



CARRERA EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON  
TECNOLOGIA ULTRAFRESH CON VENTAS ON LINE UBICADA EN EL SUR DEL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración  
Bancaria y Financiera.

Autora: Alicia Tatiana Carrión Padilla

Tutor: Ing. Juan Guevara Samaniego

Quito, Abril 2015

---

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y  
DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON TELA ULTRAFRESH CON VENTAS  
ONLINE UBICADO EN EL SUR DEL D.M.Q.

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente personal, auténtica y original que se han citado las fuentes correspondientes y en la ejecución del presente proyecto se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Las ideas, doctrinas, comentarios y conclusiones son de mi absoluta responsabilidad.

---

Alicia Tatiana Carrión Padilla

C.I. 1721395398

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo Alicia Tatiana Carrión Padilla alumna de la escuela de Administración Bancaria y Financiera libre y voluntaria cedo los derechos de autor de mi investigación en favor del

Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

---

Alicia Tatiana Carrión Padilla

C.I. 1721395398

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Carrión Padilla Alicia Tatiana, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "PLAN DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON TELA ULTRAFRESH CON VENTAS ONLINE HUBICADA EN EL SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO", el cual incluye la creación de una microempresa, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la empresa, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales estudio de factibilidad descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el estudio de factibilidad por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del estudio de factibilidad por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del estudio de factibilidad; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del estudio de factibilidad; d) Cualquier transformación o modificación del

---

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON TELA  
ULTRAFRESH CON VENTAS ONLINE UBICADO EN EL SUR DEL D.M.Q.

estudio de factibilidad; e) La protección y registro en el IEPI el estudio de factibilidad a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del estudio de factibilidad; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del estudio de factibilidad que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del estudio de factibilidad a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 20 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) \_\_\_\_\_

C.C. N° 1721395398 Alicia Carrión

CEDENTE

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

## AGRADECIMIENTO

Gracias al Ing. Juan Guevara Samaniego por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre, en favor de la culminación de esta preciosa carrera y después de mucho sacrificio voy a dar por culminada.

Gracias al personal docente, mis queridos maestros que al fin verán el fruto de sus enseñanzas.

Tatiana Carrión

## DEDICATORIA

A mis padres por su valioso apoyo

A mi hermana por su comprensión

A mi hijo por ser mi eterna inspiración

Tatiana Carrión

## ÍNDICE GENERAL

<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b>	<b>Pág.</b>
Declaratoria.....	<b>I</b>
Cesión de Derechos.....	<b>II</b>
Contrato de sesión sobre derechos - propiedad intelectual	<b>III</b>
Agradecimiento.....	<b>VI</b>
Dedicatoria.....	<b>VII</b>
Índice General.....	<b>VIII</b>
Índice de Tablas.....	<b>XVI</b>
Índice de Figuras.....	<b>XIX</b>
Resumen Ejecutivo.....	<b>XX</b>
Abstract.....	<b>XXII</b>
<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>1</b>
1.1 Introducción.....	<b>1</b>
1.2 Justificación.....	<b>3</b>
1.3 Antecedentes.....	<b>6</b>
1.3.1 Historia del Colchón.....	<b>6</b>
1.3.2 Medidas de Colchones.....	<b>9</b>
1.3.3 Tipos de Colchones.....	<b>10</b>
1.3.3.1 Colchón de Lana.....	<b>10</b>
1.3.3.2 Colchón de Pluma.....	<b>11</b>
1.3.3.3 Colchón de Material Vegetal.....	<b>12</b>
1.3.3.4 Colchón de Muelles.....	<b>13</b>

1.3.3.5 Colchón de Espuma.....	14
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>16</b>
2.1 Análisis Interno.....	16
2.1.1 Propuesta Estratégica.....	16
2.1.2 Principios y Valores.....	16
2.1.2.1 Principios.....	16
2.1.2.2 Valores.....	17
2.1.3 Misión.....	18
2.1.4 Visión.....	19
2.1.5 Objetivos Corporativos.....	19
2.1.6 Políticas.....	19
2.1.6.1 Manual de Políticas.....	20
2.1.7 Gestión Administrativa.....	22
2.1.7.1 Planeación.....	22
2.1.7.1.1 Calendario de Actividades de la Empresa.....	23
2.1.7.2 Organización.....	23
2.1.7.2.1 Organigrama Estructural.....	24
2.1.7.2.2 Organigrama Funcional.....	24
2.1.7.3 Dirección.....	24
2.1.7.4 Control.....	26
2.1.7.4.1 Proceso de Implementación.....	26
2.1.7.4.2 Formato de Evaluación de los Clientes a Vendedores.....	29
2.1.7.4.3 Formato de Evaluación del Gerente a sus Vendedores.....	29
2.1.8 Gestión Operativa.....	31

2.1.9 Gestión Comercial.....	32
2.1.9.1 Producto/ Servicio.....	32
2.1.9.2 Precio.....	33
2.1.9.3 Plaza.....	34
2.1.9.3.1 Canales de Distribución.....	35
2.1.9.4 Promoción.....	37
2.1.9.4.1 Publicidad.....	38
2.2 Ambiente Externo.....	43
2.2.1 Factor Económico.....	43
2.2.1.1 PIB.....	43
2.2.1.2 Inflación.....	46
2.2.1.3 Tasa de Interés.....	47
2.2.1.3.1 Tasa de Interés Activa.....	47
2.2.1.3.2 Tasa de Interés Pasiva.....	49
2.2.2 Factor Social y Cultural.....	50
2.2.2.1 Cultural.....	50
2.2.2.2 Población.....	51
2.2.2.3 PEA.....	53
2.2.3 Factor Legal.....	54
2.2.3.1 RUC.....	55
2.2.3.2 Patente Municipal.....	56
2.2.3.3 LUAE.....	56
2.2.4 Factor Tecnológico.....	58
2.2.4.1 Tecnología en los Colchones Anti ácaros.....	58

2.2.5 Entorno Local.....	59
2.2.5.1 Clientes.....	59
2.2.5.1.1 Clasificación de los Clientes Potenciales.....	60
2.2.5.1.1.1 Clientes Activos.....	60
2.2.5.1.1.2 Cliente de Compra Frecuente.....	60
2.2.5.1.1.3 Cliente de Compra Habitual.....	60
2.2.5.1.1.4 Cliente de Compra Ocasional.....	61
2.2.5.2 Proveedores.....	61
2.2.5.2.1 Clasificación de Proveedores.....	62
2.2.5.3 Competencia.....	63
2.2.5.3.1 Competencia Directa.....	63
2.2.5.3.1.1 Clasificación de la Competencia Directa.....	64
2.2.5.3.2 Competencia Indirecta.....	67
2.2.5.3.2.1 Clasificación de Competencia Indirecta.....	67
2.2.6 FODA.....	68
<b>CAPITULO N° III.....</b>	<b>70</b>
3.1 Estudio Financiero.....	70
3.2 Análisis del Consumidor.....	70
3.2.1 Consumidor.....	70
3.3 Determinación de la Población y Muestra.....	72
3.3.1 Muestra.....	73
3.3.1.1 Fórmula para Calcular la Muestra.....	73
3.4 Técnicas para la obtención de la Información.....	74
3.4.1 Encuesta.....	76

3.4.1.1 Características de la Encuesta.....	76
Encuesta.....	77
3.4.1.2 Análisis de la Información.....	81
Pregunta N°1.....	81
Pregunta N° 2.....	82
Pregunta N°3.....	84
Pregunta N°4.....	86
Pregunta N°5.....	87
Pregunta N°6.....	88
Pregunta N° 7.....	90
Pregunta N° 8.....	91
Pregunta N° 9.....	93
Pregunta N° 10.....	94
3.5 Demanda.....	96
3.5.1 Cálculo de la Demanda.....	96
3.5.2 Aceptación.....	97
3.5.3 Frecuencia.....	98
3.5.4 Precio Promedio.....	98
3.5.5 Cálculo de demanda actual.....	98
3.5.6 Demanda Proyectada.....	98
3.6 Oferta.....	99
3.6.1 Oferta Actual.....	100
3.6.2 Oferta proyectada.....	100
3.7 Balance oferta-demanda.....	101

CAPÍTULO IV.....	103
5. Estudio Técnico.....	103
5.1 Tamaño del Proyecto.....	104
5.2 Capacidad Instalada.....	105
5.3 Capacidad Optima .....	106
5.4 Localización.....	107
5.4.1 Macro localización.....	107
5.4.2 Micro localización.....	108
5.4.3 Localización Óptima.....	108
5.5 Ingeniería del Proyecto.....	111
5.6 Distribución de la Planta.....	111
CAPÍTULO V.....	119
5.1 Estudio Financiero.....	119
5.2 Ingresos operacionales.....	119
5.2.1 Proyección de Ingresos Operacionales.....	120
5.3 Costos y Gastos.....	121
5.3.1 Costo de Venta.....	121
5.3.2 Gastos Administrativos.....	121
5.3.3 Proyección de Costo y Gasto.....	123
5.4 Gastos de Ventas.....	125
5.5 Gastos Financieros.....	127
5.6 Costos Fijos y Variables.....	127
5.7 Inversión.....	128
5.8 Amortización de Financiamiento.....	130

5.8.1 Depreciación.....	132
5.9 Estado de Situación Inicial.....	133
5.10 Estado de Resultados Proyectado.....	134
5.11 Flujo de Caja Proyectado.....	135
5.12 Evaluación Financiera.....	136
5.12.1 Tasa de Descuento TMAR.....	136
5.12.1 Cálculo del Valor Presente Neto.....	136
5.12.3 Cálculo de la Tasa Interna de Rendimiento.....	137
5.12.4 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	138
5.12.5 Relación Costo Beneficio.....	139
5.13 Punto de Equilibrio.....	140
5.13.1 Punto de Equilibrio en dólares.....	141
5.14 Análisis de Índices Financieros.....	143
5.14.1 Razones de Apalancamiento.....	143
5.14.2 Razones de Endeudamiento.....	143
5.14.3 Razones de Apalancamiento Externo.....	144
5.14.4 Razones de Apalancamiento Interno.....	144
5.15 Razones de Actividad o Gerencia.....	145
5.15.1 Rotación de Activo Fijo.....	145
5.15.2 Rotación del Activo Total.....	145
5.16 Razones de Rentabilidad.....	146
5.16.1 Margen de Utilidad Neta.....	146
5.17 ROA.....	147
5.17.1 ROE.....	147

5.17.2 ROI.....	148
CAPITULO IV.....	149
6.1 Impacto Ambiental.....	149
6.2 Impacto Económico.....	150
6.3 Impacto Productivo.....	151
6.4 Impacto Social.....	151
CAPITULO VII.....	153
7.1 Conclusiones.....	153
7.2 Recomendaciones.....	155
Bibliografía.....	157

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	<b>Pág.</b>
Tabla N°1.....	9
Tabla N°2.....	23
Tabla N°3.....	29
Tabla N°4.....	29
Tabla N°5.....	33
Tabla N°6.....	44
Tabla N°7.....	45
Tabla N°8.....	47
Tabla N°9.....	48
Tabla N°10.....	50
Tabla N°11.....	61
Tabla N°12.....	63
Tabla N°13.....	64
Tabla N°14.....	65
Tabla N° 15.....	66
Tabla N° 16.....	68
Tabla N°17.....	72
Tabla N° 18.....	80
Tabla N° 19.....	81
Tabla N°20.....	83
Tabla N°21.....	85

Tabla N°22.....	86
Tabla N° 23.....	88
Tabla N° 24.....	89
Tabla N° 25.....	91
Tabla N° 26.....	92
Tabla N°27.....	94
Tabla N°28.....	95
Tabla N°29.....	96
Tabla N°30.....	96
Tabla N°31.....	96
Tabla N°32.....	97
Tabla N°33.....	98
Tabla N°34.....	100
Tabla N°35.....	100
Tabla N°36.....	101
Tabla N°37.....	102
Tabla N°38.....	111
Tabla N°39.....	111
Tabla N°40.....	117
Tabla N°41.....	119
Tabla N°43.....	120
Tabla N°44.....	121
Tabla N°45.....	121
Tabla N°46.....	122

Tabla N°47.....	122
Tabla N° 48.....	123
Tabla N°49.....	123

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS	Pág.
Gráfico N° 1.....	24
Gráfico N°2.....	27
Gráfico N°3.....	30
Gráfico N°4.....	34
Gráfico N°5.....	36
Gráfico N°6.....	43
Gráfico N°7.....	51
Gráfico N°8.....	52
Gráfico N° 9.....	80
Gráfico N°10.....	82
Gráfico N°11.....	84
Gráfico N°12.....	85
Gráfico N°13.....	87
Gráfico N°14.....	88
Gráfico N°15.....	90
Gráfico N°16.....	92
Gráfico N°17.....	93
Gráfico N°18.....	94
Gráfico N°19.....	116

## RESUMEN EJECUTIVO

Para la creación de este proyecto he implementado todo el conocimiento científico y teórico obtenido en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera de demostrar que estos seis semestres fueron utilizados de la mejor manera.

El proyecto de factibilidad para la comercialización y distribución de tejido contra colchón de ácaros con ultra fresco con ventas en línea ubicadas al sur del Distrito Metropolitano de Quito fue pensado para proporcionar confort, comodidad y relajación a sus clientes.

La creación de esta empresa es el de promover el empleo y los medios de vida para las familias del Sur de Quito, para ayudar a cambiar el modelo de producción que hoy se habla en Ecuador, porque hay que fomentar el consumo de productos ecuatorianos.

Con los estudios diversos, tanto de mercado y financiera observamos que se puede obtener un beneficio y la rentabilidad en el mercado para crecer como empresa y llegar al cumplimiento de los objetivos fijados por la organización.

La investigación del presente proyecto de factibilidad y su implementación en el mercado ayudará con el cambio de la matriz productiva, fomentará el desarrollo sostenible del país y creará fuentes de trabajo.

La propuesta gira en torno a la factibilidad para la distribución y comercialización de colchones anti ácaros con tecnología ultra fresh con ventas online ubicado al sur del D.M.Q, realizaremos este estudio para determinar su rentabilidad y beneficio sostenible.

Con la implementación de una página web se obtendrá mayor aceptación y captaremos a más clientes, no solo del sur de Quito sino en todo el D.M.Q. en los sectores Norte, Centro y Sur, realizare un análisis situacional determinando los ambientes externos, el estudio local y análisis interno del estudio de factibilidad tomando en cuenta factores económicos, sociales, legales y tecnológicos; clientes, proveedores y competidores así también la propuesta estratégica, misión, visión, objetivos tanto generales como específicos, principios y valores, gestión administrativa, operativa y comercial y con la recopilación de toda esta información emitiremos un análisis FODA.

## ABSTRAC

For the creation this project, I implemented all scientific and theoretical knowledge obtained at the Institute Technologic Superior Cordillera to show that these six semesters were utilized in the best way.

The feasibility project for the marketing and distribution of anti mite mattress fabric with ultra fresh with online sales located south of the Distrito Metropolitano de Quito was intended to provide comfort, convenience and relaxation to its customers.

The creation of this company is to promote jobs and livelihoods for families South of Quito, so help change the production model that today is spoken in Ecuador, because we must encourage consumption of Ecuadorian products.

With the various studies both market and financial we note that it can make a profit and profitability in the market to grow as a company and get to the fulfillment of the goals set by the organization.

The research of this project feasibility and implementation in the market help with changing the productive matrix, promote sustainable development of the country and create jobs.

The proposal focuses on the feasibility for the distribution and marketing of anti mite mattress technology with ultra fresh online sales located south of the DMQ, we will conduct a study to determine its profitability and sustainable benefit.

With the implementation of a web page will get greater acceptance and will capture more customers, not just South of Quito but throughout the DMQ in North, Central and South sectors, effected, a situational analysis by determining the external environment, the local study and internal analysis of the feasibility study taking into account economic, social, legal and technological factors; customers, suppliers and competitors well as the strategic proposal, mission, vision, both general and specific objectives, principles and values, administrative, operational and commercial management and collecting all this information we will issue a SWOT analysis

## CAPÍTULO 1

### 1.1 INTRODUCCION

La investigación del presente proyecto de factibilidad y su implementación en el mercado ayudará con el cambio de la matriz productiva, fomentará el desarrollo sostenible del país y creará fuentes de trabajo.

La propuesta gira en torno a la factibilidad para la distribución y comercialización de colchones anti ácaros con tecnología ultra fresh con ventas online ubicado al sur del D.M.Q, realizaremos este estudio para determinar su rentabilidad y beneficio sostenible.

Con la implementación de una página web se obtendrá mayor aceptación y captaremos a más clientes, no solo del sur de Quito sino en todo el D.M.Q. en los sectores Norte, Centro

---

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON TELA ULTRAFRESH CON VENTAS ONLINE UBICADO EN EL SUR DEL D.M.Q.

y Sur, realizare un análisis situacional determinando los ambientes externos, el estudio local y análisis interno del estudio de factibilidad tomando en cuenta factores económicos, sociales, legales y tecnológicos; clientes, proveedores y competidores así también la propuesta estratégica, misión, visión, objetivos tanto generales como específicos, principios y valores, gestión administrativa, operativa y comercial y con la recopilación de toda esta información emitiremos un análisis FODA.

Con el estudio de mercado determinaremos el análisis del consumidor, oferta, productos sustituidos, demanda en los cuales detallaremos determinación de la población y muestra, técnicas de obtención de información y análisis de la información; oferta histórica, actual y proyectada; demanda histórica, actual y proyectada; balance actual y proyectado.

Con mayor énfasis al estudio técnico determinando el tamaño del proyecto, localización e ingeniería del producto detallando capacidad instalada y optima; macro, micro localización y localización optima; distribución de la planta, proceso productivo, maquinaria y equipos.

El estudio financiero es de gran importancia para la puesta en marcha en el presente proyecto, su impacto en los accionistas y dueños determinando costos, inversión y

evaluación detallando costos directos, indirectos, de ventas, financieros, fijos y variables, gastos administrativos; inversión fija, activos fijos y nominales, capital de trabajo, fuentes de financiamiento y uso de fondos, amortización de financiamiento con tablas de amortización detalladas correctamente; depreciación con tablas de depreciación detalladas correctamente; estudio de situación inicial, estado de resultados proyectados a cinco años; flujo de caja; tasa de descuento; punto de equilibrio y análisis de índices financieros.

Se espera que este proyecto sea rentable y beneficioso para la economía del Sur de D.M.Q. y así constituir un aporte al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas con una visión en 360° para despuntar a nivel nacional y crear franquicias de la comercializadora y distribuidora de colchones anti ácaros con tela ultra fresh “El Dormilón”. (Ing. Galo Cisneros, 2014)

## 1.2 JUSTIFICACIÓN

Con la creación del presente proyecto pensamos en brindar al público en general un colchón que brinde confort, calidad y sobre todo sea adecuado para la salud, con un enfoque de comercialización que sea rentable para contribuir con la producción nacional, la

cual está enmarcada en la política económica por la reducción de las importaciones para brindar fuentes de trabajo y apoyar con la matriz productiva.

El proyecto de factibilidad para la comercialización y distribución de colchones anti ácaros con tela ultra fresh está enfocado a todos los habitantes del Sur de Quito con miras a expandirse a nivel nacional con franquicias las mismas que conservarán la calidad, precio, comodidad y variedad.

El proyecto está encaminado a la venta de colchones anti ácaros en tiendas de muebles y grandes superficies, aunque la tendencia creciente es la compra por Internet a la misma que en el presente proyecto le presentamos un plus para que el cliente compre nuestro producto desde la comodidad del hogar y con entrega domicilio.

El principal canal de distribución de colchones son las distribuidoras y páginas web especializadas, en donde se produce la primera compra del mobiliario de dormitorio, junto con el colchón y, generalmente, realizando una inversión buena al tratarse de un complemento para el descanso, confort y relajación de todo el cuerpo que beneficiará a su salud.

Luego tenemos las ventas de reposición cuando se cambia tan solo el colchón, que su objetivo es invertir más en salud y confort.

El mercado se reparte a partes iguales entre la primera compra y la de reposición. En cuanto al comercio especializado, las tradicionales colchonerías han dado paso a establecimientos de variedad, colores, precios, garantía y gustos para público en general.

Con la determinación de comprar un bien para el uso personal que brinde un descanso maravilloso, el público sin limita al presupuesto económico da cada familia ecuatoriana pensando desde clases bajas medias y altas al sur del DMQ.

En un estudio de mercado emitido por (Metro hoy, 2010) resaltaron que el Sur de Quito hay mayor movimiento de dinero en efectivo en un 90% vs tarjetas de crédito en un 10% no sea el sector Norte del DMQ maneja tarjetas de crédito en un 80% y efectivo en 20%, “esto ayudará y mejorar la economía de este sector”.

## 1.3 ANTECEDENTES

### 1.3.1 Historia del colchón

Los hombres prehistóricos dormían en el suelo y se agrupaban para darse calor unos a otros, en la época del neolítico se empiezan a utilizar los primeros colchones creados con hojas y hierbas cubiertas de papel para evitar la suciedad y pequeños animalitos.

Después se utilizó la paja agrupando también hojas y papel la cual brindaba confort para que sientan mayor comodidad. (Anonimo, 2014)



Fuente: (Google, 2014)

Posteriormente se confecciona el primer colchón de paja, trapos, cascaras, semillas en vueltas y rellenas de sacos o yutes para dar firmeza.



Fuente: (www.google.com)

Civilizaciones en la antigüedad van formando distintos colchones determinando factores externos, como en Egipto hojas de palmas; en Roma lana, heno, juncos y plumas de distintos animales.

En el renacimiento fueron tecnificándose por que los cubrían telas de seda, eran más suaves, con mejor olor y bordados en terciopelo.

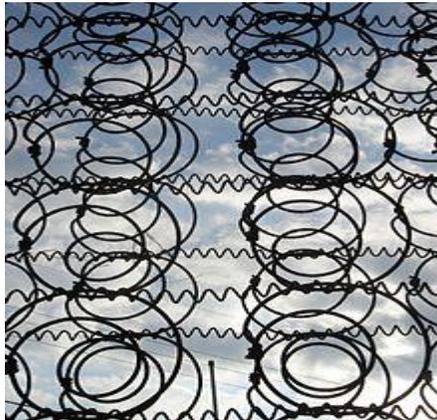


Fuente: (www.google.com)

En el siglo XVI Y VII los colchones se rellenaban de paja y plumón y esto se tejía sobre una red llamada somier sostenida en un marco de madera.

En el siglo XVIII solían ser de algodón y lana con tejido de fibra de coco y pelo de caballo el mismo que tenía un cierre para cambiar el contenido cuando ya no sirva, lo cual nos da a entender que eran reciclables.

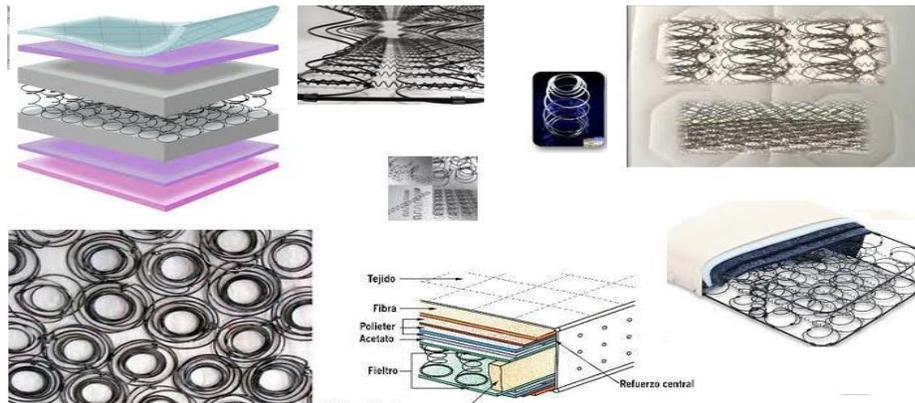
En el siglo XIX se crean los colchones de muelles o conocidos hoy en día como colchones de resortes los cuales son de alambre de hierro de un espesor de alrededor de dos milímetros recubierta de paja y algodón con un cubre colchón.



Fuente: (www.google.com historia del colchon, 2015)

En el siglo XX mejoran los colchones de muelles por que sonaban mucho y se dañaban con rapidez, reforzando los alambres con un espesor de cuatro milímetros de igual manera es cubierto de paja trenzada con algodón y plumas.

En el siglo XXI aparece la esponja la misma que ayuda a recubrir los muelles los mismos que son cubiertos por saquitos de tela.



Fuente: (www.google.com historia del colchon, 2015)

En la actualidad las industrias se fueron innovando y ahora se elaboran colchones de resortes de seis milímetros recubiertos con esponja de alta densidad y sin resortes colchones de esponja blanca o amarilla.

### 1.3.2 Medidas de Colchones

**Tabla N° 1 Indicador de las medidas de colchones**

Colchones	Medidas
1 PLZ	80cm * 190m
1 1/4 PLZ	90cm * 190m
1 1/5 PLZ	105m * 190m
2 PLZ	135m * 190m
2 1/5 PLZ	160m * 190m
3 PLZ	2m * 2m

Fuente: Propia

Elaborado por: Tatiana Carrión

### 1.3.3 Tipos de colchones

#### 1.3.3.1 Colchón de lana

Muy popular en las culturas y colonias hispánicas latinoamericanas desde el tiempo de las cruzadas hasta bien entrado en siglo XX, el colchón de lana fue la alternativa más popular para las clases populares. La fabricación de este colchón consistía en formar primero las tapas con un material textil grueso y luego subdividirlo en cámaras longitudinales de alrededor de 30 cm de diámetro.

