837,97	\$ 35.516,39	\$ 46.107,23

Nota. Se consideran los flujos de fondos netos para el VAN y TIR.

Datos para el cálculo del VAN:

$$VAN = -Inversión\ inicial + \frac{FN1}{(1+I)^1} + \frac{FN2}{(1+I)^2} + \dots + \frac{FNn}{(1+I)^n}$$

$$VAN = -55.559,28 + \frac{11.632,52}{(1 + 0.0967)^1} + \frac{18.767,59}{(1 + 0.0967)^2} + \frac{26.837,39}{(1 + 0.0967)^3} + \frac{35.516,97}{(1 + 0.0967)^4} + \frac{46.107,23}{(1 + 0.0967)^5}$$

$$VAN = -55.559,28 + 10.606,67 + 15.603,39 + 20.345,35 + 24.549,88 + 44.605,95$$

$$VAN = 44.605,95$$

7.2.TIR

La tasa interna de retorno es la rentabilidad que ofrece una inversión. (Sevilla Arias, Tasa interna de retorno, 2014)

Tabla 49 Flujo de fondos netos.

FLUJO DE FONDOS NETOS						
Rubros	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		\$ 14.199,45	\$21.982,15	\$ 30.766,27	\$ 41.681,30	\$ 53.139,04
(+)Depreciación		\$ 3.123,00	\$ 3.123,00	\$ 3.123,00	\$ 1.673,00	\$ 1.673,00
(+)Amort. de activos diferidos		\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00
(-)Costo de inversión fija	\$ 28.850,00					
(-)Capital de trabajo	\$ 26.709,28					
(-)Pago del capital (amortización) Prestamo		\$ 6.343,93	\$ 6.991,55	\$ 7.705,30	\$ 8.491,91	\$ 9.358,81
Flujo de fondos Netos	\$ -55.559,28	\$ 11.632,52	\$18.767,59	\$ 26.837,97	\$ 35.516,39	\$ 46.107,23

Nota. Se consideran los flujos de fondos netos para el VAN y TIR.

En la hoja de cálculo de Excel es un trabajo sencillo, y el valor de la TIR es exacto, mientras que el cálculo de manera manual es un valor aproximado, en Excel se toma en consideración la función TIR, en donde se toma dos tasas de descuento mayor al que utilizamos, esto se lo realiza

con la formula del VAN.

La primera tasa será del 30%

$$VAN = -Inversión\ inicial + \frac{FN1}{(1+I)^n} + \frac{FN2}{(1+I)^n} + \dots + \frac{FNn}{(1+I)^n}$$

$$VAN = -55.559,28 + \frac{11.632,52}{(1+0.3)^1} + \frac{18.767,59}{(1+0.3)^2} + \frac{26.837,39}{(1+0.3)^3} + \frac{35.516,97}{(1+0.3)^4} + \frac{46.107,23}{(1+0.3)^5}$$

$$VAN = -55.559,28 + 8.948,09 + 11.105,08 + 12.215,74 + 12.435,28 + 12.418,02$$

$$VAN = 1.562,93$$

La segunda tasa será del 31%

$$VAN = -Inversión\ inicial + \frac{FN1}{(1+I)^n} + \frac{FN2}{(1+I)^n} + \dots + \frac{FNn}{(1+I)^n}$$

$$VAN = -55.559,28 + \frac{11.632,52}{(1+0.31)^1} + \frac{18.767,59}{(1+0.31)^2} + \frac{26.837,39}{(1+0.31)^3} + \frac{35.516,97}{(1+0.31)^4}$$

$$+ \frac{46.107,23}{(1+0.31)^5}$$

$$VAN = -55.559,28 + 8.879,79 + 10.936,19 + 11.938,12 + 12.059,90 + 11.951,23$$

$$VAN = 205,94$$

Luego se deben igualar los resultados de la siguiente manera

$$\frac{30 - 31}{1.562,93 - (205,94)} = \frac{30 - TIR}{1.562,93 - 0}$$

$$\frac{-1}{1.356,99} = \frac{30 - TIR}{1.562,93}$$

$$\frac{-1.562,93}{1.356,99} = 30 - TIR$$

$$\frac{-1.562,93}{1.356,99} - 30 = -TIR$$

$$-31.151762 = -TIR$$

$$TIR = 31.1517\%$$

Cabe recalcar que el método que se utilizó para obtener la tasa de descuento fue el método de tanteo, en este caso se acepta el proyecto.