La lana era lavada, escarmenada y clasificada antes de introducirla a cada una de las cámaras.

La lana se metía a presión y a fuerza de brazo por cada cámara hasta lograr un colchón con superficie relativamente uniforme, muy pesados, de buena calidad térmica pero poco resistentes.

Este tipo de colchones desapareció a fines de los años 70 en las comunidades rurales latinoamericanas; aunque aún hay comunidades aisladas que los hacen de este modo. (JHON,

2014)



Fuente: (www.google.com historia del colchon, 2015)

### 1.3.3.2 Colchón de plumas

Todavía muy apreciados y vigentes, los colchones de rellenos de plumas de ave son muy apetecidos por sus especiales cualidades de resistencia o flexo elásticas, en especial el colchón de pluma de ganso y el de pluma de pato. Las plumas de ganso brindan cualidades muy únicas de flexo elasticidad debido a su forma arqueada y además posee cualidades térmicas que lo hacen muy apreciados en los climas fríos.

Las plumas de ganso son subproductos de mataderos de aves y en algunos países son criadas como aves de corral en espera de la natural muda de plumajes, donde son recolectadas.

Los colchones a base de pluma de gallina no presentan buenas cualidades flexo elásticas ni térmicas y no son actualmente usadas para estos fines. (Juan, 2010)

### Goose Feather



Fuente: (www.google.com historia del colchon, 2015)

### 1.3.3.3 Colchón de materiales vegetales

Muy usados en las culturas de Japón, China y Corea, son colchones muy delgados a base de fibras naturales como el tatami, la totora, y el arroz. No tienen resistencia y brindan una escasa cualidad flexo elástica al cuerpo en reposo; no obstante, parece ser que estas culturas tienen menores índices de deformaciones a la columna vertebral debido a su rigidez que las occidentales. (Diferentes Colchones un cambio o adaptación..., 2012)



Fuente: (www.google.com historia del colchon, 2015)

#### 1.3.3.4 Colchón de muelles

Es el más habitual, su núcleo consiste en una carcasa compuesta por muelles fabricados con alambre de hierro de un espesor de alrededor de dos milímetros. Estos se fijan en la parte superior e inferior a una varilla de contorno de acero.

La carcasa se suele proteger mediante un manto de fibras a la que se puede añadir una plancha de espuma de poliuretano. En sus esquinas se encajan cantoneras de espuma para dotarle de mayor consistencia.

Sobre ella, se colocan las tapas, la tapa está compuesta por una tela de variado material y diseño que se acolcha con una o varias planchas de espuma de poliuretano o, más recientemente, de látex; a la postre, la firmeza del colchón dependerá de la altura de la carcasa así como del número y densidad de planchas amortiguadoras que contenga.

Las platabandas laterales también se acolchan en la misma tela y se cosen a las tapas por medio de burletes. En las platabandas, se practican orificios o se insertan válvulas de ventilación que permiten la circulación del aire durante la noche. El colchón se puede reforzar suplementando material de fibras y plancha de espuma en determinadas zonas, así se hace ocasionalmente en el tercio lumbar y más raramente en la zona cervical.



Fuente: (www.google.com historia del colchon, 2015)

#### 1.3.3.5 Colchón de espuma

Se compone de un bloque de espuma de poliuretano de densidad variable de 40kg y 50kg enfundado en una tela, generalmente, de algodón.

El material visco elástico fue desarrollado por la NASA con unas propiedades únicas e innovadoras para aliviar la presión del cuerpo. Este tipo de material sintético nació como resultado directo del programa espacial en los años sesenta, aunque fue a principios de los 90 cuando los investigadores consiguieron incorporarlo al uso doméstico.

El material visco elástico también llamado visco elástica se incorporado en artículos del descanso, en un principio se utilizaba sobre todo en hospitales, pero en los últimos años su comercialización se ha generalizado, tanto que este tipo de colchón ya se encuentra en muchos hogares.

DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON TELA ULTRAFRESH CON VENTAS ONLINE UBICADO EN EL SUR DEL D.M.Q.

Entre las propiedades del material visco elástico destaca su gran adaptabilidad y su grado de firmeza medio.

Los colchones de espuma visco elástica se componen de varias partes de densidad variable realizados con una despumación llamada de alta resistencia desde  $18 \text{ kg/m}^3$  en las gamas más básicas y llega hasta  $90 \text{ kg/m}^3$ , dependiendo de la firmeza que desee el durmiente. Esta densidad determina que el colchón sea más blando o más duro, es por eso, que una densidad media es más adecuada que una muy blanda o demasiado dura.

En el primer caso puede resultar en un soporte insuficiente para el cuerpo y la alineación saludable de la columna y en el segundo caso, la dureza del material puede hacer que la ingravidez, propia de este material, desaparezca, además de que la transpirabilidad sea casi nula puesto que esa alta densidad no permite que el poro apenas esté abierto para que el aire circule. (Chaide y Chaide, 2014)



Fuente: (www.google.com historia del colchon, 2015)

## CAPÍTULO II

### 2.1 Análisis Interno

#### 2.1.1 Propuesta Estratégica

#### 2.1.2 Principios y Valores

##### 2.1.2.1 Principios

Son un conjunto de valores, principios, creencias, mandatos, normas que están dispuestos a seguir en una organización para alcanzar un objetivo.

- **Cuidado del Medio Ambiente**

Establecer en forma permanente la práctica de preservación y mejoramiento del medio ambiente con la aplicación de:

Facturas electrónicas.

- **Responsabilidad Social con la Comunidad**

Permanecer, participar y ayudar con actividades de donación en el entorno social más necesitado e impulsar el desarrollo humano como:

Donar a albergues colchonetas

Ayudar con el 1% de las ventas realizadas vía on line.

- **Cultura de calidad**

Perfeccionar el trato con el cliente otorgando eficiencia, eficacia y efectividad para brindar calidad y excelencia en ventas de colchones, dando a conocer al consumidor detalladamente los beneficios de cada colchón y enamorándolo del producto.

- **Cultura de Innovación**

Atraer al consumidor con lanzamientos y puesta en el mercado de nuevas tecnologías en colchones e innovación de telas como:

Tela con aroma a lavanda

Tela en jackar y sedas finas importadas.

### 2.1.2.2 Valores

Es la forma de comportarse ante una organización o grupo de individuos, es una carta de presentación de cada ser humano.

- **Honestidad**

Obrar con transparencia y clara orientación moral cumpliendo con las responsabilidades asignadas, mostrar una conducta ejemplar dentro y fuera de la empresa.

- **Respeto**

Desarrollar una conducta justa y valorar los derechos fundamentales de nuestros semejantes y de nosotros mismos. Aceptar y cumplir las leyes y normas sociales y las de la naturaleza.

- **Solidaridad**

Generar compañerismo y amistad para así llegar a cumplir nuestra misión y encaminarnos hacia el logro de nuestra visión.

### **2.1.3 Misión**

La empresa Distribuidora y comercializadora colchones "EL DORMILON" ofrecerá productos de calidad para satisfacer necesidades a clientes del Sur DMQ en un amplio local ubicado en un sitio estratégico con colchones que brinden confort, descanso, garantía y que sientan todo su cuerpo relajado como si descansaran en el espacio exterior con la tecnología de la NASA y sobre todo con la innovación del siglo XXI tela anti ácaros y sistema ultra fresh, con ventas online.

#### **2.1.4 Visión**

La empresa Distribuidora y Comercializadora colchones “ELDORMILON” se constituirá como una empresa líder en el mercado Nacional, creando sucursales en todo el Ecuador ofreciendo productos de calidad, diversidad, confort, plenitud, precios módicos, excelencia en servicio con garantía y eficiencia en ventas online con entregas a domicilio las 24 horas al día.

#### **2.1.5 Objetivos Corporativos**

- Posicionarse como una empresa líder en la distribución y comercialización de colchones.
- Ofrecer colchones con calidad, confort, suavidad y precios módicos para satisfacer necesidades del Sur del DMQ.
- Minimizar costos y gastos en la empresa.
- Maximizar las utilidades para los inversionistas.

#### **2.1.6 Políticas**

Constituye normas de acción, para el desarrollo del proceso de distribución y comercialización se otorgaría como las reglas del juego.

### **2.1.6.1 Manual de Políticas**

#### **Políticas de Personal**

- El personal deberá estar bien uniformados con pantalón jeans azul y la camiseta polo con el logotipo del local color gris.
- La hora de ingreso será 9H00 am 19H00 pm
- La empresa proporcionara a los empleados el material adecuado para la ejecución de sus actividades.

#### **Políticas de Tecnología**

- El personal no podrán utilizar el teléfono celular en horas de trabajo.
- Estarán bloqueadas todas las redes sociales.
- No podrán publicar o difundir por redes sociales ni correos electrónicos información referente a Estados Financieros de la empresa.

#### **Política de Venta de Contado**

- Se realizará el 10% de descuento en compras de contado.
- Se obsequiará un par de almohadas por ventas de contado.

- Se emitirá una factura electrónica la cual recibirá el cliente en su correo electrónico.
- Solo se aceptan cheques a la fecha, no cruzados, no manchados y personales.

### **Políticas de Venta en compras online**

- Los pagos se aceptarán con tarjetas de crédito o débito, depósitos o transferencias y efectivo.
- El envío se efectúa al momento de recibir el depósito, ahí se envía el pedido, se manda una copia de la guía de embarque por e-mail, para que certifiquen que ya se efectuó dicho envío y puedan darle seguimiento al paquete.
- Entrega a domicilio.

### **Políticas de Transporte**

- Entrega a domicilio sin costo alguno por el sector sur de la ciudad del DMQ, si esta fuera de la jurisdicción se realizara un pequeño recargo.

## **2.1.7 Gestión Administrativa**

### **2.1.7.1 Planeación**

La empresa “El Dormilón” planificará sus actividades en un orden cronológico determinando la necesidad de mercadería a proveer, analizando las ventas mensuales y la actividad a la cual se dedica.

El proyecto de factibilidad de la comercialización de colchones se realizará mediante un calendario de actividades con la finalidad de llegar a una meta concretando los objetivos planteados en el tiempo estimado con eficiencia, eficacia y efectividad.

### 2.1.7.1.1 Calendario de Actividades de la Empresa

**Tabla N° 2 Agenda Empresarial**

ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Solicitar la mercadería a las distintas fábricas.												
Entrega de la mercadería de la fábrica a la empresa.												
Recepción de la mercadería y control de calidad.												
Registro de la mercadería en el sistema de control de inventarios.												
Clasificar la mercadería y ponerla a exhibición.												
Mercadería lista para la venta.												

Elaborado por: Tatiana Carrión

### 2.1.7.2 Organización

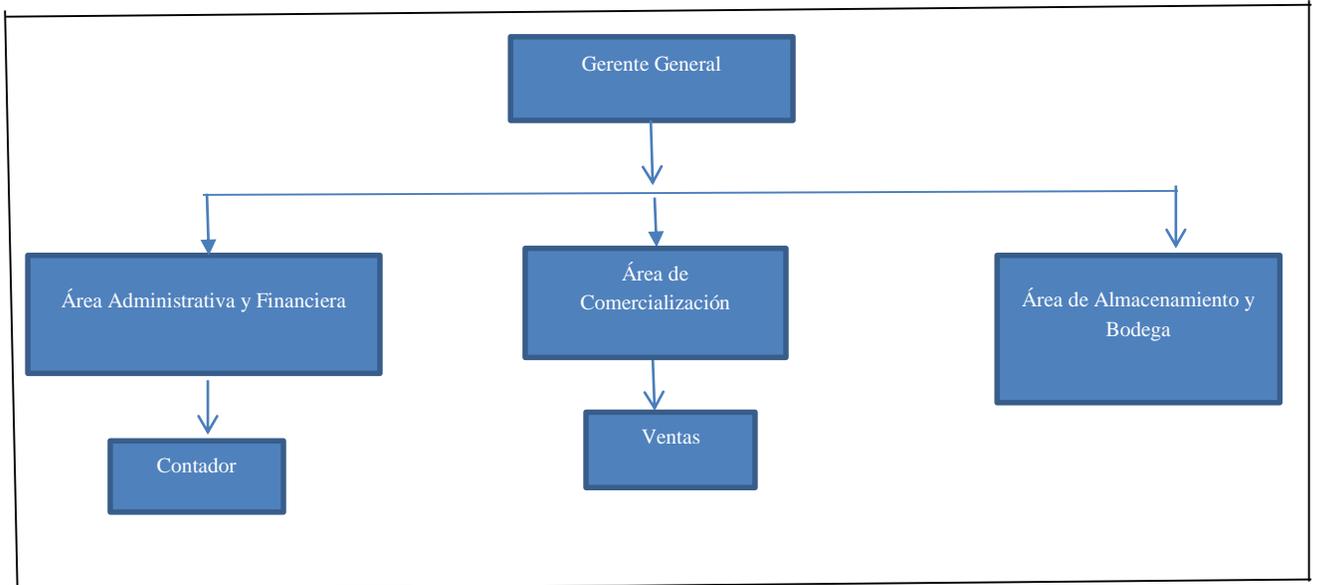
La empresa “El Dormilón” tendrá una estructura organizacional delegada por funciones las mismas que tendrán distintas funciones encaminadas a lograr sus objetivos y cumplir sus metas en ventas.

“La organización es un grupo de personas que sujetos a una autoridad única tiene establecido bajo su responsabilidad cumplir una determinada misión, en un determinado

tiempo y bajo un lineamiento previamente establecido.” (GARCIA, 2004)

### 2.1.7.2.1 Organigrama Estructural

Gráfico N° 1 Organigrama Estructural de la empresa “El Dormilón”.



Elaborado por: Tatiana Carrión

### 2.1.7.2.2 Organigrama Funcional

- Gerente General

El gerente general se encargará de dirigir, controlar y asignar funciones a los distintos mandos medios para ser el veedor de la ejecución de las actividades a realizar en la organización con eficiencia, eficacia y efectividad.

- Área Administrativa y Financiera

Contador: Se encargara de controlar las transacciones financieras, llevara un control diario de salida y entrada de mercadería, pago de impuestos, pagos a trabajadores emitiendo informes diarios de mercaderías, caja, bancos y todo lo que respecta con estados financieros.

- Área de Comercialización

Ventas: La función es vender al cliente satisfaciendo sus necesidades, brindar atención de primera y ofertar de manera clara cada uno de los productos a exhibir.

- Área de Almacenamiento y Bodega

Es donde se guardan la mercadería para su próxima exhibición y venta.

### **2.1.7.3 Dirección**

La dirección en este presente proyecto estará a cargo del Gerente General será la máxima autoridad para toma de decisiones utilizando un liderazgo abierto en medios para llegar a los diferentes departamentos de la organización, bajo proyectos y motivando a los subordinados.

Sin embargo la dirección tendrá un modelo Empowermet que significa “ que se le debe dar autoridad para tomar decisiones y actuar, sin tener que buscar aprobación cada vez,

dejar que la gente use su propia inteligencia, experiencia, intuición y creatividad, para ayudar a que la organización mejore y tenga éxito.” (Berthelot, 1952)

#### **2.1.7.4 Control**

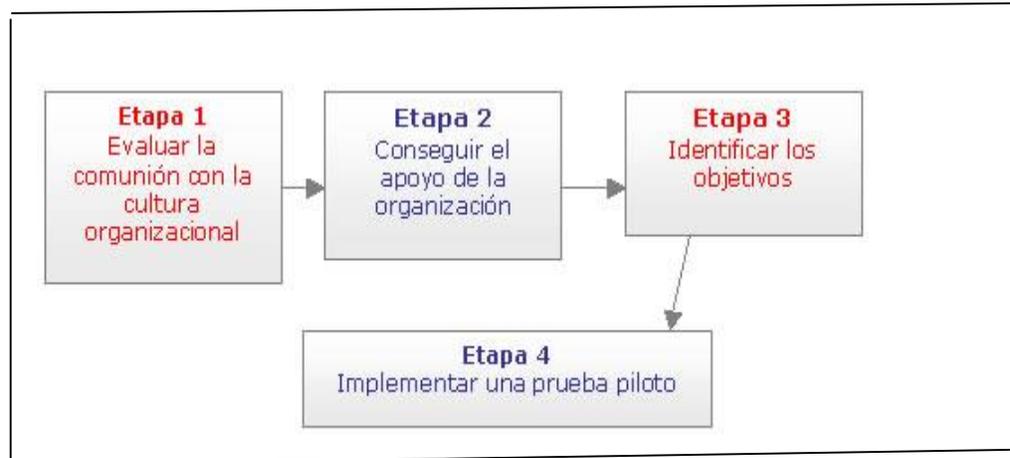
El control de la empresa “El Dormilón” será continuo verificando que todo marche bien según lo establecido en la misión, visión, objetivos, políticas y manuales de procedimientos los cuales ayudaran a verificar debilidades y poderlas corregir mediante la implementación de proyectos o planes pilotos para dejar correr un sistema según sea el departamento organizacional.

##### **2.1.7.4.1 Proceso de Implementación**

La evaluación en 360° corresponde a cuatro etapas en las cuales podremos determinar falencias y llegar a soluciones con solo revisar algunos factores estratégicos.

Las etapas para el proceso implementado son:

## Gráfico N°2 Etapas de Evaluación



Fuente: (Fonseca, 2010)

Elaborado por: Tatiana Carrión

### Etapa 1

Es necesario evaluar aspectos como el grado de compromiso de la dirección corporativa con el proyecto, si hay consciencia en la compañía sobre la importancia del modelo de gestión por competencias y si los empleados están preparados frente a la cultura de la evaluación.

## **Etapa 2**

Es importante que los responsables del proyecto y los futuros participantes encuentren la importancia de la evaluación 360 grados y la transmitan con un mensaje claro al resto de la compañía.

## **Etapa 3.**

Corresponde identificar y definir uno a uno los objetivos en la implementación de la metodología y los resultados que se esperan con su aplicación.

## **Etapa 4.**

Antes de empezar el proyecto formalmente, es indispensable que se ejecute una prueba piloto a partir de la cual se pueden corregir las fallas del modelo e indagando a los participantes sobre el provecho que obtuvieron de los resultados obtenidos.

Eso transmitirá confianza en el resto de la organización.

#### 2.1.7.4.2 Formato de Evaluación de los Clientes a Vendedores.

Estimado cliente califique la atención brindada por nuestro vendedor.

**Tabla N° 3 Evaluación de Vendedores**

	Objetivos	Puntualidad	Buen Trato	Responsabilidad	Explicación Clara
1	Pésimo				
2	Regular				
5	Bueno				
4	Muy Bueno				
5	Excelente				

Elaborado por: Tatiana Carrión

#### 2.1.7.4.3 Formato de Evaluación del Gerente a sus Vendedores.

**Tabla N° 4 Evaluación de Vendedores por el Gerente General**

Días Nombres	Días Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Beatriz Pruna						
Karol Granizo						
Francis Cedamano						
Enrique Sangurima						

Elaborado por: Tatiana Carrión

## Representación de los Colores

Puntualidad será el color amarillo

Trabajo en Equipo será el color rojo

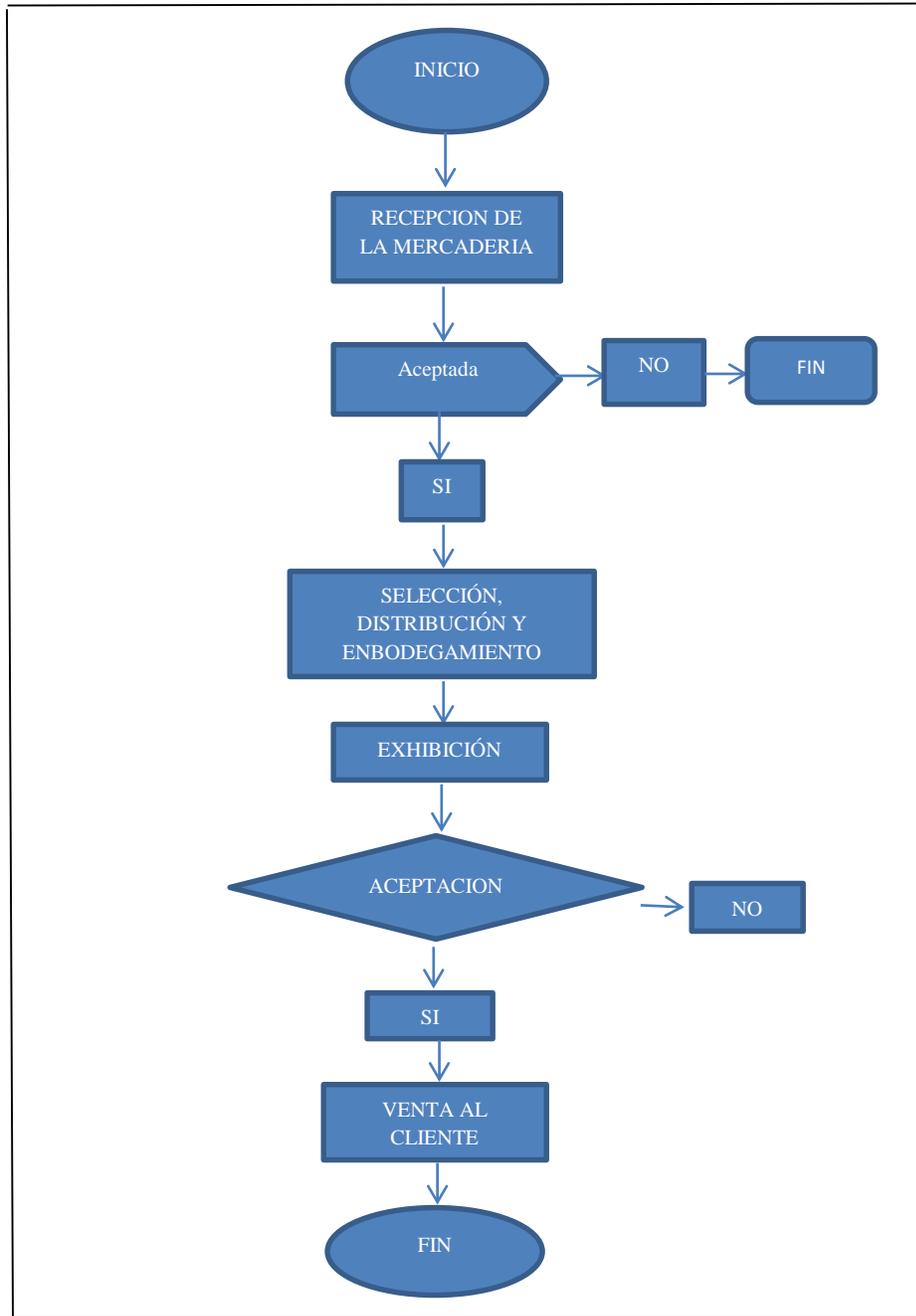
Orden y Responsabilidad será el color verde

Cumplimiento de Ventas Diarias será el color celeste

### 2.1.8 Gestión Operativa

La gestión operativa de la empresa estará dada por el flujo grama de ventas

Gráfico N°3 Gestión Operativa de la empresa "El Dormilón"



## 2.1.9 Gestión Comercial

Para la gestión comercial la empresa EL DORMILLON utilizara la herramienta de marketing de Cuatro P.

### 2.1.9.1 Producto/Servicio

“Es el conjunto de atributos como empaque, color, marca, precio, consigue el objetivo de la empresa por lo que es cualquier cosa que se ofrece en el mercado para su uso este puede ser tangible o intangible como un bien o servicio etc.”. (Morillo, 2010, pág. 13)

La empresa EL DORMILLON se caracteriza por tener toda variedad de colchones anti ácaros con tela ultra fresh de toda medida, en todas las marcas Chaide y Chaide, Resiflex, Paraiso, Lamitex S.A. y así brindar comodidad, confort y atención personalizada para cada cliente al comprar algún producto en nuestra distribuidora.

Con un espacio geográfico altamente distribuido, con parqueadero y áreas verdes.

El producto tendrá como finalidad satisfacer las necesidades de nuestros clientes con vendedores calificados, bien entrenados con un conocimiento profundo de los productos a exhibición y tratando de encontrar el colchón de sus sueños para cada consumidor.

Contaremos con entregas a domicilio y recogimiento de pedidos a través de nuestro portal web.

Se realizarán ventas de contado o con tarjetas de crédito y débito para mayor comodidad de nuestros clientes.

Contaremos con nuevas tecnologías, las mismas que son ventas por internet, en este mundo globalizado y al saber que en la Provincia de Pichincha el 12.9% tiene un teléfono inteligente el mismo que accede a internet en cada minuto. (INEN, 2013)

Frente al 46.9% en la Provincia de Pichincha que accede a internet desde su casa o lugar de trabajo. (INEN, 2013)

### **2.1.9.2 Precio**

El precio es lo más importante en la distribuidora ya que fijándolo podremos obtener ganancia y generar rentabilidad en las operaciones financieras que realice "El Dormilón".

## Lista de Precios

**TABLA N° 5 Lista de Precios de colchones “El Dormilón”**

Detalle del Producto	Medida	Precio de Fabrica	Precios de Venta al Público
Colchón Antia caros con tela ultra fresh	2PLZ 1.30 * 1.90	119,00	\$ 140,00
Colchón Antia caros con tela ultra fresh	11/2PLZ 1.05 * 1.90	110,50	130,00
Colchón Antia caros con tela ultra fresh	11/4PLZ 90 * 1.90	102,00	120,00
Colchón Antia caros con tela ultra fresh	1PLZ 80 * 1.90	93,50	110,00

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Tatiana Carrión

### 2.1.9.3 Plaza

Lugar idóneo para distribuir o comercializar cualquier producto.

EL DORMILÓN estará ubicado en la Av. Teniente Hugo Ortiz S 25- 149 y

Cusubamba por varios aspectos principal mente la cercanía al Centro Comercial Quicentro

Sur a 1km, al Terminal Terrestre de Quitumbe a 4klm, al Municipio de Quito a 2km,

servicios básicos, vías de acceso de avenidas principales tanto de la Av. Mariscal Sucre y

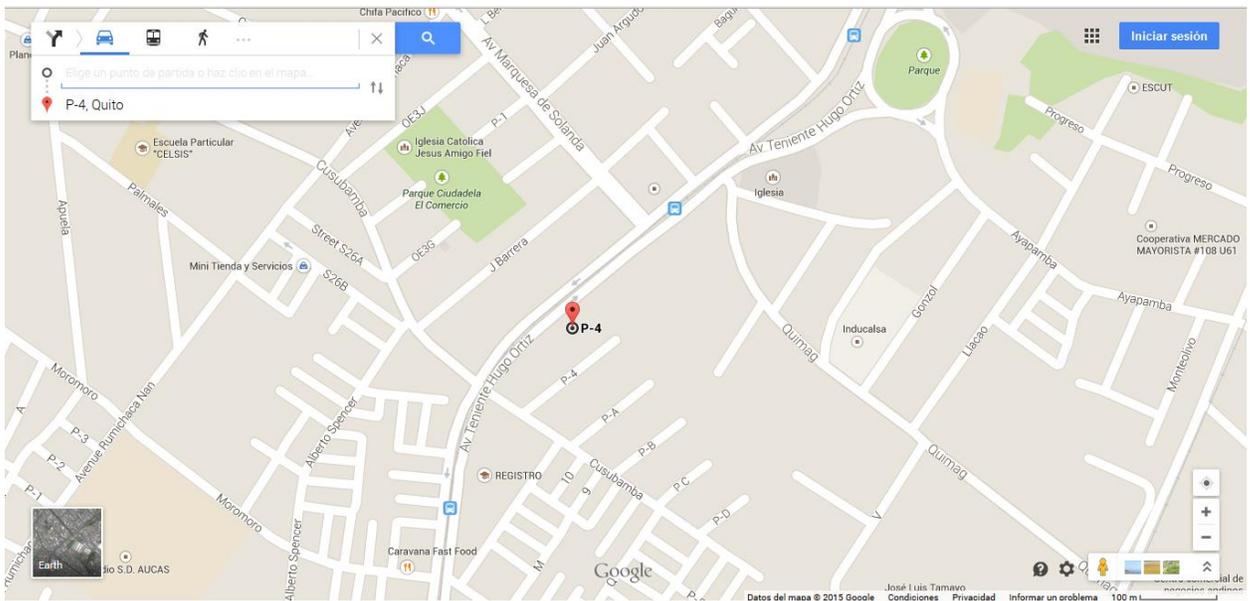
Av. Pedro Vicente Maldonado, por eso pensamos que en este punto geográfico habrá

afluencia de personas a diario.

---

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON TELA ULTRAFRESH CON VENTAS ONLINE UBICADO EN EL SUR DEL D.M.Q.

## Gráfico N° 4 Ubicación Geográfica



### 2.1.9.3.1 Canales de Distribución

Tendremos los siguientes canales de distribución los mismos que detallamos de la siguiente manera.

#### Cliente de Ruta

Son las personas que compran en “El Dormilón” pero para revender a otros clientes, realizan rutas por distintos sectores de Quito y venden a distintos precios, lo realizan a crédito o de contado tratando de obtener una ganancia.

### **Cliente Frecuente**

Son todos los clientes que compraran en “El Dormilón” para uso personal de los mismos con el beneficio de las entregas a domicilio de los productos adquiridos.

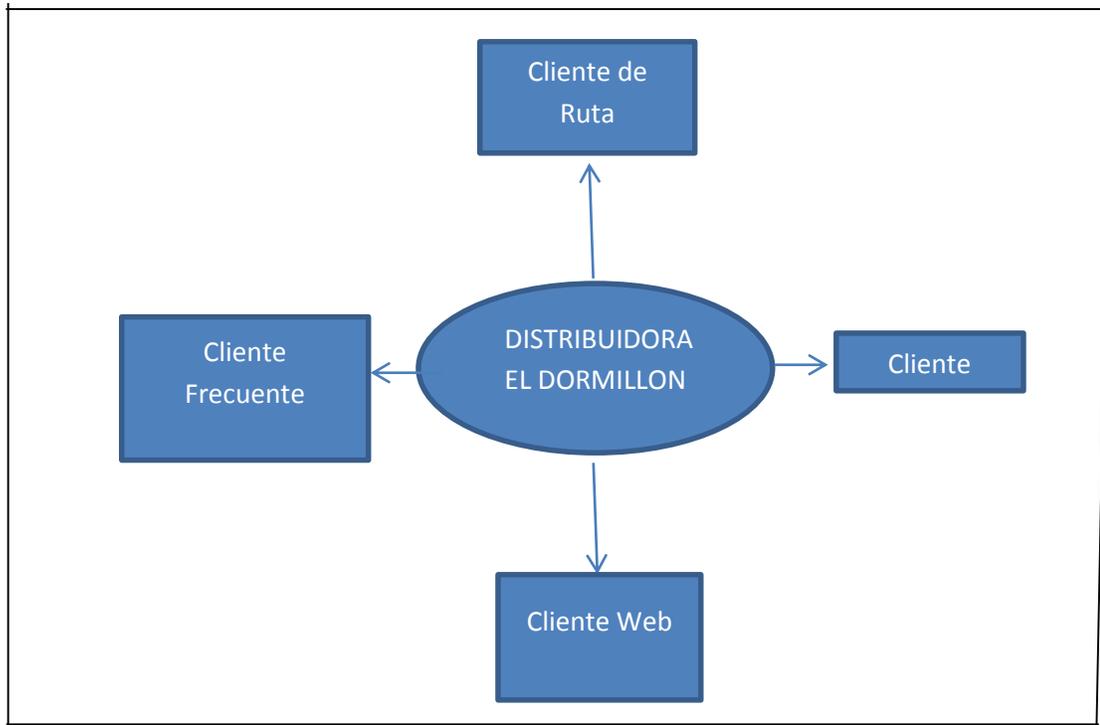
### **Cliente Minorista**

Son todos los posibles clientes que compraran en “El Dormilón” pero para revender, son dueños de locales que vendan solo muebles o otros productos, los mismos buscaran colchones solo cuando sus propios clientes les pidan.

### **Cliente web**

Son todos los posibles clientes que visiten nuestra página web y disfruten de las diferentes promociones que estarán en línea.

Gráfico N°5 Clasificación de los Clientes



Elaborado por: Tatiana Carrión

#### 2.1.9.4 Promoción

Tendremos distintas estrategias de promoción las mismas que son:

**Descuentos por Compras en Efectivo:** Se hará el 15% de descuento en ventas en efectivo, el 10% de descuento en compras por página web, el 5% adicional en compras de tres productos en adelante.

**Entrega a Domicilio:** “El Dormilón” hará entregas a domicilio a 4 km de su ubicación geográfica sin recargo adicional, si es por página web el envío será completamente gratuito.

**Promociones por Fechas Especiales:** “El Dormilón” realizara promociones por fechas especiales a su distinguida clientela ya sea por:

- San Valentín
- Carnaval
- Día de la Madre
- Día del Padre
- Navidad

#### 2.1.9.4.1 Publicidad

Tendremos la siguiente publicidad:

**Nombre de la Empresa**

# EL DORMILÓN

Slogan de la empresa

*"Descanso y confort en todo momento"*

Logotipo de la empresa



Tarjeta de Presentación



## Flyer

Hace referencia al formato publicitario impreso de menos de una cuartilla que será parte gratuitamente en las calles o se introduce directamente en los buzones de las casas.

“Su tasa de respuesta es normalmente baja, ya que se distribuye masivamente, sin ningún tipo de segmentación previa ni enfoque alguno.” (Coronel, 2013)



## **Página Web**

Es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes adaptada para la llamada World Wide Web y podemos acceder mediante un navegador.

Esta información se encuentra generalmente en formato HTML o XHTML, y puede proporcionar navegación a otras páginas web mediante enlaces de hipertexto.

Las páginas web frecuentemente también incluyen otros recursos como ser hojas de estilo en cascada, guiones e imágenes digitales.

Las páginas web pueden estar almacenadas en un equipo local o un servidor web remoto.

El servidor web puede restringir el acceso únicamente a redes privadas, por ejemplo, en una intranet corporativa o puede publicar las páginas en la World Wide Web.

El acceso a las páginas web es realizado mediante una transferencia desde servidores, utilizando el protocolo de transferencia de hipertexto (HTTP). (Educación, 2012)

MI CUENTA | INGRESAR | MI CARRITO

(02) 2685-652

Buscar...

HOME | COLCHÓN SOLO | SOMMIER Y COLCHÓN | BASE SOLA | ALMOHADA | BLANQUERÍA | COMBOS |  
RESPALDOS SOMMIER

**ÚLTIMAS OFERTAS**

**PRODUCTOS DESTACADOS**

**COLCHÓN PARAÍSO REAL**  
Colchón Paraíso Real espuma alta densidad 30 kgs./m<sup>3</sup>, tela jackard  
Antes: **\$ 206,00**  
Precio Especial:  
**\$ 186,00**  
VER MÁS

COMBO DORMITORIO EN OFERTA  
Colchón y sommier Piero Corona Real HC 140 + 2 almohadas Piero Darling + juego de sábanas + acolchado doble faz en composición

Elaborado por: Tatiana Carrión

(022) 685 652

Buscar...

HOME | COLCHÓN SOLO | SOMMIER Y COLCHÓN | BASE SOLA | ALMOHADA | BLANQUERÍA | COMBOS |  
RESPALDOS SOMMIER

COLCHONES ONLINE

**LOGUEATE O CREA UNA CUENTA**

**Nuevos clientes**  
Creando una cuenta en nuestra tienda, podrás realizar tus pedidos online de manera ágil, guardar múltiples direcciones de entrega, ver y realizar un seguimiento de tus pedidos a través de tu cuenta y mucho más.

**Cientes Registrados**  
Si tienes una cuenta, por favor inicia sesión.

Email \*

Contraseña \*

\* Campos requeridos

¿Olvidaste tu contraseña?

CREAR UNA CUENTA | INICIAR SESIÓN

Elaborado por Tatiana Carrión



PRODUCTOS DESTACADOS



Elaborado por: Tatiana Carrión

## (ANEXO DE PÁGINA WEB)

### 2.2 AMBIENTE EXTERNO

#### 2.2.1 FACTOR ECONOMICO

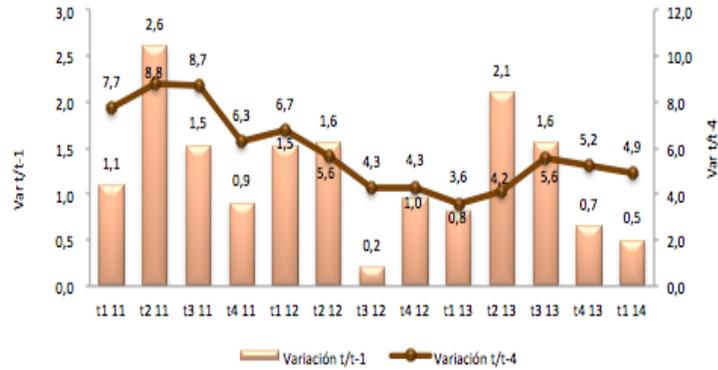
##### 2.2.1.1 PIB

El PIB es el valor en el mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un país en un período de tiempo dado.

El PIB incluye todos los artículos producidos en la economía y vendidos legalmente en los mercados. (Dep. Fundamentos de Análisis Económico., 2013)

## Gráfico N°6 Producto Interno Bruto

**Gráfico No.1: Producto Interno Bruto, PIB**  
Tasas de variación, precios constantes de 2007



Fuente: BCE

## Crecimiento del PIB por sectores

Segundo trimestre del 2014. En porcentajes

**Tabla N°6 Producto Interno Bruto por sectores.**

SECTORES	PORCENTAJE
Suministros de Electricidad y Agua	10.4%
Actividades Profesionales	9.2%
Petróleo	8.6%
Construcción	6.8%
Alojamiento y servicio de comida	6.6%
Agricultura	4.7%
Transporte	4%
Manufactura (sin refinación petróleo)	2.6%
Servicio doméstico	2.5%
Comercio	2.3%
Servicios financieros	1.5%
Pesca (excepto camarón)	0.80%
Otros servicios	1.7%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por Tatiana Carrión

### **Análisis**

El PIB en el Ecuador representa una oportunidad de carácter alto en el presente proyecto ya que en el Sector de Comercio ha mostrado una tendencia al crecimiento, esto sería una oportunidad de carácter alto en ingresos para la empresa comercializadora y distribuidora y una estabilidad económica al país.

### 2.2.1.2 INFLACION

“La inflación es una medida estadística a través del Índice de Precios al consumidor del Área Urbana, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares”. (Banco Central del Ecuador, 2014)

**Tabla N°7 Inflación**

AÑO	EVOLUCION
2005	3.13
2006	2.87
2007	3.32
2008	8.83
2009	4.31
2010	3.33
2011	5.41
2012	4.16
2013	2.76
2014	3.67

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis:** El porcentaje de inflación comparando entre el año 2013-2014 creció del 2.76% en el 2013 a 3.67% en el 2014 esta variación se debe a la caída del precio de barril

de petróleo, por ende los bienes y servicios suben de precio esto representa una amenaza de carácter alto porque cuando compramos los colchones las empresas que proveen subirán el precio y la comercializadora deberá subir el precio a sus clientes, de igual manera la política de salvaguardas arancelarias porque cierta materia prima, las empresas Ecuatorianas Colchoneras importan para transformar y elaborar los colchones.

### **2.2.1.3 TASA DE INTERÉS**

Son el precio del dinero circulante prestado a personas naturales y jurídicas, es un valor adicional que se cobra ante el capital original.

#### **2.2.1.3.1 TASA DE INTERÉS ACTIVA**

Es un porcentaje que cobran por servicios de crédito las instituciones bancarias a usuarios, son activas porque es a favor para la banca.

**TABLA N° 8 Tasa de Interés Activa**

AÑO	VALOR
Enero	8.17%
Febrero	8.17%
Marzo	8.17%
Abril	8.17%
Mayo	7.64%
Junio	8.19%
Julio	8.21%
Agosto	8.16%
Septiembre	7.86%
Octubre	8.34%
Noviembre	8.13%
Diciembre	8.19%
Enero 2015	7.84%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis:**

La tasa de interés activa a comparación de meses anteriores ha reducido ya que se regulo las tasas de interés y porcentajes de comisiones por cada transacción en las instituciones financieras, esto representa una oportunidad de carácter alto porque si la empresa a constituirse “El Dormilón” desea obtener un crédito para obtener algún Activo o Comprar Mercadería lo puede hacer a una tasa activa menor que años anteriores.

### 2.2.1.3.2 TASA DE INTERÉS PASIVA

Es el porcentaje que pagan las instituciones financieras a favor del beneficiario que guarde su dinero.

**TABLA N°9 Tasa de Interés Pasiva**

AÑO 2014 – 2015	VALOR
Enero	4-54%
Febrero	4-54%
Marzo	4-54%
Abril	4-54%
Mayo	5.11%
Junio	5.19%
Julio	4.98%
Agosto	5.14%
Septiembre	4.98%
Octubre	5.08%
Noviembre	5.07%
Diciembre	5.18%
Enero 2015	5.22%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tatiana Carrión

### **Análisis:**

La tasa de interés pasiva a comparación de meses anteriores ha aumentado ya que se reguló las tasas de interés y porcentajes de comisiones por cada transacción en las instituciones financieras esto representa una oportunidad de carácter alto ya que si la empresa a crear “El Dormilón” ahorra dinero obtendrá un porcentaje de ingreso por sus depósitos.

### **2.2.2 FACTOR SOCIAL Y CULTURAL**

Es un factor importante en la comercialización y distribución de colchones ya que la población sería la vida de la empresa al momento de adquirir un colchón pensando en su salud, comodidad, variedad, precio y gran confort llegaríamos a muchos hogares quiteños.

Además gran cantidad de personas se beneficiarían de la empresa por la creación de fuentes de empleo ayudando al país con un grano de arena en sostenibilidad con los impuestos a declarar.

#### **2.2.2.1 CULTURA**

Es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman.

Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. (Barreno, 2005)

### 2.2.2.2 POBLACIÓN

Es un grupo de personas que viven en un espacio geográfico o área delimitada por fronteras.

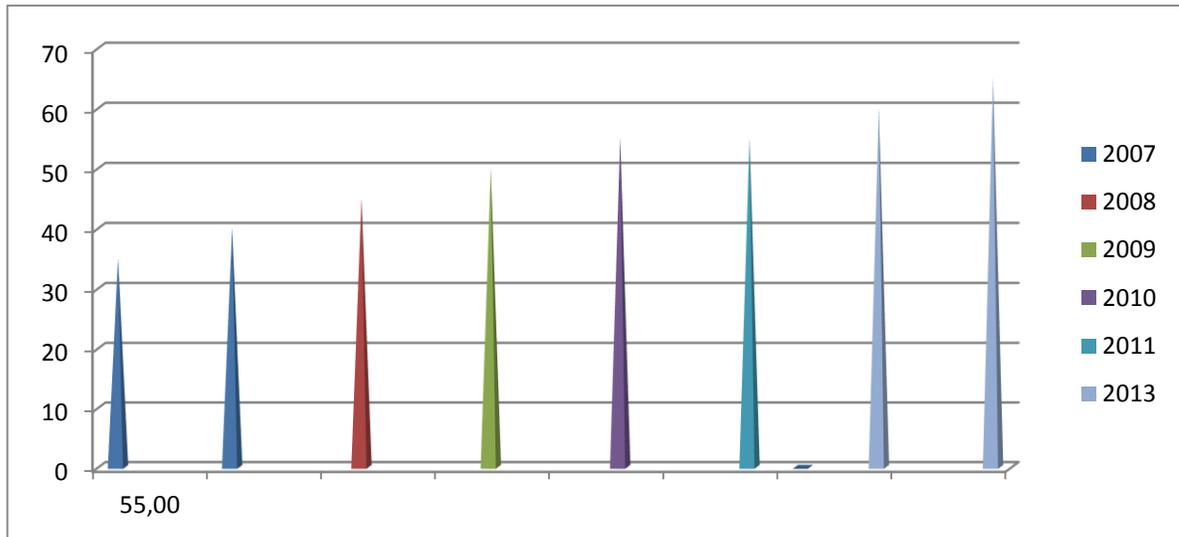
**TABLA N° 10 Población**

Fecha	Población	Población M.	Población F.	Densidad de población
2013	15.737.878	7.868.368	7.869.510	61
2012	15.492.264	7.747.331	7.744.933	60
2011	15.246.481	7.626.224	7.620.257	59
2010	15.001.072	7.505.325	7.495.747	59
2009	14.756.424	7.384.825	7.371.599	58
2008	14.512.402	7.264.641	7.247.761	57
2007	14.268.397	7.144.446	7.123.951	56
2006	14.023.503	7.023.759	6.999.744	55

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Tatiana Carrión

**Gráfico N° 7 Población**



Fuente: INEN

Elaborado por Tatiana Carrión

**Análisis:**

La población en el Ecuador tuvo un crecimiento notable por ende para el presente proyecto será una oportunidad de carácter alto porque nuestros mayores compradores serán personas entre los 18 y 99 años las mismas que con el cambio de culturas estarán a la vanguardia y les gustará los productos novedosos y que sirvan para un descanso confortable.

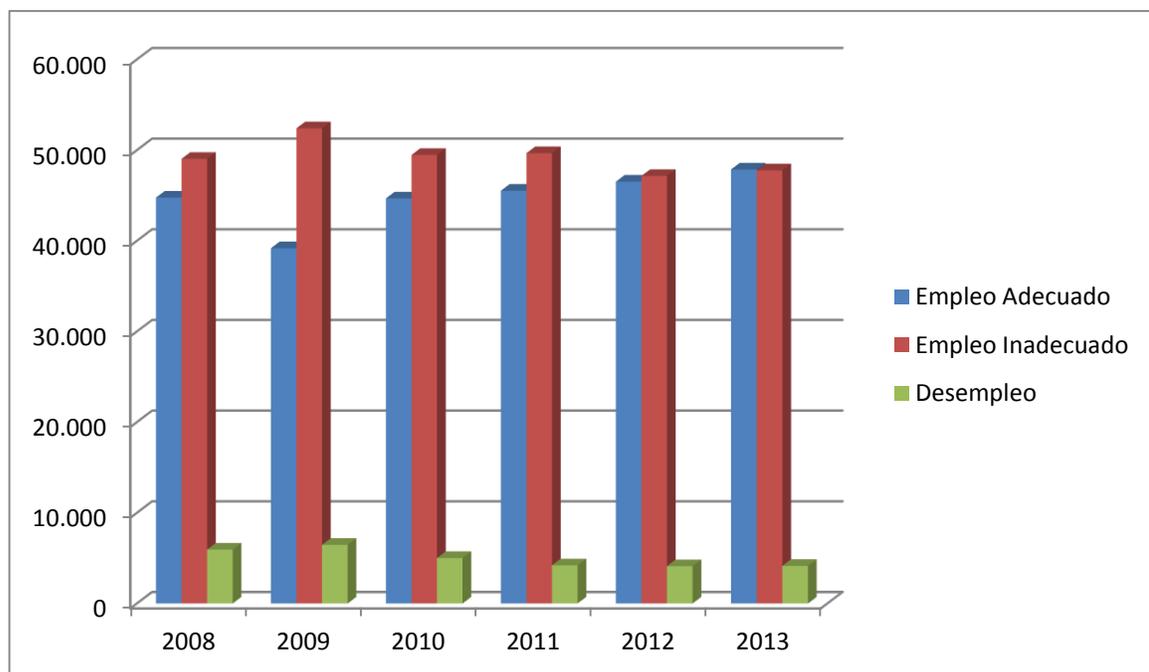
### 2.2.2.3 PEA

La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo, o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados).

(INEN, 2013)

Empleo adecuado a nivel nacional fue del 48%

### Gráfico N°8 Población Económicamente Activa



Fuente: Revista Lideres/ Economía

Elaborado por: Tatiana Carrión

### **Análisis:**

El desempleo ha reducido notablemente en los últimos años esto es un beneficio para nuestro proyecto ya que la población económicamente activa desde los 18 años hasta los 99 años son nuestros futuros clientes y si tendrán los medios para realizar compras esto representa una oportunidad de carácter alto para la empresa “El Dormilón” obteniendo mayores ingresos por sus ventas ya que se podría ubicar un dos colchones por cada familia.

### **2.2.3 FACTOR LEGAL**

La empresa “El Dormilón” se va a crear como una empresa de tipo familiar constituida como Compañía Limitada Cia. Ltda. estará conformada por 2 socios con un capital cerrado y el trámite se deberá siguiente:

- Reservar el nombre en la Superintendencia de Compañías.
- Se elaborará un estatuto social con un abogado.
- Se abrirá una cuenta de integración en un banco.
- Se elevará a escritura pública el Estatuto Social con un notario.
- La Superintendencia de compañías aprobará los estatutos.
- Se publicará en cualquier diario público la resolución aprobatoria.

- Obtención de permisos del Municipio.
- Inscripción de la compañía en el Registro Mercantil.
- Se realizará una junta general de accionistas.
- Se obtendrán los documentos habilitantes en la Superintendencia de Compañías.
- Inscribir el nombre del representante legal en el Registro Mercantil.
- Obtener el RUC en el Servicio de Rentas Internas.

### **2.2.3.1 RUC**

Es un Registro Único de Contribuyentes, es el número de identificación que reciben los contribuyentes.

Todas las personas naturales que ejerzan actividades económicas como empresas comerciales, industriales y de servicios. (Samaniego, 2014)

### **Requisitos para sacar el RUC para personas naturales**

#### **Requisitos Ecuatorianos Extranjeros Residentes Extranjeros no Residentes**

- Presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Identificación del contribuyente Presentarán el original del certificado de votación del

último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.

- Llevará carta de agua, luz o teléfono.
- Presentará un contrato de arrendamiento inscrito en las sedes correspondientes si el local es arrendado, y si es propio la copia de las escrituras.