En Excel, se utiliza funciones para determinar la tasa interna de retorno la cual es denominada como TIR, se selecciona la inversión inicial y este debe tener un signo negativo para no arrojar errores, y se seleccionan los flujos netos. Mayormente, la tasa interna de retorno oscila entre 35% para ser aceptada, la realidad es que un negocio no puede tener una rentabilidad demasiada alta, debido a que no está en los estándares de la realidad, y si la tasa interna de retorno supera el 100% se pondrá en duda.

7.3.Relación beneficio/costo (RBC)

La relación costo beneficio es tomado como un indicador que nos da a conocer si el proyecto de inversión es o no es aceptado, se determina tomando el valor actual neto (sin considerar la inversión inicial) y el valor actual en egresos (valor de la inversión inicial), y se los divide para tener la relación costo beneficio, si es menor a 1 el proyecto no es aceptado, y si es mayor a 1 es aceptado.

Tabla 50 *Relación costo beneficio.*

RELACIÓN COSTO BENEFICIO	
VAN INGRESOS	\$100.165,23
VAN EGRESOS	\$ 55.559,28
RELACIÓN COSTO BENEFICIO	1,80

Nota. Se considera el Van en ingresos y egresos.

En conclusión, el proyecto tiene un margen de costo beneficio de 1.8, lo cual nos indica que el proyecto de inversión es aceptado.

5.2. Periodo de recuperación

Para obtener el periodo de recuperación se necesitan los flujos de fondos de cada periodo y sustraer el valor del primer periodo al de inversión inicial hasta obtener un dígito en positivo, mediante los mismo obtendremos el periodo en años, y se deberá realizar la conversión debida para obtener el tiempo exacto en donde se recupera la inversión.

Tabla 51 *Periodo de recuperación.*

AÑO	FLUJO NETO	PERIODO DE RECUPERACIÓN	TIEMPO
0	\$ -55.559,28		
1	\$ 11.632,52	\$ -43.926,76	0,937446634
2	\$ 18.767,59	\$ -25.159,17	11,24935961
3	\$ 26.837,97	\$ 1.678,81	7,480788242
4	\$ 35.516,39		
5	\$ 46.107,23		

Nota. El periodo de recuperación es alrededor de dos años.

Con esto tendremos que el periodo de recuperación es de 2 años 11 meses y 7 días.

7.4. Razones financieras

De acuerdo con Van Horne & Wachowicz (2010) “las razones financieras se utilizan para evaluar la condición financiera y el desempeño de una empresa” (pág. 135).

7.4.1. Liquidez

Como su nombre lo indica, las razones de liquides son indicadores que nos determinan la capacidad de las empresas para hacer de frente sus obligaciones a corto plazo.

Liquidez corriente

Para su ejecución necesitamos de los activos y pasivos ambos corrientes, estos son a corto plazo, de ahí que la liquidez corriente sea a corto plazo, debido a que sus movimientos son realizados en un año o menos tiempo.

mediante deuda” (pág. 140)

$$\frac{\textit{Deuda total}}{\textit{Activos totales}}$$

$$\frac{42.013,87}{72.881,10}$$

$$0,576 * 100 = 57,6\%$$

El 57,6% de los bienes de la empresa “The Muñoz” están financiados con deuda y el 42,4% de los bienes restante está financiado por los accionistas.

7.4.3. Rentabilidad

Las razones de rentabilidad son mostradas como dos tipos, una que muestra la rentabilidad en relación con las ventas, y otra que muestra la rentabilidad relacionando las inversiones.

Rentabilidad en relación con las ventas

Margen de ganancias brutas

De acuerdo con Van Horne & Wachowicz (2010) “nos da la ganancia de la empresa relativa a las ventas, después del costo de producir los bienes” (pág. 148).

$$\frac{\textit{Ventas netas} - \textit{Costo de bienes vendidos}}{\textit{Ventas netas}}$$

$$\frac{306.204,25 - 234.126,60}{306.204,25}$$

$$0,2060 * 100 = 20.6\%$$

Al tener un margen positivo, nos indica que los recursos de la empresa están siendo bien administrados, entre más se acerque a cero menor será el margen de ganancias brutas.