**(VER ANEXO FOTOCOPIA DEL RUC)**

### **2.2.3.2 PATENTE MUNICIPAL**

El registro de la patente municipal es un documento obligatorio para ejercer un negocio en Quito.

El pago es anual y lo deben hacer las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeros, domiciliadas o con establecimientos en la ciudad, que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. Este pago es anual.

**(VER ANEXO DE LA PATENTE MUNICIPAL)**

### **2.2.3.3 LUAE**

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

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de agilizar los servicios que presta a la ciudadanía, presenta el nuevo proceso para obtención de la Licencia Metropolitana

Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).

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

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

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía.

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec), o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales.

## 2.2.4 FACTOR TECNOLÓGICO

La Tecnología es una característica propia del ser humano consistente en la capacidad de éste para construir, a partir de materias primas, una gran variedad de objetos, máquinas y herramientas, así como el desarrollo y perfección de su fabricación y emplearlos con miras a modificar favorablemente el entorno o conseguir una vida más confortable.

El ámbito de la Tecnología está comprendido entre la Ciencia y la Técnica.

El proceso tecnológico da respuesta a las necesidades humanas.

### 2.2.4.1 TECNOLOGÍA EN LOS COLCHONES ANTI ÁCAROS

La tecnología en los colchones evoluciono a pasos agigantados con el desarrollo de la tecnología ahora la tela tiene jackard, es un tipo de tela que tiene canales de respiración y transpiración para que el colchón se a más fresco y los ácaros no habiten en el mismo.

El colchón posee una capa de pillotow el mismo que es relleno de algodón esto evita que el colchón queme los riñones y otra funcionalidad es que lo vuelve más suave.

Desarrollo una tecnología única para los colchones Ortopédicos Clínicos la misma es la esponja prensada si tabla esto ayuda a la corrección de la columna y problemas lumbares.

La tecnología pocket es la más notable en los colchones 5 estrellas el mismo que tiene soportes periféricos en los cuatro lados para mantener su firmeza y poner encima del colchón las copas de vino.

La tecnología de la Nasa es la más reciente en Ecuador ya que tiene un microchip que emane aroma terapia por un año, este colchón es para relajamiento o tranquilidad al descansar.

Los colchones de agua existen en otros países pero esta innovación es para brindar confort y comodidad para sentir que está descansando en las nubes.

## **2.2.5 ENTORNO LOCAL**

### **2.2.5.1 CLIENTES**

Es la persona natural o jurídica receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor. (Berthelot, 1952)

Nuestros posibles clientes en la empresa “El Dormilón” son 190.764 habitantes de las parroquias de Turubamba, Quitumbe y Chillogallo en las mismas existen clientes potenciales a los cuales los podríamos clasificar así:

### **2.2.5.1.1 Clasificación de los clientes potenciales**

#### **2.2.5.1.1.1 Clientes activos**

Los clientes activos son aquellos que en la actualidad, están realizando compras o que lo hicieron dentro de un periodo corto de tiempo.

Serian todos los visitantes del Centro Comercial Quicentro Sur sea por tramites o distracción familiar.

#### **2.2.5.1.1.2 Clientes de compra frecuente:**

Son aquellos que realizan compras repetidas a menudo o cuyo intervalo de tiempo entre una compra y otra es más corta por clientes. Este tipo de clientes, por lo general, está complacido con la empresa, sus productos y servicios.

Serian todos los clientes obtenidos por ventas de página web que estarán complacidos con la atención y productos de la empresa.

#### **2.2.5.1.1.3 Clientes de compra habitual:**

Son aquellos que realizan compras con cierta regularidad porque están satisfechos con la

empresa, el producto y el servicio.

Será en este caso los clientes obtenidos por compras al por mayor o con un descuento adicional ya que los mismos compran para revender el colchón en camionetas, recorriendo por los distintos sectores de Quito.

#### **2.2.5.1.1.4 Clientes de compra ocasional:**

Son aquellos que realizan compras esporádicas o por única vez.

Los posibles clientes de la comercializadora y distribuidora “EL DPRMILON” son personas de ambos sexos entre los 18 y 65 años de edad los mismos que adquirirán un bien como en este caso un colchón para la satisfacción y confort de un descanso placentero.

#### **2.2.5.2 PROVEEDORES**

Es la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad.

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (colchones), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o

directamente se compran para su venta. **(Berthelot, 1952)**

**Tabla N° 11 Clasificación de los Proveedores**

**2.2.5.2.1 CLASIFICACIÓN DE PROVEEDORES**

PRODUCTOS	EMPRESA	UBICACIÓN	TELEFONOS
Grand palasis, Restonic, GrandHotel, Conforex, Continental, Super Posture, Suave Brisa, Imperial, Baby Cahide	<p>Chaide y Chaide</p> 	Av. De Los Shyris	02 3 989100
Super Flex, Relax Lavanda, Bebe Anti Reflujo	<p>Resiflex</p> 		
Pocket  5 Estrellas  Aniversario	<p>Paraíso</p> 	Km 25 Paraíso Autopista del Valle Panamericana Sur S/N – Cantón Mejía	Oficina Quito 2228018  2317 012 Fax 2317 191
Tornado, Champions, Frizante, Premiun, Jumbo, Premier, Ergonopedic, Conforpedic	<p>Dinastic</p> 	Matriz: Vía a Daule Km 10.5 Solar 5 Guayaquil - Ecuador  Sucursal Cornelio Vintimilla 101- 102 y Calle del Retorno Cuenca – Ecuador	

Fuente: Páginas Amarillas

Elaborado por: Tatiana Carrión

### **Análisis:**

Los proveedores detallados anteriormente son los más importantes en la comercializadora y distribuidora “El Dormilón” esto representa una oportunidad de carácter alto ya que la nueva política del gobierno está fomentando la producción nacional y todas las empresas antes mencionadas son establecidas en Ecuador y tratarán de buscar soluciones para no sentirse tan afectadas con la reducción de importaciones ya que ciertos insumos o productos que utilizan para fabricar un colchón no lo tiene en sus totalidad en el país.

### **2.2.5.3 COMPETENCIA**

“La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado”, y elegir a quién comprar o adquirir estos bienes y servicios. (Coronel, 2013)

#### **2.2.5.3.1 Competencia Directa**

La competencia directa está formada por empresas que ofertan productos similares o de las mismas marcas.

## Tabla N°12 Clasificación de la Competencia Directa

### 2.2.5.3.1.1 Clasificación de Competencia Directa

EMPRESA	DIRECCIÓN
<p>ALMACEN PUNTO C</p> 	<p>Av. Teniente Hugo Ortiz S25-202 y Cusubamba</p>
<p>ALMACEN FAMILIAR</p> 	<p>Cusubamba Oe3-02 y Av. Teniente Hugo Ortiz</p>

Elaborado Por Tatiana Carrión

**Tabla N°13 Competencia Punto C**

ALMACEN	PUNTO C
ESTRELLA 	VACA LECHERA 
Muebles	Cochones
INCOGNITA 	HUESO 
Electrodomésticos	Adornos

Elaborado por: Tatiana Carrión

**Tabla N°14 Competencia Almacén Familiar**

ALMACEN	FAMILIAR
ESTRELLA 	VACA LECHERA 
Colchones Chaide y Chaide	Juegos de Dormitorio
INCOGNITA 	HUESO 
Juegos de Sala	Camas Metálicas

Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis:**

Para la empresa “El Dormilón” la competencia directa representa una oportunidad de carácter alto ya que las distribuidoras que están ubicadas en la misma avenida no se dedican estrictamente a la venta de colchones anti ácaros, porque el target de la competencia está enfocado a la venta de muebles y juegos de comedor en general siendo los colchones su segundo o tercer producto a distribuir, en cambio para la comercializadora y distribuidora serán los

colchones su producto estrella.

### 2.2.5.3.2 Competencia Indirecta

Está formada por productos sustitutos o aquellos que actualmente no son competidores, pero que pueden serlo en el futuro por que satisfacen las mismas necesidades. **(Berthelot, 1952)**

#### Tabla N° 15 Clasificación de la Competencia Indirecta

##### 2.2.5.3.2.1 Clasificación de Competencia Indirecta

CENTROS COMERCIALES	UBICACIÓN
QUICENTRO SUR	Av. Moran Valverde y Quitumbe Ñan
ATAHUALPA	Av. Mariscal Sucre
RECREO	Av. Maldonado

#### Análisis:

Para la empresa “El Dormilón” la competencia indirecta representa una oportunidad de carácter medio por que en los centros comerciales subirá el precio del bien, por gastos administrativos, ventas y operacionales que tienen los mismos.

### 2.2.6 FODA

Es una herramienta que nos permite crear un cuadro de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para saber la situación actual y tener una visión clara de la empresa para concluir con toma de decisiones.

Las Fortalezas y Debilidades son internas de la organización y las Oportunidades y Amenazas son del entorno local de la organización.

**TABLA N°16 Análisis FODA**

ENTORNO EXTERNO	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
PIB	X					
Inflación				X		
Tasa de Interés Activa				X		
Tasa de Interés Pasiva	X					
Factor Cultural	X					
Factor Social			X			
Población						
PEA	X					
Factor Legal	X					
ENTORNO INTERNO			X			
Misión		X				
Visión		X				
Objetivos		X				
Principios y Valores	X					
Gestión Administrativa	X					
Gestión Operativa			X			
Gestión Comercial						
Clientes	X					
Proveedores	X					
Competencia					X	

Elaborado por: Tatiana Carrión

## CAPÍTULO 3

### 3.1 ESTUDIO DE MERCADO

“La investigación de mercado se define como el diseño sistemático, la recolección, el análisis y la presentación de datos y conclusiones relativos a una situación de marketing específica que enfrenta una Empresa”. (Keller, 2012)

### 3.2 Análisis del Consumidor

#### 3.2.1 Consumidor:

Es una persona natural o jurídica que tiene necesidades de comprar o negociar un bien o servicio a cambio de una utilidad para el proveedor, el mismo que ofertara o venderá su producto o servicio a determinado costo con el objetivo de obtener rentabilidad para la

empresa a su mando.

El consumidor o llamado también cliente es el actor más importante de la vida de las empresas el mismo que toma decisiones las mismas que son: ¿Qué Comprar?, ¿Dónde Comprar?, ¿Cuándo Comprar?, ¿En qué medio?

Son muchas preguntas a la vez, pero en la necesidad de adquirir cierto producto, con la vida tan rápida que ahora llevamos los seres humanos, optamos por medios de información como son televisión, radio e internet o por salir a recorrer y cotizar en distintos almacenes para así obtener la oferta más conveniente, con el objetivo de encontrar un bien o servicio a determinado costo, el mismo que satisfaga necesidades primarias y secundarias.

No podemos determinar o saber exactamente que piensa el consumidor al momento de adquirir cierto bien o servicio lo que si podemos estar claros es que la empresa “El Dormilón” se encargara de comercializar y distribuir colchones anti ácaros en todas las medidas y precios y nuestro mayor objetivo será tener un consumidor satisfecho brindándole precios bajos, calidad y variedad en colchones anti ácaros.

El consumidor o cliente es la vida de la empresa ya que sin está interrelación que

existe entre Consumidor – Empresa no existirían compras ni ventas ni partidas dobles.

En el Ecuador existen defensorías para el consumidor para que la persona que se siente afectada en caso de que un producto no este de conformidad con el cliente y con su debida razón, exista alguna solución.

El objetivo da la comercializadora y distribuidora “El Dormilón” es satisfacer las necesidades de cada consumidor que conozca el colchón garantizado y confortable para su salud o visite sus instalaciones.

### **3.3 Determinación de la Población y Muestra**

Es un grupo de personas que viven en un espacio geográfico o área delimitada por fronteras las mismas que podrán ser observadas en una investigación.

La población para el presente proyecto según los datos proporcionados por el Distrito Metropolitano de Quito por la Zona Eloy Alfaro son de los siguientes sectores.

Turubamba 53.490 habitantes

Quitumbe 79.075 habitantes

Chillogallo 58.199 habitantes

**TABLA N°17 Población**

Población por Parroquias 2010	Número de Habitantes
Turubamba	53.490
Quitumbe	79.075
Chillogallo	58.199
Total Población	190.764

Fuente: Quito.gob.ec / Parroquias Distrito Metropolitano de Quito

Elaborado por: Tatiana Carrión

Para el presente proyecto tomamos en cuenta la población del año 2010, los sectores tomados en cuenta son por la cercanía a la empresa.

### 3.3.1 Muestra

Para determinar la muestra lo realizaremos con la siguiente formula

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

con un población de 190.764 seleccionadas entre las parroquias de Turubamba, Quitumbe y Chillogallo las mismas que estarían cerca a la comercializadora y distribuidora “El Dromillon”.

#### 3.3.1.1 FORMULA PARA CALCULAR LA MUESTRA

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

Donde:

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

E<sup>2</sup>= Error máximo admisible (5%)

P= Probabilidad del éxito (50%)

q= Probabilidad del Fracaso (50%)

z= Distribución normal en estadística cuando el NC=96%, el valor de z = 1,96

$$n = \frac{190.764*(0.5)*(0.5)*(1.96)^2}{(190.764 - 1) (0.05)^2+(0.5)*(0.5)*(1.96)^2}$$

n= 384

### 3. 4 TÉCNICAS PARA LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Las técnicas de obtención de la información son documentos o herramientas del trabajo intelectual, que permite obtener, organizar, correlacionar, cuantificar y cualificar los datos recopilados.

Las técnicas deben tener relación unas con otras y deben ser manejadas bajo criterios cronológicos y en orden. (Arellano)

La información a recopilar puede ser de 2 tipos:

Primaria y Secundaria

“Información Primaria: Es información original que se recaba con un fin específico o para un proyecto de investigación concreto.” (Guevara, Proyectos, 2015)

“Información Secundaria: Es aquella que ya existe y se ha recopilado para cualquier otro fin. Ésta información es de bajo costo y fácil acceso.” (Guevara, Proyectos, 2015)

Para el presente proyecto utilizaremos las técnicas de recolección de información que se dividen en 3:

- I. Investigación por Observación
- II. Investigación por Focus Groups
- III. Investigación a través de Encuesta

Entre las cuatro clasificaciones para el presente proyecto utilizaremos La Encuesta.

### 3.4.1 La Encuesta

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que se pregunta a los encuestados sobre los datos que se desea obtener.

#### 3.4.1.1 Características de la Encuesta

- Permiten obtener información primaria actual, concreta y especializada del tema.
- Se ahorra tiempo al recopilar una gran cantidad de información.
- Son aplicables a cualquier persona sin importar sus características.

Distintas formas de aplicarlas:

- Cuestionario
- Entrevista

Para el presente proyecto aplicaremos la Encuesta a la población tomada como muestra de las distintas parroquias. (Guevara, Proyectos, 2015)

**TECNOLOGICO SUPERIOR "CORDILLERA"**

**ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**

**ENCUESTA**

**Buenos días / tardes damas y caballeros**

Lea detenidamente la siguiente encuesta y conteste.

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información referente a

la comercialización de colchones anti ácaros, con fines académicos.

Género: \_\_\_\_\_ Ocupación:

\_\_\_\_\_

Estado Civil: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

1.- ¿Considera usted que es importante el cuidado de su salud utilizando un colchón  
confortable y anti ácaros?

SI ( ) NO ( )

2.- ¿Ha escuchado usted hablar de colchones que cuenten con las siguientes tecnologías?

- a) ultra fresh      c) pillow top      e) anti- ácaro      g) ninguno
- b) extra soft      d) now flip      f) anti-flama

3.- ¿Cuándo decidió comprar un colchón anti ácaros, se basó en?

- a) Publicidad (    )
- b) Referencia de un amigo o familiar (    )
- c) Recorrió almacenes (    )
- d) Por salud (    )

4.- ¿Qué aspecto influye al escoger el almacén donde realizará la compra?

- a) Ubicación (    )
- b) Publicidad (    )
- c) Referencia de un amigo (    )
- d) No toma en cuenta estos aspectos (    )

5.- ¿Considera usted pertinente que en el sector Sur de la ciudad de Quito (Avenida

Teniente Hugo Ortiz) se cree una comercializadora y distribuidora de este tipo de

colchones?

SI ( )

NO ( )

6.- ¿Indique con qué frecuencia usted compra colchones con este tipo de tecnología “anti ácaro”?

a) Una vez al año ( )

b) Cada dos años ( )

c) Cada tres años ( )

7.- ¿Qué precio promedio estaría dispuesto a pagar por este tipo de colchón?

a) \$80 a \$120 ( )

b) \$130 a \$150 ( )

c) \$160 a \$200 ( )

8.- ¿Está usted de acuerdo con este producto y precios que le ofrecen las distintas comercializadoras del país?

SI ( )

NO ( )

9.- ¿Qué es lo primero en lo que se fija al adquirir este producto?

Calidad (    )

Precio (    )

Durabilidad (    )

Confort (    )

10.- ¿Que productos le gustaría a usted que le ofrezca adicionalmente la

comercializadora?

Sábanas (    )

Edredones (    )

Cobertores de Colchón (    )

Gracias por su Colaboración

### 3.4.1.2 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

#### Pregunta N° 1

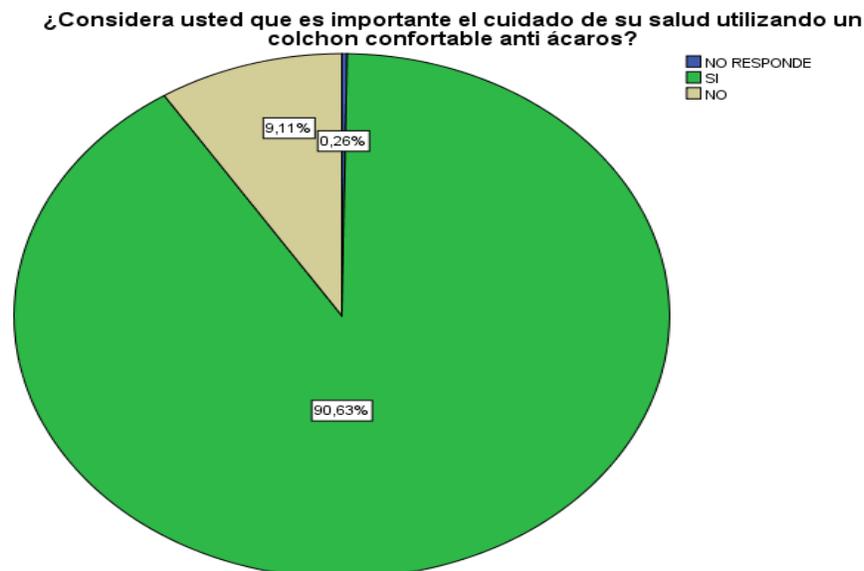
¿Considera usted que es importante el cuidado de su salud utilizando un colchón comfortable anti ácaros?

TABLA N° 18 Pregunta N° 1

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO RESPONDE	1	,3	,3
SI	348	90,6	90,9
NO	35	9,1	100,0
Total	384	100,0	

Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

#### GRÁFICO N° 9 Pregunta 1



Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### Análisis:

En los resultados de la encuesta observamos que el hombre ha dado un giro de 360°, a esta interrogante han contestado favorablemente el 90.63% considerando que es importante el cuidado de su salud utilizando un colchón anti ácaros lo cual representa una oportunidad para nosotros, denotando que tendremos gran aceptación y acogida en el mercado, con un producto que a más de brindar confort, piensa en la salud del cliente.

### PREGUNTA N°2

**¿Ha escuchado usted hablar de colchones que cuenten con las siguientes tecnologías?**

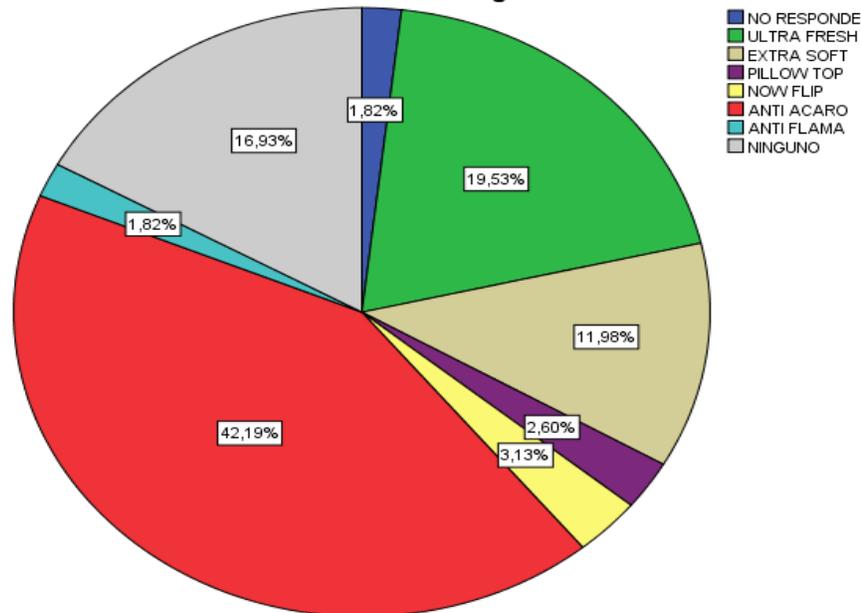
**TABLA N°19 Pregunta 2**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO RESPONDE	7	1,8	1,8	1,8
ULTRA FRESH	75	19,5	19,5	21,4
EXTRA SOFT	46	12,0	12,0	33,3
PILLOW TOP	10	2,6	2,6	35,9
NOW FLIP	12	3,1	3,1	39,1
ANTI ACARO	162	42,2	42,2	81,3
ANTI FLAMA	7	1,8	1,8	83,1
NINGUNO	65	16,9	16,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

## GRÁFICO N° 10 Pregunta 2

¿Ha escuchado usted hablar de colchones que cuenten con las siguientes tecnologías?



Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### Análisis:

En cuanto a tecnología, tenemos variedad de lanzamientos nuevos los mismos que son novedosos y confortables para entender cuán importante es adquirir un colchón con dichas características, la nueva presentación del colchón ahora proporciona la característica de anti ácaros que obtiene un 42.19% es decir libre de gérmenes y bacterias que pueden ser nocivas para nuestra salud, de tal manera que garantice el confort y la seguridad para cuidar de la salud mientras descansamos.

Es una gran oportunidad este porcentaje obtenido en la encuesta ya que observamos que nuestros posibles clientes tienen en mente el producto que nuestra empresa ofertará.

### PREGUNTA N°3

¿Cuándo decidió comprar un colchón anti ácaros, se basó en?

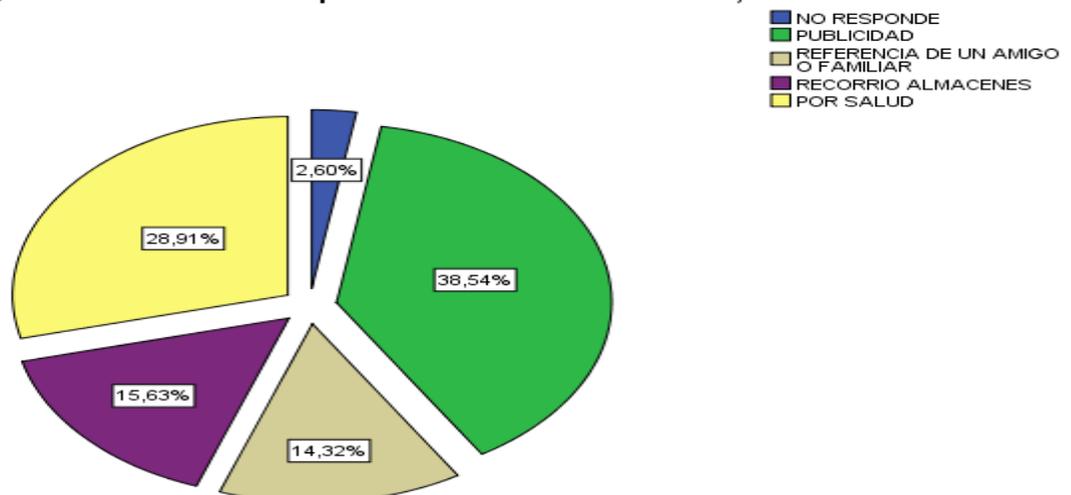
TABLA N° 20 Pregunta 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO RESPONDE	10	2,6	2,6	2,6
PUBLICIDAD	148	38,5	38,5	41,1
REFERENCIA DE UN AMIGO O FAMILIAR	55	14,3	14,3	55,5
RECORRIO ALMACENES	60	15,6	15,6	71,1
POR SALUD	111	28,9	28,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### GRÁFICO N° 11 Pregunta 3

¿Cuándo decidió comprar un colchón anti ácaros, se basó en?



Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### Análisis:

Analizando esta pregunta, se observa que la publicidad juega un papel muy importante obteniendo el 38.54% a la hora de adquirir cierto producto en el mercado nacional, de esta manera las personas intuyen la calidad del producto, la duración o las ventajas que van a recibir al realizar dicha compra, pero observamos que salud con un 28.91% también va de la mano con la decisión de comprar un colchón por ello las otras características aún pasan por desconocidas.

Es una gran oportunidad para el giro de nuestro negocio, una de las actividades que tenemos a realizar será difundir publicidad y hacer conocer que no solo compra un colchón usted adquiere salud.