Margen de ganancias netas

De acuerdo con Van Horne & Wachowicz (2010) “el margen de ganancias netas es una medida de la rentabilidad de las ventas después de impuestos de la empresa tomando en consideración la utilidad neta después de los impuestos” (pág. 149)

$$\frac{\textit{Ganancia neta después de impuestos}}{\textit{Ventas netas}}$$

$$\frac{14.199,45}{306.204,25}$$

$$0,0464 * 100 = 4,64\%$$

Para este caso, la empresa “The Muñoz” el 4,64% constituyen las ganancias después de impuestos, es decir que son casi 5 centavos de venta que constituyen las ganancias.

Rentabilidad en relación con la inversión

$$\frac{\textit{Ganancia neta después de impuestos}}{\textit{Activos totales}}$$

$$\frac{14.199,45}{72.881,10}$$

$$0,1948 * 100 = 19,48\%$$

Esto nos dice que la empresa usa más activos para generar un dólar de ganancias por

concepto de ventas.

Rendimiento sobre el capital

De acuerdo con Van Horne & Wachowicz (2010) “compara la ganancia neta después de impuestos con el capital que los accionistas han invertido en la empresa” (pág. 150).

$$\frac{\textit{Ganancia neta después de impuestos}}{\textit{Capital de accionistas}}$$

$$\frac{147.199,45}{16.667,78}$$

$$0,8519 * 100 = 85,19\%$$

Esto nos quiere decir que la empresa tiene una alta capacidad de generar ganancias de la inversión de los accionistas, pero, un rendimiento alto sobre el capital supone un alto riesgo.

8. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- En la actualidad en el Ecuador la plaza de trabajo es muy baja por ello en lo investigado se pudo interpretar que el emprendimiento requerido ayudaría a los ciudadanos de Manta a tener una oportunidad de trabajo.
- Se puede concluir que dentro del estudio de mercado que se elaboró sería de manera satisfactoria para los ciudadanos que se implemente un supermercado con atención las 24 horas, porque este beneficia a las personas que tengan urgencia de algún producto a la hora que lo requiera.
- En los estados financieros se puede observar todo aquello que se va a requerir para la evaluación financiera, la cual eso nos ayuda a tener datos que son relacionados con las inversiones y los gastos que se va a obtener en la empresa.
- Esta empresa tendrá una recuperación de inversión en un tiempo limitado siempre y cuando se maneje de manera en lo que se ha plasmado en el proyecto de emprendimiento.

Recomendaciones

- Como recomendación sobre el proyecto implementado se surge que se analice muy bien los datos sobre los supermercados que existen dentro de la ciudad, porque esta busca surgir de manera en que la competencia no sea un punto de desventaja para aquello.
- Se recomienda que para alcanzar los resultados requeridos se maneje el negocio con eficiencia y mucha eficacia porque es muy necesario que se apliquen estrategias que beneficien al supermercado.
- Para que el supermercado sea líder en el mercado laboral se debe tener en cuenta

los manejos de las competencias, porque si se maneja de manera en que no beneficie se tendrán pérdidas de clientes.

- Se recomienda también que dentro del manejo laboral sea muy comunicativo y que haya conferencias para que haya una buena armonía laboral y que los empleados se sientan cómodos y trabajen con buena actitud y tengan muy buen desempeño laboral.

9. Bibliografía

Castañeda Cepeda, G. S. (2019). *Análisis del incremento del desempleo en el Ecuador, período 2014 – 2018*. Guayaquil: Guayaquil: ULVR, 2019.

Domínguez Avila, E. A. (2 de enero de 2004). *Estados de situación financiera*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/estados-de-situacion-financiera/>

(13 de Octubre 2011). *LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL PODER DE MERCADO*. Ecuador : Última Reforma: (Suplemento del Registro Oficial 899, 09-XII-2016).

Manta, G. (enero de 2022). *Gobierno Municipal del cantón Manta*. Obtenido de Gobierno Municipal del cantón Manta: <https://manta.gob.ec/>

NORMAS REGULATORIAS PARA CADENAS DE SUPERMERCADOS Y SUS PROVEEDORES . (22-feb.-2017). Ecuador : MINISTERIO COORDINADOR DE PRODUCCION, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD.

Sevilla Arias, A. (20 de noviembre de 2014). *Estado de resultado*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cuenta-de-resultados.html>

Sevilla Arias, A. (15 de julio de 2014). *Tasa interna de retorno*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Sumba-Bustamante, R. Y. (2020). *El desempleo en el Ecuador causas y consecuencias*. Ecuador :

Pol. Con. (Edición núm. 50) Vol. 5, No 10.

Van Horne, J., & Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico:

PEARSON EDUCACIÓN.

Vásquez Burguillo, R. (13 de Noviembre de 2015). *Flujo de efectivo* . Obtenido de Economipedia :

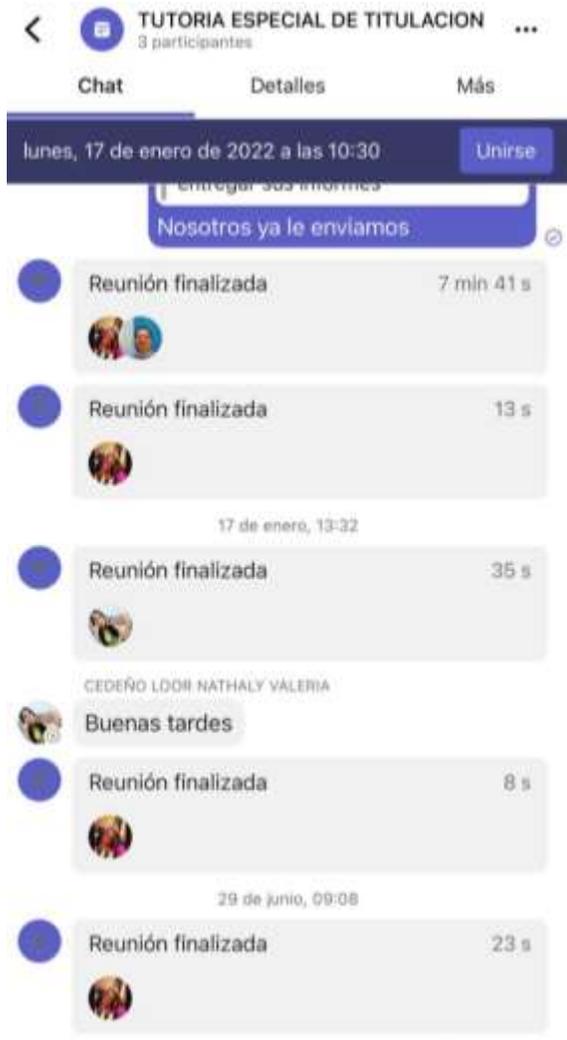
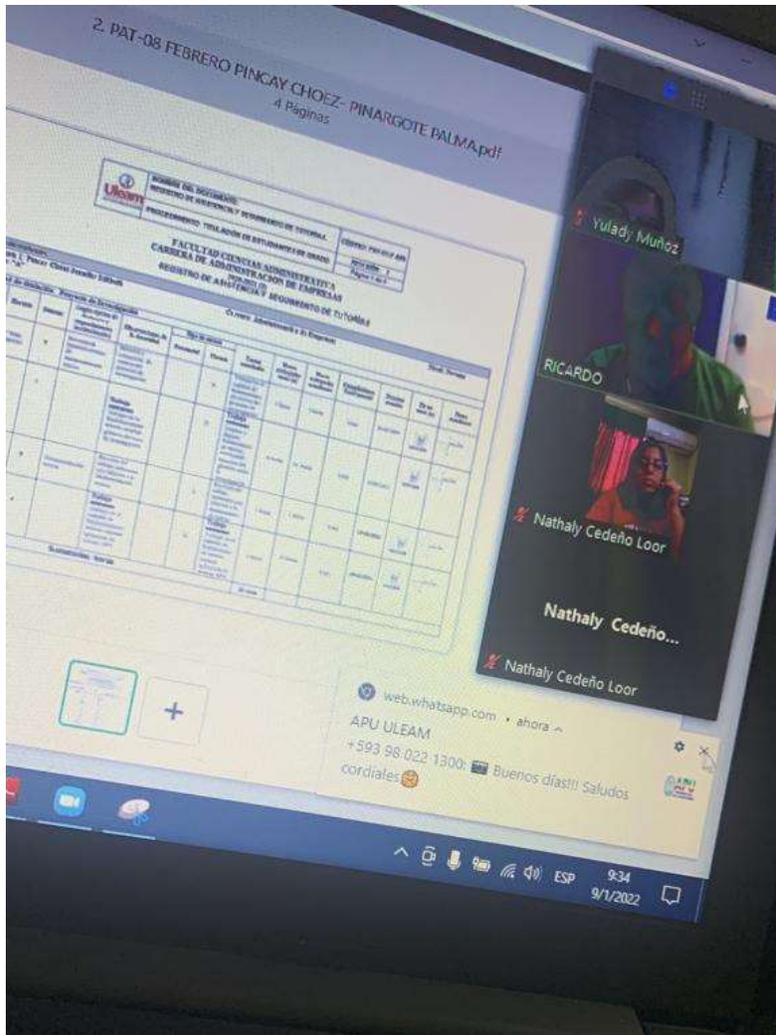
<https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-efectivo.html>