### PREGUNTA N°4

**¿Qué aspecto influye al escoger el almacén donde realizará la compra?**

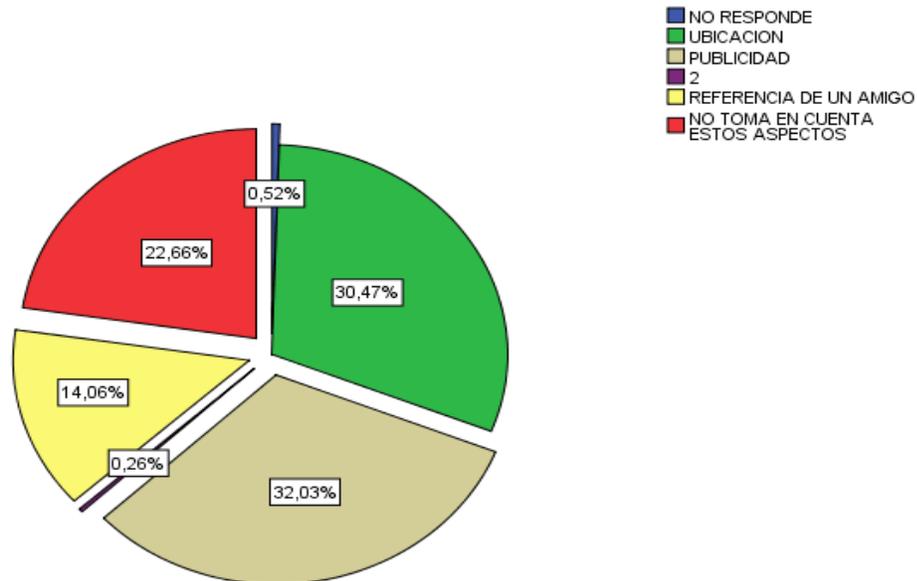
**TABLA N°21 Pregunta 4**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO RESPONDE	2	,5	,5	,5
UBICACIÓN	117	30,5	30,5	31,0
PUBLICIDAD	123	32,0	32,0	63,0
REFERENCIA DE UN AMIGO	54	14,1	14,1	77,3
NO TOMA EN CUENTA ESTOS ASPECTOS	87	22,7	22,7	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**GRAFICO N° 12 Pregunta 4**

**¿Que aspecto influye al escoger el almacen donde realizará la compra?**



Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis:**

Realizando el análisis respectivo, ha influido al momento de realizar la compra de un colchón anti ácaros, la publicidad que despliega el industrial en favor de su producción o la comercializadora por obtener mayor cantidad de clientes y así más ingresos, seguido de esto el sector donde adquirirlo si es cercano a donde trabaja o su domicilio para mayor comodidad del cliente.

## PREGUNTA N°5

¿Considera usted pertinente que en el sector Sur de la ciudad de Quito

(Av.T.H.O.) se cree una comercializadora y distribuidora de colchones?

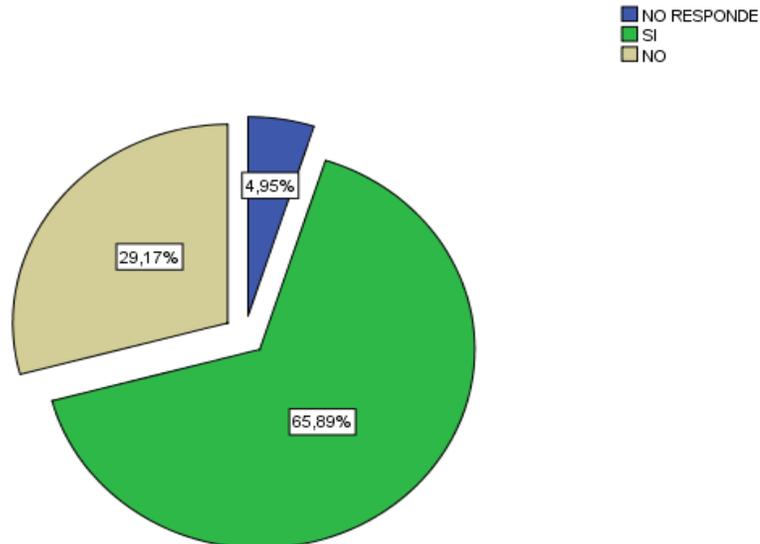
**TABLA N° 22 Pregunta 5**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO RESPONDE	19	4,9	4,9	4,9
	SI	253	65,9	65,9	70,8
	NO	112	29,2	29,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

## GRÁFICO N° 13 Pregunta 5

¿Considera usted pertinente que en el sector Sur de la ciudad de Quito (Av. T.H.O.) se cree una comercializadora y distribuidora de colchones?



Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### Análisis:

El 65,89% ha determinado que está de acuerdo en que se cree una comercializadora de colchones anti ácaros, al sur de la ciudad de Quito, especialmente en la Avenida Teniente Hugo Ortiz, toda vez que la ciudad se ha extendido a lo largo y ancho de su superficie, por cuanto ha crecido la población y en los espacios centrales de la ciudad es imposible adquirir un lote de terreno o una casa en venta, además la presencia de centros comerciales, hacia esta dirección, viabilizará el intercambio comercial en este sector, tan codiciado actualmente por los empresarios y fabricantes.

### PREGUNTA N° 6

**¿Indique con qué frecuencia usted compra colchones con este tipo de tecnología "anti ácaros"?**

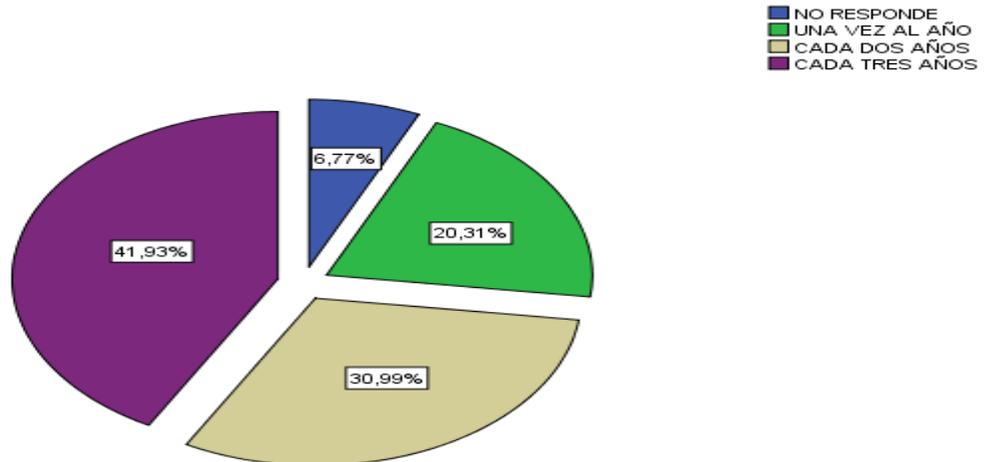
**TABLA N° 23 Pregunta 6**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO RESPONDE	26	6,8	6,8	6,8
UNA VEZ AL AÑO	78	20,3	20,3	27,1
CADA DOS AÑOS	119	31,0	31,0	58,1
CADA TRES AÑOS	161	41,9	41,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### GRÁFICO N° 14 Pregunta 6

¿Indique con que frecuencia usted compra colchones con este tipo de tecnología "anti ácaros"?



Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

#### Análisis:

Tomando en cuenta la economía del país, así como también de los hogares ecuatorianos, la respuesta es que cada tres años, estarían en condiciones de adquirir un nuevo colchón y con esta característica anti ácaros es muy favorable para la comercializadora ya que, con la población en constante crecimiento en este sector y con la proyección extendida hasta cinco años obtendríamos posicionamiento de mercado.

## PREGUNTA N°7

¿Qué precio promedio estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de colchón?

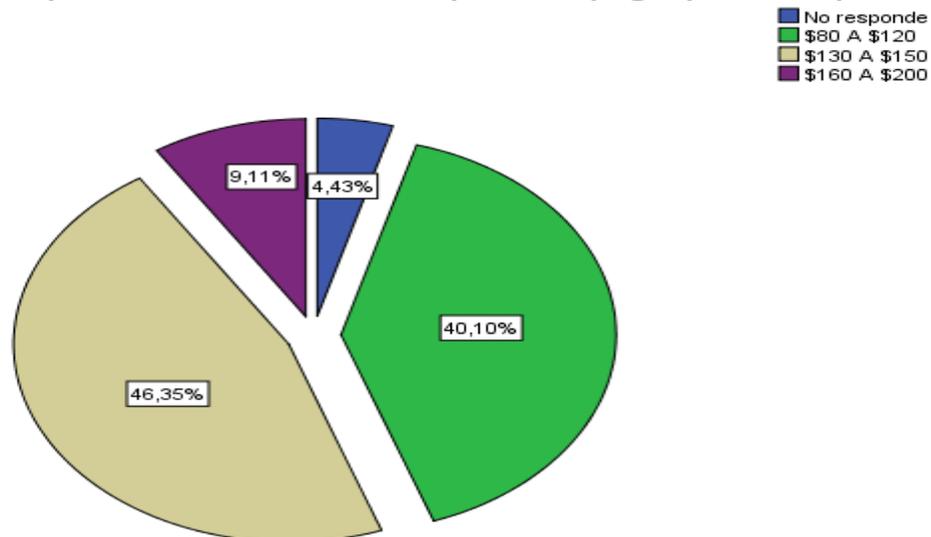
TABLA N° 24 Pregunta 7

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
No responde	17	4,4	4,4	4,4
\$80 A \$120	154	40,1	40,1	44,5
\$130 A \$150	178	46,4	46,4	90,9
\$160 A \$200	35	9,1	9,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

GRÁFICO N° 14 Pregunta 7

¿Que precio promedio estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de colchon?



Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis:**

El 46.35% asigna un precio promedio por la calidad y característica de este colchón de \$130 a \$ 150, resaltando que el sueldo básico oscila en los \$350. Y los encuestados cada tres años estarían en condiciones de mediar su sueldo para adquirir este producto. De igual manera los industriales y productores de este tipo de colchón deberían manejar la política económica en su producción en relación al sueldo básico, promedio de los ecuatorianos.

**PREGUNTA N°8**

**¿Está usted de acuerdo con este producto y precio que le ofrece las distintas comercializadoras del país?**

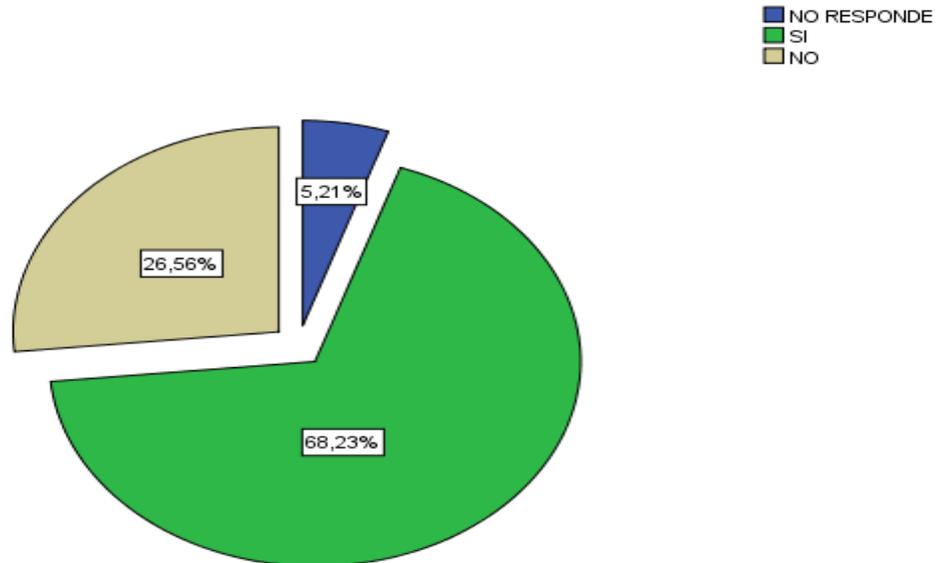
**TABLA N° 25 Pregunta 8**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO RESPONDE	20	5,2	5,2	5,2
SI	262	68,2	68,2	73,4
NO	102	26,6	26,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### GRÁFICO N° 16 Pregunta 8

¿Esta usted de acuerdo con este producto y precio que le ofrece las distintas comercializadoras del país?



Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

#### Análisis:

El 68%, está de acuerdo una vez observado el análisis anterior. La competencia en el sector no es visible así que observamos un punto a favor en esta oportunidad que nos brinda el mercado.

## PREGUNTA N°9

¿Qué es lo primero en lo que se fija al adquirir este producto?

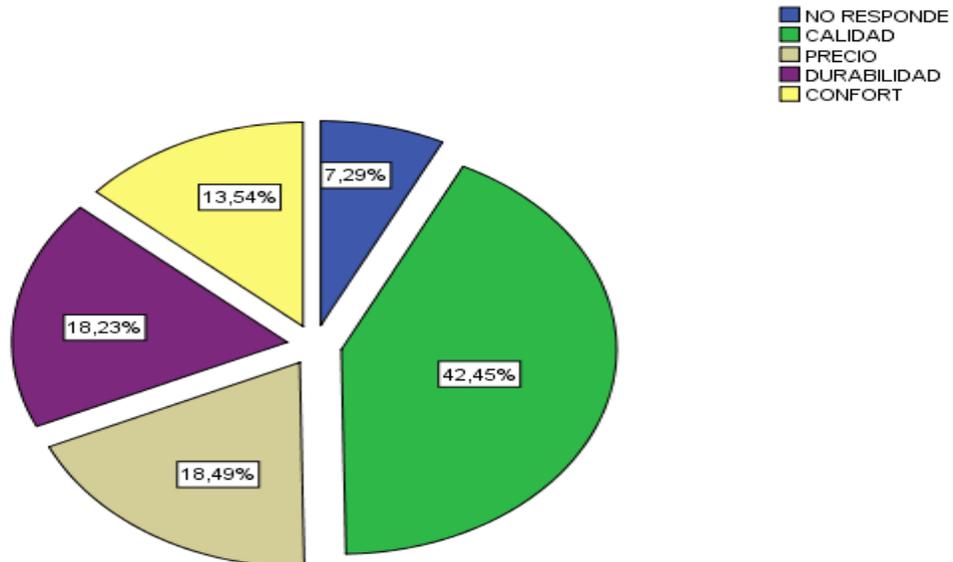
TABLA N° 26 Pregunta 9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO RESPONDE	28	7,3	7,3	7,3
CALIDAD	163	42,4	42,4	49,7
PRECIO	71	18,5	18,5	68,2
DURABILIDAD	70	18,2	18,2	86,5
CONFORT	52	13,5	13,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

GRÁFICO N° 17 Pregunta 9

¿Que es lo primero en lo que se fija al adquirir este producto?



Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis:**

En un 42.45%, conocen de la calidad de este producto, toda vez que el aspecto publicitario de los fabricantes y la competitividad del mercado ha marcado esta exigencia, brindar al público un producto anti ácaros. En cuanto a las otras ofertas de la industria de estos colchones, aún se desconoce.

**PREGUNTA N°10**

**¿Qué productos le gustaría a usted que le ofrezca adicionalmente la comercializadora?**

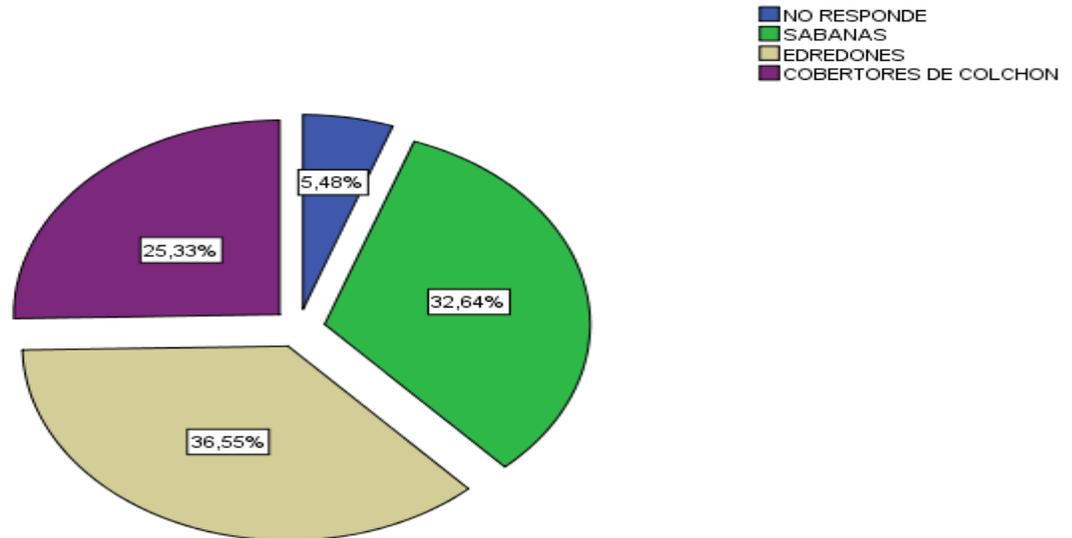
**TABLA N° 27 Pregunta 10**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO RESPONDE	21	5,5	5,5	5,5
	SABANAS	125	32,6	32,6	38,1
	EDREDONES	140	36,5	36,6	74,7
	COBERTORES DE COLCHON	97	25,3	25,3	100,0
	Total	383	99,7	100,0	
Total		384	100,0		

Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### GRÁFICO N° 18 Pregunta 10

¿Que productos le gustaría a usted que le ofrezca adicionalmente la comercializadora?



Fuentes: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

#### Análisis:

Los edredones han llamado la atención de los encuestados, creen que este producto es necesario en su combinación a la compra de un colchón anti ácaros. Es necesario mantener elegante su dormitorio, justamente porque es el lugar donde descansa la familia ecuatoriana, luego de una gran jornada de trabajo.

### 3.5 DEMANDA

Es “la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca Urbina E. d., 2010)

La demanda son deseos de un producto específico respaldado por la capacidad de pago, las empresas deben hacer un estudio minucioso de las personas que quieren su producto y de aquellas que necesitan, carecen y pueden pagarlo. (Keller, 2012)

#### 3.5.1 CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL

Para el presente cálculo tomaremos como referencia las encuestas realizadas en aceptación del producto y frecuencia del producto.

Datos para calcular la demanda actual:

**TABLA N° 28 Muestra de la Población**

Población	<b>190764</b>
Muestra	<b>384</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**TABLA N°29 Aceptación del Producto**

Aceptación			
SI	349	90,89	%
NO	35	9,11	%
TOTAL	384	100	%

Fuente: Estudio de Mercad  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**TABLA N°30 Frecuencia de compra del producto**

Frecuencia			
Una vez al año	78	20,31	%
Cada dos años	119	30,99	%
Cada tres años	187	48,70	%
TOTAL	384	100	%

Fuente: Estudio de Mercad  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**TABLA N°31 Precio de compra del productor**

Precio			
80 a 120 usd	154	40,10	%
130 a 150 usd	195	50,78	%
160 a 200 usd	35	9,11	%
TOTAL	384	100	%

Fuente: Estudio de Mercad  
Elaborado por: Tatiana Carrión

- El porcentaje mayor de aceptación es de: 90,89
- El porcentaje mayor de frecuencia es de: 48,70
- En el precio promedio observamos al de mayor aceptación en las encuestas a 130 a 150 usd con un 50,78

## Resultado de la Encuesta

### 3.5.2 ACEPTACION

Población \* Porcentaje mayor de aceptación = Aceptación del Proyecto

$$190.764 * 0,9089 = 173.385,40$$

### 3.5.3 FRECUENCIA

Aceptación \* Porcentaje de Frecuencia \* Tiempo = Frecuencia de Compra

$$173.385,40 * 0,4870 * 3 = 253.292,46$$

### 3.5.4 PRECIO PROMEDIO

Rango de Precios / 2 = Precio Promedio

$$130 + 150 / 2 = 140$$

### 3.5.5 Cálculo de la Demanda Actual

Frecuencia de compra \* Precio promedio aceptado = Aceptación de Personas

$$253.292,46 * 140 = 35.460.944,22$$

### TABLA N° 32 Proyección de la Demanda

Proyección de la demanda					
Aceptación	190.764,00	0,9089		173.376,66	Habitantes
Frecuencia	173.376,66	0,4870	3	253.292,46	Habitantes
Precio	253.292,46	0,5078	140	35.460.944,22	usd

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por Tatiana Carrión

### 3.5.6 DEMANDA PROYECTADA

Los cálculos de la demanda proyectada se tomarán de resultados estadísticos los mismos que podrán sufrir variación por medios políticos, económicos y sociales en el transcurso del tiempo.

**TABLA N°33 Proyección de la Demanda**

Proyección de la demanda (Tasa crecimiento 6,5)			
Año	Demanda actual	Tasa de crecimiento	Demanda proyectada
2014	35.460.944,22	1	35.460.944,22
2015	35.460.944,22	1,065	37.765.905,60
2016	37.765.905,60	1,065	40.220.689,46
2017	40.220.689,46	1,065	42.835.034,28
2018	42.835.034,28	1,065	45.619.311,51
2019	45.619.311,51	1,065	48.584.566,75

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Tatiana Carrión

### 3.6 OFERTA

Se entiende por oferta a la cantidad de bienes y servicios a disposición del público en general, sean producidos o comercializados y puestos al mercado a cambio de un rubro económico el mismo será de beneficio para el vendedor y así satisfacer las necesidades de los clientes.

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

La oferta está en función de los precios del producto en el mercado.” (Guevara, Proyectos, 2015)

### TABLA N° 34 Competencia

Competencia			
SI	282	73,44	%
NO	102	26,56	%
TOTAL	384	100	%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Tatiana Carrión

### 3.6.1 OFERTA ACTUAL

“El objetivo es medir las cantidades en que una economía puede poner a disposición del mercado un bien o servicio.” (Guevara, Proyectos, 2015)

#### Calculo de la Oferta Actual

### TABLA N°35 Oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Porcentaje de la Competencia	Oferta Proyectada
2014	35.460.944,22	0,73	26.041.630,91

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Tatiana Carrión

### 3.6.2 OFERTA PROYECTADA

Para proyectar la oferta, se debe considerar la demanda proyectada del bien o servicio por parte de los oferentes actuales o la entrada de nuevos proveedores en al área.

Para obtener el resultado de la oferta proyectada tomamos como referencia el porcentaje positivo de la encuesta realizada acerca de la competencia si están satisfechos con los productos que ofrece la misma.

Este porcentaje fue del 73.44%

### Calculo de la Proyección de la Oferta

**TABLA N° 36 Proyección de la Oferta**

Proyección de la oferta			
Año	Demanda proyectada	Competencia	Oferta Proyectada
2015	35.460.944,22	0,7344	26.041.630,91
2016	37.765.905,60	0,7344	27.734.336,92
2017	40.220.689,46	0,7344	29.537.068,82
2018	42.835.034,28	0,7344	31.456.978,30
2019	45.619.311,51	0,7344	33.501.681,89

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Tatiana Carrión

### 3.7 BALANCE OFERTA – DEMANDA

El análisis de la oferta y demanda proyectada nos ayudará a determinar la demanda insatisfecha la misma que se obtiene con el siguiente cálculo restando demanda proyectada menos oferta proyectada, es el mercado que aún no ha sido explorado.

**TABLA N°37 Demanda Insatisfecha**

Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
2015	35.460.944,22	26.041.630,91	9.419.313,31
2016	37.765.905,60	27.734.336,92	10.031.568,67
2017	40.220.689,46	29.537.068,82	10.683.620,64
2018	42.835.034,28	31.456.978,30	11.378.055,98
2019	45.619.311,51	33.501.681,89	12.117.629,62

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Tatiana Carrión

Como es la demanda insatisfecha a nivel nacional, es alta, sin embargo, la gestión de proyectos señala que una nueva unidad de producción está en capacidad de cubrir entre el 2 – 6% de la demanda insatisfecha.

## CAPÍTULO IV

### 5. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico “comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto a ejecutarse.” (URBINA, Proyectos, 2006)

El Estudio técnico aclara interrogantes acerca de la necesidad de capital, mano de obra, recursos tecnológicos, en fin todo lo que se necesita para poner en marcha el proyecto.

Objetivos del Estudio Técnico

- Determinar la localización óptima del proyecto.
- Establecer los requerimientos de maquinaria y equipos tecnológicos.

- Diseñar y readecuar el espacio físico para emprender l comercializadora.
- Definir el modelo administrativo y jurídico de la empresa. (Nassir y Reinaldo Sapag Chain, 2013)

### 5.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto “se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que calcule por tanto de ahí determinamos la rentabilidad del mismo.” (Sapag, 4° Edición)

La determinación del tamaño del proyecto es de gran importancia ya que tendremos claras las inversiones y financiamientos que implantáremos en la empresa para obtener rentabilidad.

En este estudio observamos ubicación la misma que ayudara a nuestro cliente a sentirse bien al momento de realizar su compra de igual manera todo acerca de la macro localización y micro localización, capacidad óptima de la empresa para brindar un mejor servicio pensando en todas las necesidades requeridas sobre funcionamiento empresarial.

## 5.2 CAPACIDAD INSTALADA

El presente proyecto tiene una capacidad de 365 m<sup>2</sup> y está dividida en las siguientes áreas.