Velayos Morales, V. (15 de junio de 2014). *Valor actual neto*. Obtenido de Economipedia :

<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

10. Anexos





Encuesta elaborada en forms

4/8/22, 0:02

Encuesta para la ciudadanía de Manta.

Encuesta para la ciudadanía de Manta.

TEMA. - Factibilidad para la creación de un supermercado con atención las 24 horas en variedad de productos y servicios, ubicado en el cantón Manta.

Objetivo: Realizar un diagnóstico sobre el impacto que se obtendrá con la apertura de un supermercado en la ciudad de Manta.

Mi nombre es: Yulady Muñoz, soy estudiante del décimo semestre de la ULEAM de Manta, facultad ciencias administrativas, los datos de esta encuesta son requeridos para mi Tesis de Grado.

Instrucciones:

- Llenar la encuesta con toda la sinceridad del caso.
- Las preguntas serán analizadas de manera discreta.

* Obligatoria

1. GENERO *

- FEMENINO
- MASCULINO

2. ¿Cuántas personas integran en su familia? *

3. ¿Quién es el encargado de realizar las compras en el hogar? *

- Papá
- Mamá
- Hijos
- Otros

4. ¿Con que frecuencia usted va a un supermercado? *

- Cada semana
- Cada 15 días
- Una vez por mes

5. ¿Le gustaría que haya un supermercado céntrico? *

- SI
- NO

6. ¿Cuánto es su presupuesto para ir a un supermercado? *

- De \$20 a \$50
- De \$50 a \$75
- De \$100 a \$150

https://forms.office.com/pages/designpagev2.aspx?auth_pvr=OrgId&auth_upn=e1317929881%40lve.uleam.edu.ec&lang=es-EC&orig=OfficeD... 1/5

https://forms.office.com/pages/designpagev2.aspx?auth_pvr=OrgId&auth_upn=e1317929881%40lve.uleam.edu.ec&lang=es-EC&orig=OfficeD...

7. ¿Le gustaría encontrar un supermercado abierto las 24 horas del día? *

- SI
 NO

8. ¿Considera usted que un supermercado debe de permanecer abierto los 7 días de la semana? *

- SI
 NO

9. ¿Le gustaría encontrar variedades de productos y servicios en un solo supermercado? *

- SI
 NO

10. ¿En qué lugar prefiere usted realizar sus compras? *

- Tiendas
 Mercados
 Supermercados

11. ¿Está satisfecho con el lugar donde realiza sus compras normalmente? *

- SI
 NO

12. ¿Le gustaría que dentro del supermercado haya promociones? *

- SI
 NO

13. ¿Si dentro de la ciudad existiera un supermercado abierto las 24 horas con variedades de productos y servicios usted iría frecuentemente? *

- SI
 NO

14. ¿Para usted que característica es importante al momento de realizar sus compras para su hogar? *

- Calidad de productos
 Variedad de productos
 Precios
 Buen servicio

15. ¿Cuándo usted va de compras al supermercado, usted compra los productos necesarios? *

- SI
 NO

16. ¿Le gustaría que nuestro supermercado tenga servicios delivery? *

- SI
- NO

Este contenido no está creado ni respaldado por Microsoft. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario.