### Distribución de áreas de la planta

- Área de Atención al Cliente 33m<sup>2</sup>
- Área Administrativa 20 m<sup>2</sup>
- Área de Ventas 97 m<sup>2</sup>
- Área de Recepción 35 m<sup>2</sup>
- Bodega 40 m<sup>2</sup>
- Archivo 20 m<sup>2</sup>
- Baños 10 m<sup>2</sup>
- Parqueaderos 60m<sup>2</sup>
- Áreas Verdes 40 m<sup>2</sup>

### 5.3 CAPACIDAD ÓPTIMA

La capacidad óptima de la empresa está determinada por los departamentos que la conforman con una área total de , sin contar con espacios verdes ni parqueaderos, en este caso podemos recalcar que la distribuidora y comercializadora se encuentra ubicada entre las Avenidas principales del Sur del D.M.Q. por esta vía recorren muchas personas que visitan el centro comercial de mayor afluencia al Sur de Quito , en el mismo se encuentran ubicadas todo el sector financiero y departamentos de trámites poblacionales como son el Registro Civil y el Servicio de Rentas Internas.

Tiene la capacidad para comercializas y distribuir en 255 m<sup>2</sup>.

- Área de Atención al Cliente 33m<sup>2</sup>
- Área Administrativa 20 m<sup>2</sup>
- Área de Ventas 97 m<sup>2</sup>
- Área de Recepción 35 m<sup>2</sup>
- Bodega 40 m<sup>2</sup>
- Archivo 20 m<sup>2</sup>
- Baños 10 m<sup>2</sup>

## 5.4 LOCALIZACIÓN

Esta dada por la Macro localización y la Micro localización

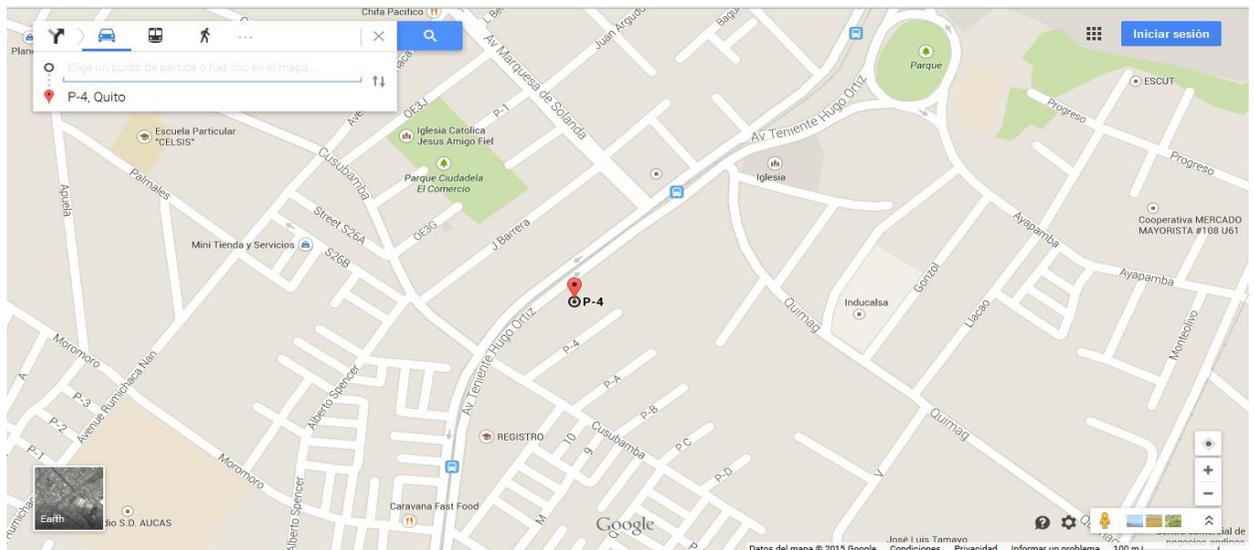
### 5.4.1 MACRO LOCALIZACIÓN

**TABLA N° 36 Macro localización de la empresa “El Dormilón**

MACRO	LOCALIZACION
PAIS	Ecuador
PROVINCIA	Pichincha
CANTON	Quito
PARROQUIA	Quitumbe
SECTOR	Turubamba

Fuente: Distrito Eloy Alfaro

Elaborado por: Tatiana Carrión



Fuente: Google maps

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON TELA ULTRAFRESH CON VENTAS ONLINE UBICADO EN EL SUR DEL D.M.Q.**

#### **5.4.2 MICRO LOCALIZACIÓN**

La empresa “EL DORMILON” estará ubicada en el Sector de Quitumbe entre la Avenida Teniente Hugo Ortiz y Cusubamba, se eligió este sitio por la afluencia de gente y las condiciones necesarias tanto en cercanía con centros comerciales, terminales de transportes entre otros, para satisfacer las necesidades de la población con espacios óptimos para la comodidad del cliente.

#### **5.4.3 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA**

La localización óptima de un proyecto en su gran mayoría ayudará a determinar la rentabilidad del mismo sea mensual o diaria para obtener un porcentaje mínimo pero representativo diariamente.

El presente proyecto tendrá una localización óptima para “que contribuya a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u así obtener un costo unitario mínimo.” (Baca Urbina E. d., 2010)

#### **Aspectos de la Localización Óptima del Proyecto**

- Espacios de estacionamiento.

- Provisión de todos los servicios básicos.
- Adecuadas vías de acceso.
- Amplias instalaciones.
- Cercanía de Instituciones públicas y empresariales importantes.

### **Método de Puntajes Ponderados**

“El método consiste en identificar los factores que se consideran determinantes, para la ubicación. Luego se asigna un peso específico a cada uno de ellos dependiendo de la importancia que tenga para el proyecto.” (Barreno, 2005)

Con este método damos valor a los factores de cercanía, ubicación determinando la comodidad de nuestro futuro cliente.

Se determina de acuerdo a la importancia que tiene cada Factor Relevante considerando la macro y micro localización del proyecto, los mismos que serán comparados con valores obteniendo una ponderación y calificación de su localización.

## Matriz de Localización

La ponderación que se otorgara para la matriz del proyecto a ejecutarse son: 10 = Alto

8 = Medio 6= Bajo

**TABLA N°37 Matriz de Localización**

FACTORES RELEVANTES	PONDERACIÓN	PARROQUIA TURUBAMBA		PARROQUIA QUITUMBE		PARROQUIA CHILLOGALLO	
		Calif.	Total	Calif.	Total	Calif.	Total
Vías de Acceso	0.10	10	1.00	8	0.80	10	1.00
Transporte	0.10	8	0.80	6	0.60	10	1.00
Mercado al que se va a dirigir	0.05	8	0.40	8	0.40	6	0.30
Distancia del Cliente potencial	0.20	8	1.60	6	1.20	6	1.20
Arriendo	0.10	6	0.60	6	0.60	6	0.60
Cercanía a Centros Comerciales	0.10	6	0.60	10	1.00	6	0.60
Competencia	0.15	6	0.90	6	0.90	10	1.50
Servicios Básicos	0.10	10	1.00	8	0.80	8	0.80
Seguridad	0.05	8	0.40	6	0.30	6	0.30
Parqueadero	0.05	10	0.50	6	0.30	6	0.30
<b>TOTAL</b>	1.00		<b>7.80</b>		6.30		7.60

Determinando los factores relevantes para la localización óptima de la comercializadora y distribuidora “El Dormilón” llegamos a la conclusión que la opción que tiene mayor porcentaje es de la Parroquia de Turubamba.

## **5.5 INGENIERIA DEL PROYECTO**

Baca Urbina recalca que “La ingeniería del proyecto se refiere a todos los aspectos técnicos y de operatividad necesaria para comenzar a comercializar el producto, para lo cual se necesita disponer de cierta información proveniente del Estudio de Mercado, Marco Legal, localización, posibilidades financieras y disponibilidad del Factor Humano.”

(URBINA, Evaluación de los Proyectos, 2006)

## **5.6 DISTRIBUCION DE LA PLANTA**

La distribución de la empresa se realizara envase a los códigos y razones de cercanía, esto permitirá ubicar cada área por su importancia y razón.

### **Razones de Cercanía**

Es la importancia de tener una área cerca de la otra, para optimizar tiempo, dinero y esfuerzo físico y mental.

**TABLA N°38 Razones de Cercanía**

RAZONES DE	CERCANIA
CODIGOS	DESCRIPCION
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente necesario que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía Indiferente
X	Cercanía Indeseable

Elaborado por: Tatiana Carrión

### Códigos de Cercanía

Los códigos de cercanía son de mucha importancia para la comercializadora por la razón de estar comunicados entre áreas, con el fin de distribuir de manera óptima cada departamento y no tener espacio innecesario sin uso.

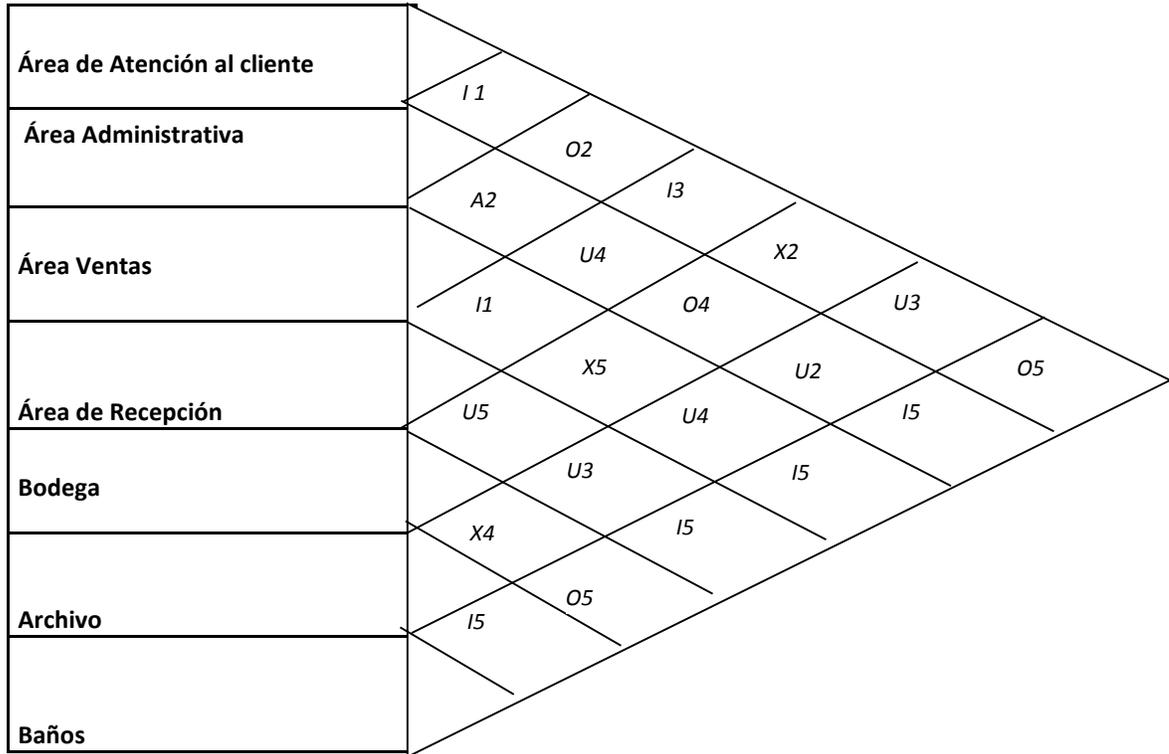
**TABLA N°39 Códigos de Cercania**

CODIGOS DE	CERCANIA
CODIGOS	DESCRIPCION
1	Por Proceso
2	Por Gestión Administrativa
3	Por Convivencia
4	Ruido
5	Higiene

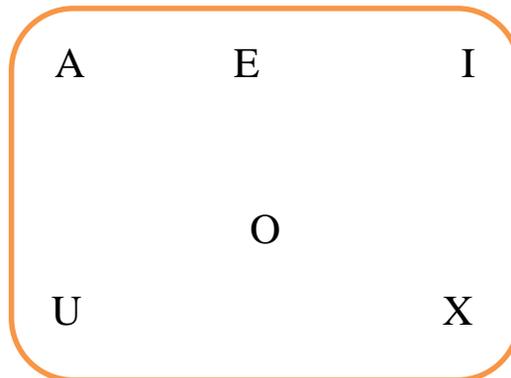
Fuente: (Barreno, 2005)

Elaborado por: Tatiana Carrión

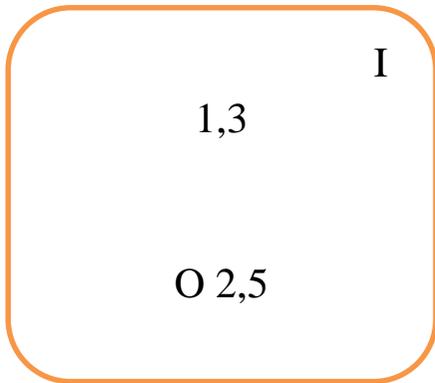
### Matriz Triangular



### Distribución



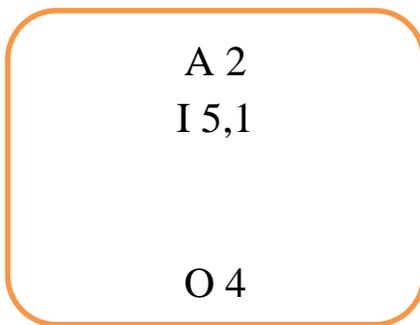
### Área de Atención al Cliente



33m<sup>2</sup>



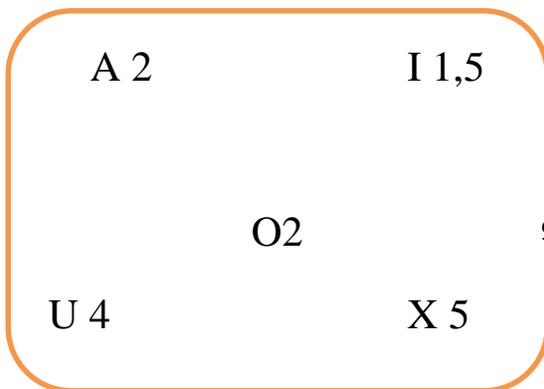
### Área Administrativa



20m<sup>2</sup>



### Área de Ventas



97m<sup>2</sup>



### Área de Recepción

I 5,1,3

U 5,3,4

35m<sup>2</sup>

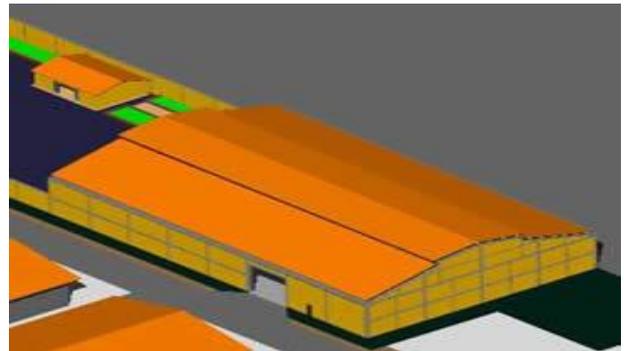


### Bodega

O 5,4

U5 X 4,5,2

40m<sup>2</sup>



### Archivo

I 5

U3,4,2,3 X 4

20m<sup>2</sup>



### Baños

I 5,5,5,5

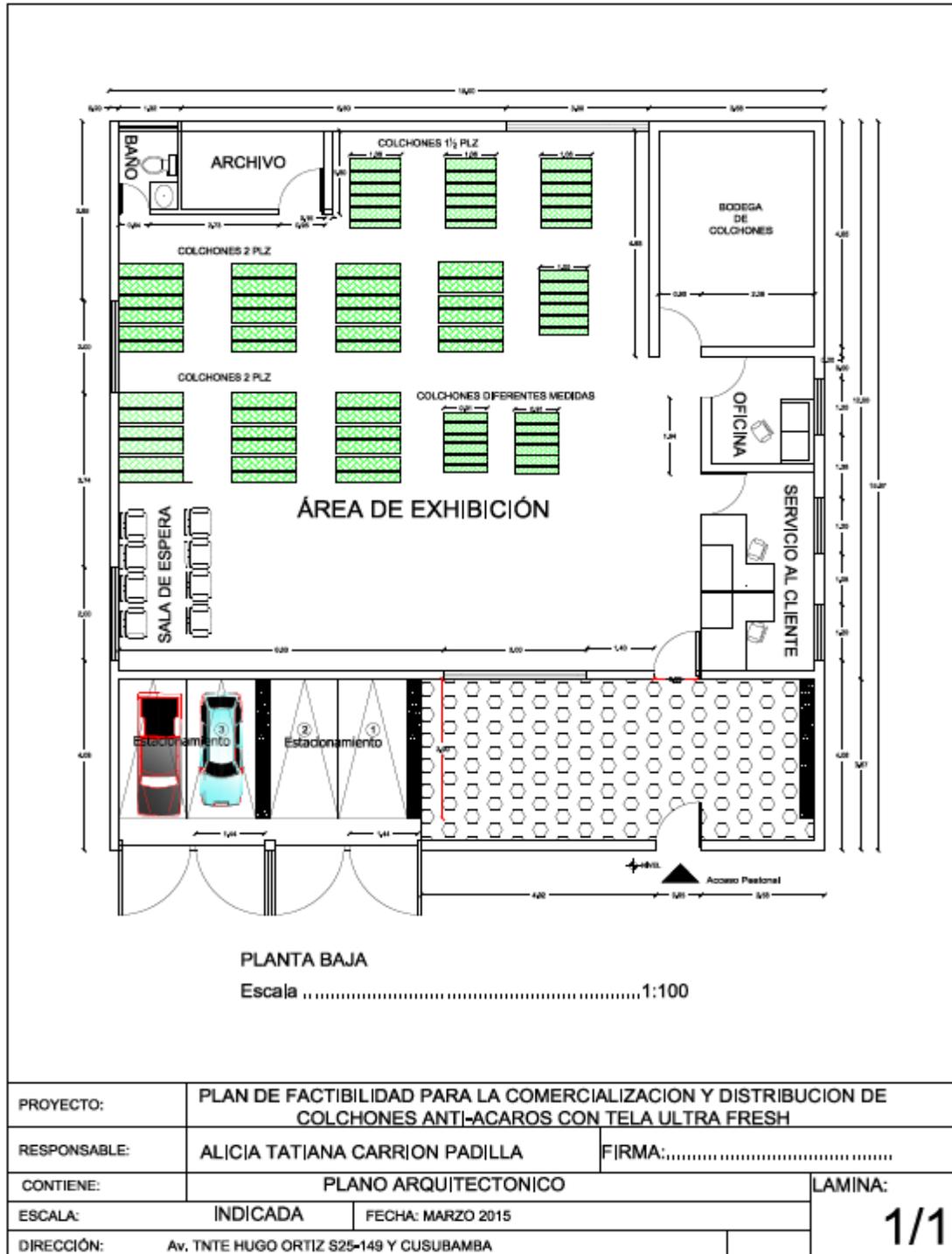
O 5,5

10m<sup>2</sup>



### Esquema de Distribución de la Planta

GRÁFICO N° 19



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON TELA ULTRAFRESH CON VENTAS ONLINE UBICADO EN EL SUR DEL D.M.Q.

**TABLA N°40 Cuadro de Activos empresa “El Dormilón”**

**CUADRO DE ACTIVOS**

CUADRO DE ACTIVOS				
Activo Fijo	Cantidad	Modelo	Valor Unitario	Valor Total
Vehículos				
Camioneta Luv Dmax 2014	1	Chevrolet	22000,00	22000,00
Total vehículos				22000,00
Muebles y Enseres				
Sillas Giratorias	3	Metal	35,00	105
Base de Trabajo en L	1	Madera	110,00	110
Escritorios	2	Madera	75,00	150
Archivadores	4	Metal	65,00	260
Archivadores Aéreos	2	Metal	45,00	90
Sillones	3	Madera	80,00	240
Total Muebles y Enseres				955
Equipo de Computación				
Computador de Escritorio	2	hp	670,00	1340
Impresora	1	hp	390,00	390
Teléfonos Fax	2	Cobbi	80,00	160
Flash Memory	2	Hp	18,00	36
Tablets	3	Alcatel	89,00	267
Total Equipo de Computación				2193
Equipos de Oficina				
Calculadoras	4	Casio	8,90	35,6
Grapadoras	2	Standler	1,40	2,8
Quita grapas	2	Standler	1,20	2,4
Perforadora	2	Standler	2,50	5
Total Equipos de Oficina				45,8
<b>TOTAL ACTIVOS</b>				<b>25193,80</b>

Elaborado por: Tatiana Carrión

## CAPÍTULO V

### 5.1 ESTUDIO FINANCIERO

Es determinar el monto de los recursos económicos que serán necesarios para llevar a cabo el proyecto.

El estudio financiero es lo fundamental en el proyecto. El objetivo básico es determinar los indicadores que serán la base para realizar la evaluación económica del proyecto. (Guevara, Proyectos, 2015)

### 5.2 INGRESOS OPERACIONALES

“Los ingresos operacionales son los que se relacionan directamente a la razón de ser del negocio. Si un ingreso no corresponde al objeto social de la empresa, se lo considera un Ingreso No Operacional, al no ser propio del giro del negocio.” (Guevara, Proyectos, 2015)

**TABLA N° 41 Ingresos Operacionales**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
INGRESOS OPERACIONALES  
ABRIL 2015**

Descripción	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh	2PLZ	150	140,00	21.000,00	252.000,00
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh	11/2PLZ	100	130,00	13000,00	156000
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh	11/4PLZ	75	120,00	9000,00	108000
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh	1PLZ	40	110,00	4400,00	52800
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 47.400,00</b>	<b>\$ 568.800,00</b>

Fuente: Criterio Personal

Elaborado por Tatiana Carrión

**5.2.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS OPERACIONALES**

**TABLA N° 42 Proyección de Ingresos Operacionales**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
PROYECCIÓN DE INGRESOS OPERACIONALES  
ABRIL 2015**

AÑOS	INGRESOS ACTUALES	TASA DE CRECIMIENTO DEL SECTOR 6,45%	INGRESOS PROYECTADOS
Año base 2015	\$ 568.800,00	1,00	\$ 568.800,00
2016	\$ 568.800,00	1,0645	\$ 605.487,60
2017	\$ 605.487,60	1,0645	\$ 644.541,55
2018	\$ 644.541,55	1,0645	\$ 686.114,48
2019	\$ 686.114,48	1,0645	\$ 730.368,86
2020	\$ 730.368,86	1,0645	\$ 777.477,66

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### 5.3 COSTOS Y GASTOS

Son los desembolsos que se usan para cubrir obligaciones o actividades que pertenecen al giro del negocio, las mismas que se relacionan con venta, funcionamiento o ejecución de la empresa. (Guevara, Proyectos, 2015)

#### 5.3.1 COSTOS DE VENTAS

**TABLA N° 43 Costo de Ventas**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
COSTOS DE VENTAS  
ABRIL 2015**

Descripción	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh	2PLZ	150	\$ 117,60	\$ 17.640,00	\$ 211.680,00
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh	11/2PLZ	100	109,20	10920,00	131040
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh	11/4PLZ	75	100,80	7560,00	90720
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh	1PLZ	40	92,40	3696,00	44352
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 39.816,00</b>	<b>\$ 477.792,00</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

#### 5.3.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son todos los que genere las funciones administrativas de la empresa. Es una obligación del gerente propietario estar al día con los mismos y tener conocimiento amplio. (Guevara, Proyectos, 2015)

### TABLA N° 44 Gastos de Personal

#### EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA. GASTOS DE PERSONAL ABRIL 2015

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Décimo Tercero	Decimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte al IEES 11,15%	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Gerente	1	600,00	50,00	28,33	-	66,90	745,23	8.942,80
Contador	1	480,00	40,00	28,33	-	53,52	601,85	7.222,24
Vendedor	1	354,00	29,50	28,33	-	39,47	451,30	5.415,65
Bodeguero	1	354,00	29,50	28,33	-	39,47	451,30	5.415,65
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>1.788,00</b>	<b>149,00</b>	<b>113,33</b>	<b>-</b>	<b>199,36</b>	<b>2.249,70</b>	<b>26.996,34</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### TABLA N° 45 Material de Aseo y Limpieza

#### EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA. MATERIAL DE ASEO Y LIMPIEZA ABRIL 2015

Descripción	Cantidad Anual	Valor unitario	Valor Total Anual
Escoba	2	3,00	6,00
Recogedor	1	2,00	2,00
Trapeador	2	3,00	6,00
Ambiental	5	2,00	10,00
Desinfectante	3	5,00	15,00
Guantes para Manos	2	2,50	5,00
Papel Higiénico * 12 rollos	5	6,00	30,00
Jabón Líquido	4	3,00	12,00
Cloro	3	5,00	15,00
<b>Total</b>			<b>101,00</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**TABLA N° 46 Suministros de Oficina**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
SUMINISTROS DE OFICINA  
ABRIL 2015**

Descripción	Cantidad Anual	Valor unitario	Valor Total Anual
Resma de Papel Bon	4	3,00	12,00
Bloq de Facturas	3	12,00	36,00
Bloq de Recibos	5	8,00	40,00
Esferos	8	0,40	3,20
Lápices	10	0,35	3,50
Grapas	3	1,80	5,40
Clips	3	1,25	3,75
Corrector	3	0,80	2,40
<b>Total</b>			<b>106,25</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**TABLA N° 47 Servicios Básico**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
SERVICIOS BÁSICOS  
ABRIL 2015**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Línea Telefónica	1	15,00	15,00	180,00
Luz	1	10,00	10,00	120,00
Agua	1	6,00	6,00	72,00
<b>Total</b>			<b>31,00</b>	<b>372,00</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**TABLA N° 48 Otros Gastos Administrativos.**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS  
ABRIL 2015**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Renta	1	200,00	200,00	2.400,00
<b>Total</b>			<b>200,00</b>	<b>2.400,00</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por Tatiana Carrión

**5.3.3 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS**

**TABLA N° 49 Proyección de Costos de Ventas**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
PROYECCIÓN DE COSTOS DE  
VENTAS  
ABRIL 2015**

Descripción	Año Base 2015	Inflación 4,5%	2016	2017	2018	2019	2020
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh 2PLZ	211.680,00	1,045	221205,60	231159,85	241562,05	252432,34	263791,79
Colchón Antia caros con tela ultra fresh 1 1/2PLZ	131040,00	1,045	136936,80	143098,96	149538,41	156267,64	163299,68
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh 1 1/4PLZ	90720	1,045	94802,40	99068,51	103526,59	108185,29	113053,63
Colchón Anti ácaros con tela ultra fresh 1PLZ	44352,00	1,045	46347,84	48433,493	50613,00	52890,58	55270,66
<b>Total Costos de Ventas</b>	<b>477792,00</b>	<b>1,045</b>	<b>499292,64</b>	<b>521760,81</b>	<b>545240,05</b>	<b>569775,85</b>	<b>595415,76</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por Tatiana Carrión

**TABLA N° 50 Proyección de Gastos Administrativos**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS  
ABRIL 2015**

Descripción	Año Base 2015	Inflación 4,5%	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Personal	26.996,34	1,045	28211,18	29480,68	30807,31	32193,64	33642,35
Materiales de Aseo y Limpieza	101,00	1,045	105,55	110,29	115,26	120,44	125,86
Suministros de Oficina	106,25	1,045	111,03	116,03	121,25	126,71	132,41
Otros Gastos	2400,00	1,045	2508,00	2620,86	2738,80	2862,04	2990,84
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>29603,59</b>	<b>1,045</b>	<b>30935,75</b>	<b>32327,86</b>	<b>33782,61</b>	<b>35302,83</b>	<b>36891,46</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Tatiana Carrión

#### 5.4 Gastos de Ventas

Son los recursos utilizados para comercializar o vender cierto bien o servicio, tomando en cuenta todos los aspectos como Merchandaising, Gasolina o Páginas Web.

**TABLA N° 51 Gasto de Ventas**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
GASTOS DE VENTAS  
ABRIL 2015**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Internet CNT	1	20,00	20,00	240
Servicios Básicos	1	10,00	10	120
Diseño de página web	1	300,00	300,00	300,00
Merchandasing	1000	0,05	50,00	600,00
Gasolina Extra	40	1,67	66,80	801,60
<b>TOTAL</b>			<b>426,80</b>	<b>2.061,60</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**TABLA N° 52 Proyección de los Gastos de Ventas**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA.  
LTDA.  
PROYECCIÓN DE GASTOS DE  
VENTAS  
ABRIL 2015**

Descripción	Año Base 2015	Inflación 4,5%	2016	2017	2018	2019	2020
Internet CNT	240	1,045	250,80	262,09	273,88	286,20	299,08
Servicios Básicos	120	1,045	125,40	131,04	136,94	143,10	149,54
Diseño de página web	300,00	1,045	313,50	327,61	342,35	357,76	373,85
Merchandasing	600,00	1,045	627,00	655,22	684,70	715,51	747,71
Gasolina Extra	801,60	1,045	837,67	875,37	914,76	955,92	998,94
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>2.061,60</b>	<b>1,045</b>	<b>2154,37</b>	<b>2251,32</b>	<b>2352,63</b>	<b>2458,50</b>	<b>2569,13</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

## 5.5 GASTOS FINANCIEROS

Son todos los rubros que debe pagar la empresa por el capital financiero prestado a determinado plazo.

## 5.6 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

“Estos costos son valores que se desembolsarán ya sea para fines administrativos o comerciales.” (Guevara, Proyectos, 2015)

**TABLA N° 53 Proyección de Costos Anuales**

EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA. PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES ABRIL 2015						
CONCEPTO	2015 Año Base	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos Fijos</b>						
Depreciación	5.331,16	5.331,16	5.331,16	5.331,16	4.600,16	4.600,16
Gastos de Personal	26996,34	28211,18	29480,68	30807,31	32193,64	33642,35
Materiales de Aseo y Limpieza	101,00	105,55	110,29	115,26	120,44	125,86
Suministros de Oficina	106,25	111,03	116,03	121,25	126,71	132,41
Otros Gastos Administrativos	2400,00	2508	2620,86	2738,80	2862,04	2990,84
<b>Total Costos Fijos</b>	34.934,75	36.266,91	37.659,02	39.113,77	39.902,99	41.491,62
<b>Costos Variables</b>						
Gastos Ventas	2.061,60	2.154,37	2.251,32	2.352,63	\$ 2.458,50	2.569,13
<b>Total Costos Variables</b>	2.061,60	2.154,37	2.251,32	2.352,63	2.458,50	2.569,13
<b>Total Costos Anuales</b>	36.996,35	38.421,28	39.910,34	41.466,40	42.361,49	44.060,75

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

## **5.7 INVERSIONES**

Es el capital inicial, con el cual se constituye o pone en marcha una empresa para obtener rentabilidad si este fuera el caso o sea sin fines de lucro, de cualquier modo los dueños o socios deben realizar una inversión la misma que es recuperable por plazos.

### **5.7.1 Inversión Fija**

La inversión fija es la asignación de recursos reales y financieros las mismas que se dividen en recursos tangibles e intangibles necesarios para la realización del proyecto, esto facilitará el costo del mismo en su fase operativa. (Guevara, Proyectos, 2015)

### **5.7.2 Activos Fijos**

Son el conjunto de bienes que son propiedad de la empresa.” Es llamado fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasiona problemas a sus actividades productivas.” (Baca Urbina G. , 2006)

### **5.7.3 Capital de Trabajo**

Es la inversión de una empresa en activos a corto plazo, está formado por el manejo total de los activos circulantes de la empresa financiados mediante fondos a largo plazo.

Se define como el resultado de la diferencia entre activos circulantes y los pasivos de corto plazo.

**TABLA N° 54 Inversiones**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
INVERSIONES  
ABRIL 2015**

Concepto	Fuentes y usos	Recurso Propio	Recurso Financiero
<b>Activos Fijos</b>			
Vehículo	\$ 22.000,00	\$ 14.000,00	\$ 8.000,00
Muebles y enseres	\$ 955,00	\$ 955,00	
Equipo de computación	\$ 2.193,00	\$ 2.193,00	\$ 0,00
Equipos de Oficina	\$ 45,80	\$ 45,80	
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$ 25.193,80</b>	<b>\$ 17.193,80</b>	<b>\$ 8.000,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>			
Costo de Ventas	\$ 37.920,00	\$ 20.000,00	\$ 17.920,00
Gasto Administrativo	2249,70	\$ 2.249,70	\$ -
Gasto de Ventas	\$ 426,80	\$ 426,80	\$ -
<b>Total capital de Trabajo</b>	<b>\$ 40.596,50</b>	<b>\$ 22.676,50</b>	\$ 17.920,00
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$ 65.790,30</b>	<b>\$ 39.870,30</b>	<b>\$ 25.920,00</b>
<b>Participación</b>	<b>100,00%</b>	<b>60,00%</b>	<b>40,00%</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis**

La inversión total será de \$ 65.790,30 de la cual el 60% son recursos propios, mientras que el 40% serán financiados en el Banco de Guayaquil.

### 5.8 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

Son tablas que calculan las cuotas fijas y variables de un monto financiado para saber en qué tiempo se recupera el capital invertido o pagado.

#### TABLA N° 55 Amortización de una deuda

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
TABLA DE AMORTIZACIÓN  
ABRIL 2015**

Inversión			
:	100%	22.000,00	
Cap. Propio			
:	36%	8.000,00	
Financiamiento			
:	64%	14.000,00	
Plazo			
:		36	MESES
Interés			
:		16%	0,45%
Pagos			
:			MENSUAL

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	14.000,00	0,00	0,00	0,00	14.000,00
1	14.000,00	63,39	422,32	485,71	13.577,68
2	13.577,68	61,48	422,32	360,85	13.216,83
3	13.216,83	59,84	422,32	362,48	12.854,35
4	12.854,35	58,20	422,32	364,12	12.490,23
5	12.490,23	56,55	422,32	365,77	12.124,47
6	12.124,47	54,90	422,32	367,42	11.757,04
7	11.757,04	53,23	422,32	369,09	11.387,95
8	11.387,95	51,56	422,32	370,76	11.017,19
9	11.017,19	49,88	422,32	372,44	10.644,75
10	10.644,75	48,20	422,32	374,12	10.270,63
11	10.270,63	46,50	422,32	375,82	9.894,81
12	9.894,81	44,80	422,32	377,52	9.517,29
13	9.517,29	43,09	422,32	379,23	9.138,06
14	9.138,06	41,38	422,32	380,95	8.757,11
15	8.757,11	39,65	422,32	382,67	8.374,44

16	8.374,44	37,92	422,32	384,40	7.990,04
17	7.990,04	36,18	422,32	386,14	7.603,89
18	7.603,89	34,43	422,32	387,89	7.216,00
19	7.216,00	32,67	422,32	389,65	6.826,35
20	6.826,35	30,91	422,32	391,41	6.434,94
21	6.434,94	29,14	422,32	393,19	6.041,75
22	6.041,75	27,36	422,32	394,97	5.646,79
23	5.646,79	25,57	422,32	396,75	5.250,03
24	5.250,03	23,77	422,32	398,55	4.851,48
25	4.851,48	21,97	422,32	400,36	4451,13
26	4451,13	20,15	422,32	402,17	4.048,96
27	4048,96	18,33	422,32	403,99	3644,97
28	3644,97	16,50	422,32	405,82	3.239,15
29	3239,15	14,67	422,32	407,66	2831,49
30	2831,49	12,82	422,32	409,50	2.421,99
31	2421,99	10,97	422,32	411,36	2010,64
32	2010,64	9,10	422,32	413,22	1.597,42
33	1597,42	7,23	422,32	415,09	1182,33
34	1182,33	5,35	422,32	416,97	765,36
35	765,36	3,47	422,32	418,86	346,51
36	346,51	1,57	422,32	420,75	0,00

$$a = \frac{Cr(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

C	R		
14000	0,004527778	1,176603733	
1,176603733	1		
74,5836033	422,3217822		
0,176603733			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por. Tatiana Carrión

## 5.8.2 Depreciaciones

Hace referencia al valor que pierden los bienes con su uso. (Guevara, Proyectos, 2015)

**TABLA N° 56 Depreciaciones**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
CUADRO DE DEPRECIACIONES  
ABRIL 2015**

Descripción	Año 2015	Vida Útil del Proyecto	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Vehículo	22.000,00	5	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00	4.400,00
Muebles y Enseres	955,00	5	191,00	191,00	191,00	191,00	191,00
Equipo de Computación	2.193,00	3	731,00	731,00	731,00		
Equipos de Oficina	45,80	5	9,16	9,16	9,16	9,16	9,16
<b>TOTAL</b>	<b>25.193,80</b>		<b>5.331,16</b>	<b>5.331,16</b>	<b>5.331,16</b>	<b>4.600,16</b>	<b>4.600,16</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

## 5.9 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

**TABLA N° 57 Estado de Situación Inicial**

<b>EMPRESA EL DORMILON CIA. LTDA.</b>			
<b>ESTADO DE SITUACION INICIAL</b>			
<b>AL 8 DE ABRIL DEL 2015</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
CAJA BANCOS	\$ 40.596,50	CUENTAS POR PAGAR	\$ -
CUENTAS POR COBRAR	-	DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ -
INVENTARIOS	-	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 40.596,50</b>	PASIVO LARGO PLAZO	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		PRESTAMO L/P	\$ 25.920,00
TERRENO	\$ -	<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 25.920,00</b>
CONSTRUCCION	\$ -	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 25.920,00</b>
VEHICULO	\$ 22.000,00	<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 955,00	CAPITAL	\$ 39.870,30
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 2.193,00	<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$ 39.870,30</b>
EQUIPO DE OFICINA	\$ 45,80		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 25.193,80</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 65.790,30</b>	<b>TOTAL PASIVO Y CAPIT CONT</b>	<b>\$ 65.790,30</b>

Fuente. Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

## 5.10 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

“Es la base para calcular los flujos netos de efectivo, y la utilidad neta, que son el beneficio real de la operación de la planta, con los cuales se realiza la evaluación financiera.” (Guevara, Proyectos, 2015)

**TABLA N° 58 Estado de Resultados Proyectado**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.  
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS  
DEL 2016 AL 2020**

Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
<b>VENTAS</b>	\$ 568.800,00	605.487,60	644.541,55	686.114,48	730.368,86	777.477,66
(-) Costo de Ventas	477.792,00	508.609,58	541.414,90	576.336,16	613.509,85	653.081,23
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>96.878,02</b>	<b>103.126,65</b>	<b>109.778,32</b>	<b>116.859,02</b>	<b>124.396,42</b>
(-) Gastos Administrativos		30.935,75	32.931,11	35.055,16	37.316,22	39.723,12
(-) Depreciaciones		<b>5.331,16</b>	<b>5.331,16</b>	<b>5.331,16</b>	<b>4.600,16</b>	<b>4.600,16</b>
(-) Gastos de Ventas		2.154,37	2.293,33	2.441,25	2.598,71	2.766,33
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		<b>58.456,73</b>	<b>62.571,05</b>	<b>66.950,74</b>	<b>72.343,93</b>	<b>77.306,82</b>
(+) Otros Ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad A.P.E.I.</b>		<b>58.456,73</b>	<b>62.571,05</b>	<b>66.950,74</b>	<b>72.343,93</b>	<b>77.306,82</b>
(-) 15 % Participación Laboral		8.768,51	9.385,66	10.042,61	10.851,59	11.596,02
<b>(=) Utilidad Antes de I.R.</b>		<b>49.688,22</b>	<b>53.185,39</b>	<b>56.908,13</b>	<b>61.492,34</b>	<b>65.710,80</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta		10.931,41	11.700,79	12.519,79	13.528,31	14.456,38
<b>(=) Utilidad Neta</b>		<b>38.756,81</b>	<b>41.484,61</b>	<b>44.388,34</b>	<b>47.964,02</b>	<b>51.254,42</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tatiana Carrión

## 5.11 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja ayuda a determinar el efectivo que tiene el mentalizado del proyecto para poder ponerlo en marcha.

**TABLA N° 59 Flujo de Caja Proyectado**

**EMPRESA EL DORMILÓN CIA. LTDA.**

### FLUJO DE CAJA PROYECTADA DEL 2016 AL 2020

Tasa de Inflación: 0,045

Descripción		Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
	<b>VENTAS</b>		594.396,00	621.143,82	649.095,29	678.304,58	708.828,29
( - )	Costo Ventas		499.292,64	521.760,81	545.240,05	569.775,85	595.415,76
( = )	<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>95.103,36</b>	<b>99.383,01</b>	<b>103.855,25</b>	<b>108.528,73</b>	<b>113.412,53</b>
( - )	Gastos Administrativos		30.935,75	32.931,11	35.055,16	37.316,22	39.723,12
( - )	Depreciaciones		<b>5.331,16</b>	<b>5.331,16</b>	<b>5.331,16</b>	<b>4.600,16</b>	<b>4.600,16</b>
( - )	Gastos de Ventas		2.154,37	2.293,33	2.441,25	2.598,71	2.766,33
( = )	<b>Utilidad Operacional</b>		<b>56.682,08</b>	<b>58.827,41</b>	<b>61.027,67</b>	<b>64.013,64</b>	<b>66.322,92</b>
( + )	Otros Ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( - )	Otros Egresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
( = )	<b>Utilidad A.P.E.I.</b>		<b>56.682,08</b>	<b>58.827,41</b>	<b>61.027,67</b>	<b>64.013,64</b>	<b>66.322,92</b>
( - )	15 % Participación Laboral		8.502,31	8.824,11	9.154,15	9.602,05	9.948,44
( = )	<b>Utilidad Antes de I.R.</b>		<b>48.179,76</b>	<b>50.003,30</b>	<b>51.873,52</b>	<b>54.411,60</b>	<b>56.374,48</b>
( - )	25% Impuesto a la Renta		12.044,94	12.500,83	12.968,38	13.602,90	14.093,62
( = )	<b>Utilidad Neta</b>		<b>36.134,82</b>	<b>37.502,48</b>	<b>38.905,14</b>	<b>40.808,70</b>	<b>42.280,86</b>
( + )	Depreciaciones		\$ 5.331,16	\$ 5.331,16	\$ 5.331,16	\$ 4.600,16	\$ 4.600,16
( + )	Amortización del Diferido		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
( - )	Amortización de la Deuda						
( - )	Compra de Activo Fijo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
( - )	Inversión	\$ -25.193,80					
( - )	Capital de trabajo	\$ -40.596,50					
	Deuda	\$ 8.000,00					
( + )	Valor de Desecho						
( = )	<b>FLUJO DE CAJA DE PERIODO</b>	\$ -57.790,30	\$ 41.465,98	\$ 42.833,64	\$ 44.236,30	\$ 45.408,86	\$ 46.881,02

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tatiana Carrión

## 5.12 EVALUACIÓN FINANCIERA

Consiste en la determinación de los indicadores financieros como VAN, TIR, PRI, RC/B y Punto de Equilibrio, es decir en determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

(Guevara, Proyectos, 2015)

### 5.12.1 Tasa de descuento o TMAR

Es la suma de la tasa activa del sector de las PYMES más la tasa pasiva emitida por el Banco Central del Ecuador. (Guevara, Proyectos, 2015)

**TABLA N° 60 TMAR**

**TMAR o Tasa de Descuento**

CONCEPTO	PORCENTAJE
Tasa Activa	11,83%
(+) Tasa Pasiva	5,22%
TMAR	17,05%

Fuente: **Banco Central del Ecuador**

Elaborado por: Tatiana Carrión

### 5.12.2 Cálculo del Valor Presente Neto (VPN o VAN)

Su significa es valor presente neto, o valor actual neto: “es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (pág. 221). (URBINA,

Evaluación de los Proyectos, 2006)

Con el mismo podemos comparar todas las ganancias esperadas en el giro del negocio menos todos los costos y gastos para producir esas ganancias.

**TABLA N° 61 VAN**

**CALCULO DEL VAN**

TMAR O TASA DE DESCUENTO	17,05%
INVERSION	- \$ 65.790,30
AÑO 2016	\$ 41.465,98
AÑO 2017	\$ 42.833,64
AÑO 2018	\$ 44.236,30
AÑO 2019	\$ 45.408,86
AÑO 2020	\$ 46.881,02
<b>VAN</b>	<b>\$ 158.710,78</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis.** El cálculo del Valor Actual Neto en el proyecto es de \$ a 158.710,78 de una inversión de \$ 65.790,30 por lo que el indicador es aceptable.

### 5.12.3 Cálculo de la Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Es aquella que hace que el VAN sea igual a cero, es decir, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

**TABLA N°62 TIR**

**CALCULO DE LA TIR**

TIR O TASA INTERNA DE RENDIMIENTO	CALCULO DE LA TIR
INVERSION	- \$ 65.790,30
AÑO 2016	\$ 41.465,98
AÑO 2017	\$ 42.833,64
AÑO 2018	\$ 44.236,30
AÑO 2019	\$ 45.408,86
AÑO 2020	\$ 46.881,02
TIR O TASA INTERNA DE RENDIMIENTO	56,57%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis.** Los resultados obtenidos arrojan una TIR del 56,57%, lo cual determina que el proyecto es rentable, de acuerdo a los criterios de decisión.

**5.12.4 Período de recuperación de la inversión (PRI)**

El período de recuperación de la inversión indica el tiempo en años, meses y días en el que el valor invertido será recuperado. (Guevara, Proyectos, 2015)

### TABLA N° 63 Periodo Recuperado de la Inversión

#### CALCULO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

AÑOS	FLUJOS ACTUALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
2016	\$ 41.465,98	0,89	\$ 36.819,38	\$ 36.819,38
2017	\$ 42.833,64	0,79	\$ 33.771,78	\$ 70.591,15
2018	\$ 44.236,30	0,70	\$ 30.969,36	
2019	\$ 45.408,86	0,62	\$ 28.227,89	
2020	\$ 46.881,02	0,55	\$ 25.877,33	
INVERSIÓN	\$ 65.790,30			
FLUJO	\$ 70.591,15			
	(\$ 4.800,85)			
	1,86			
	4,2			
2 AÑOS, 2 MES Y 4 DIAS				

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis.** El tiempo en el que se recuperará la inversión será de 2 años, 2 meses, 4 días lo que indica que el proyecto es rentable.

#### 5.12.5 Relación Costo Beneficio (RC/B)

Mide la relación entre los costos y los beneficios asociados a un proyecto, tomando la sumatoria de los flujos actualizados para el total que se ha invertido, de esta manera permite determinar la ganancia que el inversionista obtiene por cada dólar que ha invertido.

(Guevara, Proyectos, 2015)

**Tabla 64 Relación Costo Beneficio**

RELACIÓN COSTO/BENEFICIO

AÑOS	SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS
2016	\$ 36.819,38
2017	\$ 33.771,78
2018	\$ 30.969,36
2019	\$ 28.227,89
2020	\$ 25.877,33
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 155.665,74</b>
<b>RC/B</b>	<b>\$ 2,37</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Tatiana Carrión

**Análisis.** Se puede observar que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtiene \$2,37 de ganancia, lo cual es un excelente indicador de la rentabilidad del proyecto.

### 5.13 Punto de equilibrio

“Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son iguales a los costos fijos y los variables. Se lo considera una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, los costos variables y los beneficios, y de esta forma poder calcular con facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas.” (Guevara, 2014)

### 5.13.1 Punto de equilibrio en dólares

Fórmula para el Punto de Equilibrio

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio}}}$$

**TABLA N° 65 Punto de Equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES

PROYECCION DE COSTOS ANUALES					
CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Depreciación	\$ 5.331,16	\$ 5.331,16	\$ 5.331,16	\$ 4.600,16	\$ 4.600,16
Amortización de la inversión diferido	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sueldos Administrativos	\$ 28.211,18	\$ 29.480,68	\$ 30.807,31	\$ 32.193,64	\$ 33.642,35
Servicios Básicos	\$ 125,40	\$ 131,04	\$ 136,94	\$ 143,10	\$ 149,54
Otros Gastos Administrativos	\$ 2.508,00	\$ 2.620,86	\$ 2.738,80	\$ 2.862,04	\$ 2.990,84
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$ 36.175,74</b>	<b>\$ 37.563,74</b>	<b>\$ 39.014,21</b>	<b>\$ 39.798,94</b>	<b>\$ 41.382,89</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Gastos de Venta	\$ 2.154,37	\$ 2.251,32	\$ 2.352,63	\$ 2.458,50	\$ 2.569,13
<b>Total Costo Variable</b>	<b>\$ 2.154,37</b>	<b>\$ 2.251,32</b>	<b>\$ 2.352,63</b>	<b>\$ 2.458,50</b>	<b>\$ 2.569,13</b>
<b>Ventas</b>	<b>\$ 605.487,60</b>	<b>\$ 644.541,55</b>	<b>\$ 686.114,48</b>	<b>\$ 730.368,86</b>	<b>\$ 777.477,66</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 59.323,93</b>	<b>\$ 61.600,10</b>	<b>\$ 63.978,69</b>	<b>\$ 65.265,57</b>	<b>\$ 67.863,05</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

COSTOS FIJOS	\$ 36.175,74
COSTOS VARIABLES UNITARIOS	120,00
PRECIO	\$ 140,00
<b>PE</b>	<b>1.808,79</b>

Fuente: Estudio de Mercado  
Elaborado por: Tatiana Carrión

### Análisis.

En el año 2016 nuestro punto de equilibrio es de \$ 59.323,93

En el año 2017 de \$ 61.600,10

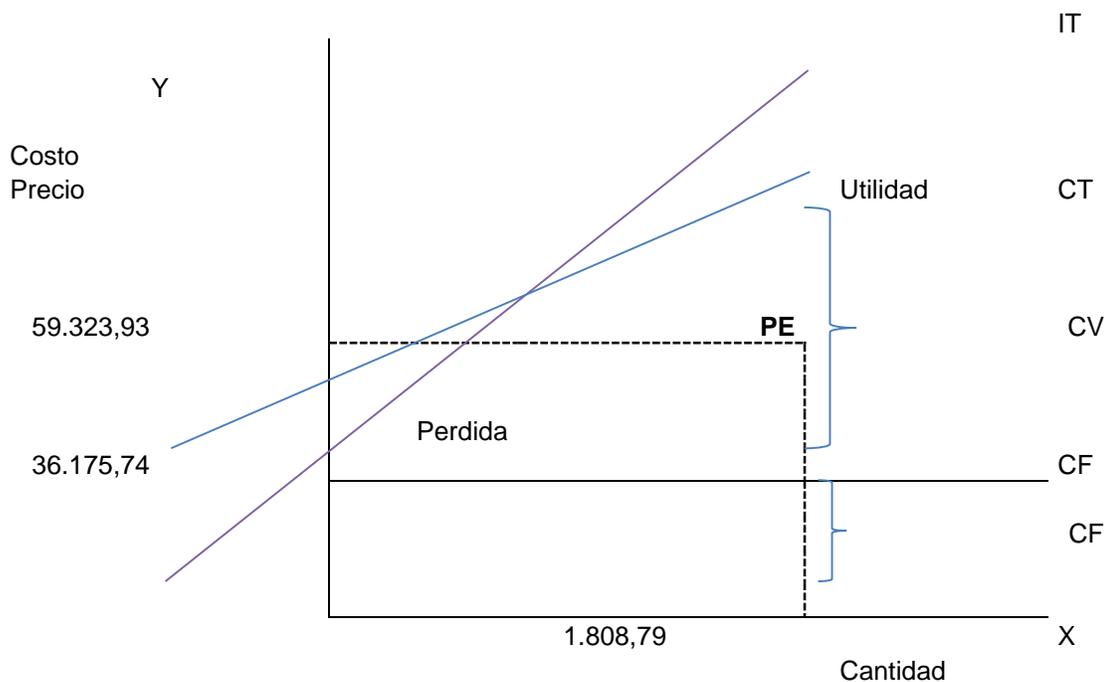
En el año 2018 de \$ 63.978,69

En el año 2019 de \$ 65.265,67

En el año 2020 de \$ 67.863,05

### 5.13.2 GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

#### GRAFICO N° 20 Punto de Equilibrio



## 5.14 ANÁLISIS DE INDICES FINANCIEROS

“Estas técnicas no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no se relacionan de forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa.” (URBINA, Evaluación de los Proyectos, 2006)

### 5.14.1 RAZONES DE APALANCAMIENTO

Mide el grado o la forma en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando tanto el endeudamiento con terceros como la contribución de los propietarios. (Guevara, Proyectos, 2015)

### 5.14.2 RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO

Mide el grado o la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de deuda. (Guevara, Proyectos, 2015)

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{25.920,00}{65.790,30}$$

$$\text{Razón de Endeudamiento} = 0,40$$

**Análisis.** El grado de endeudamiento del activo total con deuda es del 40%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

#### 5.1.4.3 Razón de Apalancamiento Externo

“Mide la relación entre el uso del endeudamiento como forma de financiamiento y el uso de los fondos de los propietarios.” (Guevara, Proyectos, 2015)

$$\text{Razón de Apalancamiento Externo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Contable Total}}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Externo} = \frac{25.920,00}{39.870,30}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Externo} = 0,65$$

**Análisis.** La relación entre el endeudamiento y los fondos propios es del 65%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

#### 5.14.4 Razón de Apalancamiento Interno

Representa cuantos dólares han sido aportados al financiamiento de la inversión por parte de los propietarios, por cada dólar tomado de terceros.

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = \frac{\text{Capital Contable Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = \frac{39.870,30}{25.920,00}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = 1,54$$

**Análisis.** Por cada dólar tomado de terceros, los propietarios han puesto \$1,54 dólares.

### 5.1.5 Razones de Actividad o de Gerencia

“Miden la efectividad de la actividad empresarial. Las razones de actividad a calcular son: rotación del activo fijo, y del activo total.” (Guevara, Proyectos, 2015)

#### 5.15.1 Rotación del Activo Fijo

“Este indicador mide la relación existente entre el monto de los ingresos y el de la inversión en activos fijos”.

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$$

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{568.800,00}{25.193.80}$$

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = 22.57$$

**Análisis.** La rotación del proyecto es de 22.57; lo que indicaría que la empresa está generando ingresos equivalentes a 22.57 siendo así rentable el proyecto.

#### 5.15.2 Rotación del Activo Total

“Mide la relación entre el monto de los ingresos y la inversión total”. (Guevara, Proyectos, 2015)

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{568.800,00}{65.790,30}$$

$$\text{Rotación del Activo Total} = 8,65$$

**Análisis.** La rotación del proyecto indica que la empresa genera ingresos equivalentes a 8 veces la inversión del activo total.

### 5.16 Razones de Rentabilidad

“Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades a partir de los recursos disponibles”. (Guevara, Proyectos, 2015)

#### 5.16.1 Margen de Utilidad Neta

Este indicador mide el porcentaje que les queda a los propietarios

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{38.756,81}{568.800,00}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 0,06$$

**Análisis.** El porcentaje que les queda a los propietarios por operar la empresa es del 6%.

### 5.17.1 Rendimiento sobre Activos ROA

“Este indicador mide el rendimiento que se obtiene sobre la inversión “. (Guevara, Proyectos, 2015)

$$ROA = \frac{Utilidad\ Neta}{Total\ de\ Activos}$$

$$ROA = \frac{38.756,81}{65.790,30}$$

$$ROA = 0,60$$

**Análisis.** El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del 60%, lo que significa que el activo genera una rentabilidad media pero aceptable.

### 5.17.2 Rendimiento sobre Patrimonio o Capital Contable ROE

“Mide la rentabilidad que obtienen sobre el patrimonio de la empresa”. (Guevara, Proyectos, 2015)

$$ROE = \frac{Utilidad\ Neta}{Capital\ Contable}$$

$$ROE = \frac{38.756,81}{39.870,30}$$

$$ROE = 0,97$$

**Análisis.** La rentabilidad sobre el Capital Contable o Patrimonio es del 97%, lo que quiere decir que el capital contable probablemente crecerá.

### 5.17.3 Rendimiento sobre la Inversión ROI

65“Mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre la Inversión”. (Guevara, Proyectos, 2015)

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{ROE} = \frac{38.756,81}{65.790,30}$$

$$\text{ROE} = 0,58$$

**Análisis.** La rentabilidad sobre la inversión es del 58%, lo cual indica está dentro de los parámetros establecidos.

## CAPITULO 6

### 6.1 IMPACTO AMBIENTAL

La comercialización de colchones anti ácaros en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito, no tendrá impacto ambiental porque solo se dedicará a la comercialización y distribución, será un vínculo entre el cliente y la empresa pero no dañara al medio ambiente.

Pero tienen una gran ventaja con beneficio directo a los compradores toda vez que estaremos protegiendo cada uno de los hogares, por cuanto esta tecnología alejará el encubamiento de este tipo de anti ácaros que moran en los colchones tradicionales y

agravan las alergias, y que por lo general mantenían su hábitat en el lugar de descanso como es el colchón, de esta manera se estará aportando con defensas al usuario.

## 6.2 IMPACTO ECONÓMICO

Las empresas productoras de este artículo son conscientes de la situación económica que atraviesa nuestro país y en cierta manera este tipo de producto hay de todo precio y confort, de tal manera que impacto económico alto no existe porque la mayoría de colchones que cuentan con esta tecnología su costo está al alcance de los diferentes estratos económicos.

La industrialización del mismo ha sufrido varias bajas este año las mismas que son las medidas arancelarias a los productos importados por el Ecuador a otros países, esto llevará a una alza de precios mínima pero si considerable para las empresas productoras ya que la Materia Prima como son los respiraderos de los colchones las importan de Colombia ya que en el Ecuador resulta muy costoso.

Por otro lado el apoyo del gobierno a la industria Ecuatoriana y a elegir siempre lo nuestro fomentando el consumo nacional con un sin número de políticas, para así establecer

en las industrias mayor competitividad, fuentes de empleo, mejores utilidades y estabilidad para la economía de las familias que laboran ahí.

### **6.3 IMPACTO PRODUCTIVO**

Es la novedad de la temporada las fábricas: Chaide & Chaide, Lamitex, Resiflex, Paraiso, han colocado en el mercado esta mercadería en variedad de formas, normas y medida, así como también en cuanto a precios, es decir el mercado ofertante y demandante los hay para todo bolsillo.

Su producción ha alcanzado apogeo con la circulación en el mercado de este tipo de producción, se ha visto la eficiencia del ingeniero químico, así como también del obrero que prepara la materia prima para el ensamblaje de este tipo de producción.

Se ha logrado ocupar varias plazas de trabajo hasta conseguir este producto considerado el mejor menaje del hogar, donde tu cuerpo descansa después de una ardua jornada de trabajo debe ser lo mejor.

### **6.4 IMPACTO SOCIAL**

Los compradores de este colchón recibirán en sus hogares confort y garantía del artículo adquirido, va en beneficio de su familia.

A los ofertantes en el nivel medio como son los vendedores, representantes de cada una de estas empresas los ha motivado en colocar en el mercado este producto, pues han alcanzado grandes beneficios económicos por el número de venta.

## CAPÍTULO 7

### 7.1 CONCLUSIONES

En el capítulo 1 observamos que la utilización de colchón es confortable y bueno para la salud, detallando la historia del colchón la cual es muy importante porque obtuvo muchas transformaciones como en su tamaño, color, forma, peso y valor monetario.

La conclusión es que para poder vender un producto hay que conocer y dominar la utilización del mismo para obtener los resultados deseados.

En el capítulo 2 de este proyecto pusimos a consideración tanto los entornos externo como interno y observamos que el proyecto tiene mucho potencial porque todas las personas cuidan su salud y aún mejor si es con un producto que ofrece un símbolo de

descanso, la conclusión más importante es que la propuesta de emprender una empresa comercializadora de colchones es buena con las diferentes gestiones del negocio que harán competir a la empresa entre las mejores y poniendo en práctica la misión y visión con principios y valores y con objetivos claros estará a la vanguardia de buscar expandir fronteras.

En el capítulo 3 con un estudio de mercado implantado en la ubicación estrella la conclusión es que para poner en marcha una empresa se necesita visión de futuro denotando todas las ventajas y desventajas financieras que el giro del negocio atrae al inversionista, como conclusión la aplicación práctica de una empresa a más de vender un producto y obtener ganancias es proyectar a futuro sus ganancias para así estar claros de Cómo, Cuándo y A Donde llegaremos como empresa fomentando fuentes de financiamiento y evaluaciones financieras las cuales serán de importancia en los Estados Financieros de la empresa.

En el capítulo 6 el análisis de impactos como conclusión para una empresa comercializadora y distribuidora es de gran importancia de carácter alto por el ámbito económico siendo el apoyo de la nueva política gubernamental un alivio para el industrial y los distribuidores, con una mentalidad clara del impacto social que atrae esto al

inversionista pero con la ventaja de apoyar a la matriz productiva creando fuentes de trabajo y una economía sostenible.

El proyecto presentado es de gran rentabilidad y sobretodo el margen de utilidad es la oportunidad de ponerlo en marcha con visión a futuro.

La tecnología nunca se queda estática, avanza de acuerdo a las investigaciones que los técnico y entendidos lo hacen en su labor diaria, por lo tanto el aparecimiento de esta tecnología nos deja como conclusión que a futuro existirá nuevos descubrimientos en beneficio de los usuarios de un colchón y que esta vez fue muy acertado alejar los ácaros de nuestro hogar, y brindar a la familia ecuatoriana descanso en el confort de su hogar.

## **7.2 RECOMENDACIONES**

Invertir en el proyecto porque a través de los cálculos realizados en los factores de rentabilidad, es viable con márgenes de utilidad y rentabilidad aceptables.

Asignar los recursos necesarios para la implementación y puesta en marcha del proyecto ya que observamos en el detalle de rentabilidad que se puede recuperar la inversión en 2 años 2 meses 4 días.

Elaborar un plan Estratégico de Marketing ya que primero debemos crear la idea al cliente de que necesita el producto y así crear una necesidad de negocio.

Implementar estrategias de publicidad para que los clientes conozcan la empresa y así implantarnos en la mente de los consumidores.

Implantar el sistema de tarjetas de crédito por medio de Datafast ya que los clientes con mayor frecuencia y por seguridad utilizan tarjetas de crédito como medio de pago.

Yo recomiendo este producto por salud, porque el colchón tiene soportes periféricos los mismos que ayudan a relajar la columna vertebral para al día siguiente despertar sin dolores musculares.

Este producto es de fácil acceso a un precio cómodo y justo ya que las fabricas controlan los precios de venta al público.

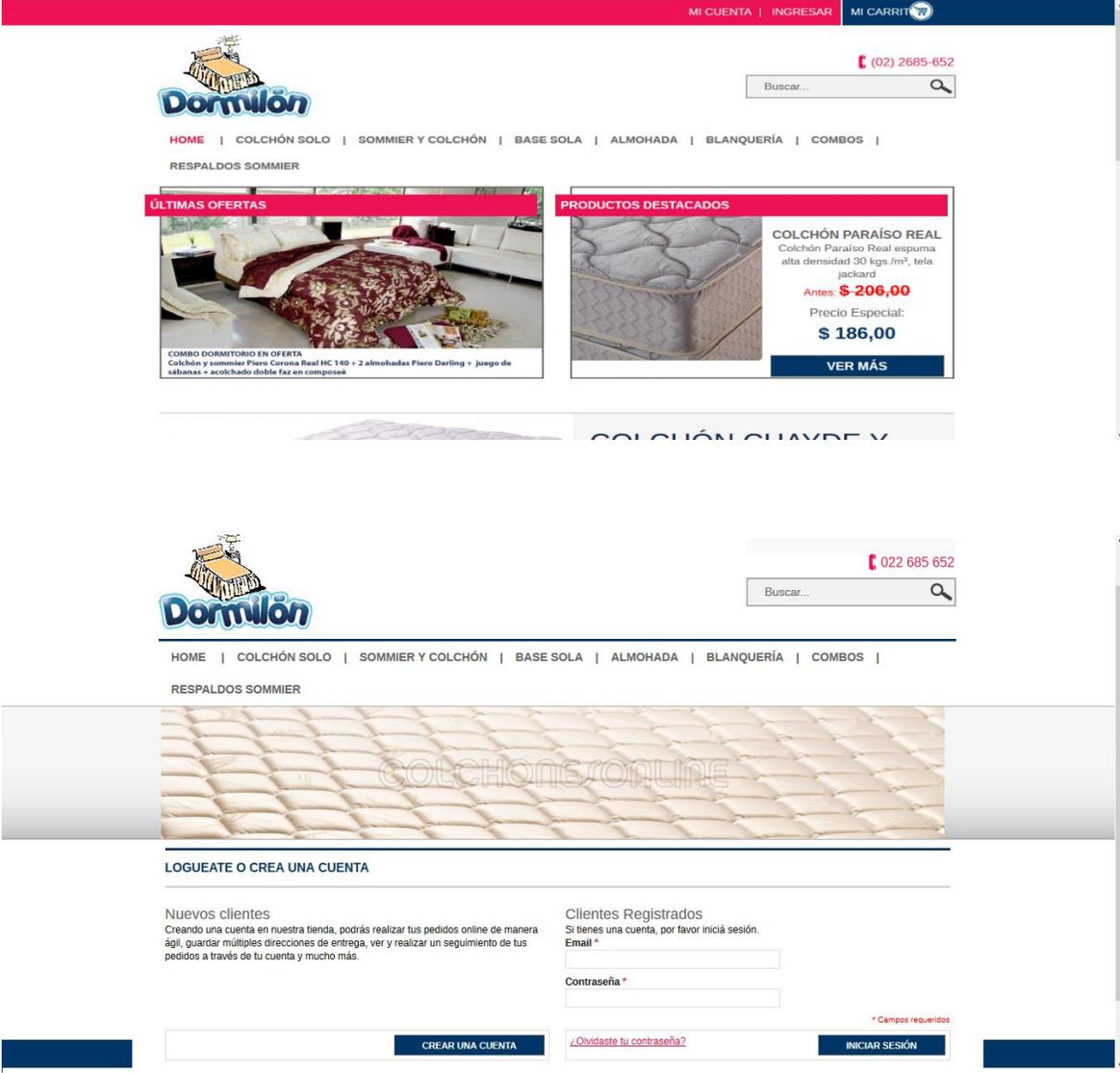
## BIBLIOGRAFIA

- Anonimo. (2014). El Sueño. *Colchones Resorpedic*, 7-9.
- Arellano, E. I. (s.f.). Investigación Científica. En P. -I. Acción, *Investigación Científica* (págs. 12 - 13). Loja: Imprenta Cosmos.
- Baca Urbina, E. d. (2010). La Demanda. En E. d. Baca Urbina, *La Demanada* (pág. 17).
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- Banco Central del Ecuador. (31 de Diciembre de 2014). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 20 de Enero de 2015, de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Barreno, E. L. (2005). MANUAL DE FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS. En E. L. Barreno, *MANUAL DE FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS* (pág. 76). Quito: Santillan.
- Berthelot, L. y. (1952). *Desarrolle su potencia al máximo*. Venezuela: Grupo editorial Iberoamericano.
- Carrion, T. (2011). Resiflex, Duraflex. Cuenca: Ecuatoriana Center.
- Cervantes, J. G. (1998). Formulación y Evaluación de Proyectos. En J. G. Cervantes, *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Mexico: Hc Gret Hill.
- Chaide y Chaide. (2014). Chaide sueña con un mundo mejor. *Catálogo Técnico*, 4.
- Coronel, S. (2013). Diccionrio Lid de Marketing Directo e Interactivo. En S. Coronel, *Diccionrio Lid de Marketing Directo e Interactivo* (pág. 56). Bogota: Lid.
- Dep. Fundamentos de Análisis Económico. (2013). Introducción a la Economía. En D. F. Económico, *Introducción a la Economía* (pág. 5). España: Open Corsewuar.
- Diferentes Colchones un cambio o adaptación... (2012). *Hogar*, 9.

- Educación, M. d. (2012). Pantallitas. En M. d. Educación, *Pantallitas* (pág. 35). Quito.
- Fonseca, M. C. (Noviembre de 2010). Taller. *Evaluación en 360°*.
- GARCIA, R. (2004). Adiministración. En R. GARCIA, *Adiministración* (pág. 13).
- Google. (2010). Recuperado el 5 de Enero de 2015, de Google: [http://mec-s2-p.mlstatic.com/609-MEC7534129\\_3284-O.jpg](http://mec-s2-p.mlstatic.com/609-MEC7534129_3284-O.jpg)
- google. (4 de Diciembre de 2014). Recuperado el 12 de Diciembre de 2014{, de <http://www.colarte.com/graficas/pintores/ArrazolaClara/Figura/Obra4.jpg>
- Google. (18 de Diciembre de 2014). Recuperado el 19 de Diciembre de 2014, de [www.google.com](http://www.google.com): [www.google.com](http://www.google.com)
- Google. (20 de 11 de 2014). Recuperado el 19 de 03 de 2015, de Google: [www.google.com](http://www.google.com)
- Guevara, J. (17 de mayo de 2014). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Guevara, J. (2015). Proyectos. En J. Guevara, *Proyectos* (pág. 72). Quito.
- Guido Caicedo. (20 de Diciembre de 2014). Tecnología. *Tecnología nos supera o nos detienen*, págs. 9C-10C.
- INEN. (marzo de 2013). [www.inen.gob.ec](http://www.inen.gob.ec). Recuperado el 23 de enero de 2014, de [www.inen.gob.ec](http://www.inen.gob.ec): [www.inen.gob.ec](http://www.inen.gob.ec)
- Ing. Galo Cisneros. (2014). *Desarrollo Encubadora de Negocios*. Quito.
- JHON, K. (2014). Tipos de Colchones. *México al día*, 4.
- Juan, L. (2010). Plumas lo mas cómodo. *Novedades tv*, 7.
- Keller, K. &. (2012). Estudio de Mercado. En K. &. Keller, *Estudio de Mercado* (pág. 98). Quito.
- Lamitex. (2014). *Lamitex 2014*, 7.
- Lamitex Catalogo. (01 de 02 de 2014). Pructos Lamitex. *Lamitex 2014*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Pentyng.

- Medidas exactas de colchones en la actualidad. (2010). *HOGAR*, 15.
- Metro hoy. (20 de Noviembre de 2010). Nuevo Quicentro Sur . *Metro Hoy*, págs. 5-6.
- Morillo, S. (2010). Administración de la Producción. En S. Morillo, *Administración d la Producción* (pág. 23). Quito: Impresión de Folleto.
- Nassir y Reinaldo Sapag Chain, M. (2013). PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. En M. Nassir y Reinaldo Sapag Chain, *PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Mexico: MacGraw Hill Internation.
- Noriega, L. (2015). La tecnología en el Ecuador. *Líderes*, 8-9.
- Samaniego, J. G. (2014). Tributación Fiscal. En J. G. Samaniego, *Tributación Fisca* (pág. 2). Quito.
- Sapag, C. (4° Edición). Preparación y Evaluación de proyectos. En C. Sapag, *Preparación y Evaluación de proyectos* (pág. 117).
- Stevez, M. (15 de octubre de 2014). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE YOGURT Y GRANOLA CON ENERGIZANTES NATURALES EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO. Quito.
- URBINA, B. (2006). Evaluación de los Proyectos. En B. URBINA, *Evaluación de los Proyectos* (pág. 110). Bogotá.
- URBINA, B. (2006). Proyectos. En B. Urbina, *Proyectos I*.
- www.google.com historia del colchon. (19 de 03 de 2015). *www.google.com historia del colchon*. Recuperado el 19 de 03 de 2015, de *www.google.com historia del colchon*: *www.google.com historia del colchon*

## ANEXOS PAGINA WEB



The screenshot displays the Dormilón website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'MI CUENTA', 'INGRESAR', and 'MI CARRITO'. The main header includes the Dormilón logo, a search bar with the phone number '(02) 2685-652', and a menu with categories like 'HOME', 'COLCHÓN SOLO', 'SOMMIER Y COLCHÓN', 'BASE SOLA', 'ALMOHADA', 'BLANQUERÍA', and 'COMBOS'. Below the header, there are two promotional banners: 'ÚLTIMAS OFERTAS' featuring a bedroom set and 'PRODUCTOS DESTACADOS' featuring a 'COLCHÓN PARAÍSO REAL' with a special price of \$1.86,00. The bottom section is titled 'LOGUEATE O CREA UNA CUENTA' and contains two columns: 'Nuevos clientes' with a description of account benefits and a 'CREAR UNA CUENTA' button, and 'Clientes Registrados' with a login form for email and password, a '¿Olvidaste tu contraseña?' link, and an 'INICIAR SESIÓN' button. A footer note indicates '\* Campos requeridos'.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON TELA ULTRAFRESH CON VENTAS ONLINE UBICADO EN EL SUR DEL D.M.Q.

ANEXOS RUC

## REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



**NUMERO RUC:** 1721395398001

**APELLIDOS Y NOMBRES:** CARRION PADILLA ALICIA TATIANA

**NOMBRE COMERCIAL:** EL DORMILON

**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** **NUMERO:**

---

**FEC. NACIMIENTO:** 29/09/1988 **FEC. ACTUALIZACION:** 29/12/2014

**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 01/07/2009 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**

**FEC. INSCRIPCION:** 01/07/2009 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**

VENTA AL POR MENOR DE COLCHONES.

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: VILLA FLORA Calle: TENIENTE HUGO ORTIZ Número: LOTE 37  
Intersección: CALLE B Referencia: A TRES CUADRAS DE LA ESCUELA PLINIO ROBALINO CRUZ Teléfono: 022670731  
Email: tatyscarrion@gmail.com

**DOMICILIO ESPECIAL:**

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

\* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:</b>	del 001 al 001	<b>ABIERTOS:</b>	1
<b>JURISDICCION:</b>	\ ZONA 9\ PICHINCHA	<b>CERRADOS:</b>	0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

**Usuario:** RMAG100308 **Lugar de emisión:** QUITO/PAEZ N22-57 Y **Fecha y hora:** 29/12/2014 15:27:56

Página 1 de 2

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE COLCHONES ANTIACAROS CON TELA ULTRAFRESH CON VENTAS ONLINE UBICADO EN EL SUR DEL D.M.Q.

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**



**NUMERO RUC:** 1721395398001  
**APELLIDOS Y NOMBRES:** CARRION PADILLA ALICIA TATIANA

**ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:**

<b>No. ESTABLECIMIENTO:</b> 001	<b>ESTADO:</b> ABIERTO	<b>MATRIZ:</b>	<b>FEC. INICIO ACT.:</b> 01/07/2009
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b> EL DORMILON			<b>FEC. CIERRE:</b>
			<b>FEC. REINICIO:</b>

**ACTIVIDADES ECONÓMICAS:**

VENTA AL POR MENOR DE COLCHONES.  
ACTIVIDADES COMERCIALES A CARGO DE COMISIONISTAS.

**DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:**

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: CHILLOGALLO Calle: AV. TENIENTE HUGO ORTIZ Número: S25-149  
Intersección: CUSUBAMBA Referencia: FRENTE A RECEPCIONES REYES Edificio: MIGANA Oficina: LOCAL 1 Telefono Domicilio:  
022670731 Email: tatascarrion@gmail.com Telefono Trabajo: 022685652 Celular: 0995265573



*(Handwritten signature)*

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

*(Handwritten signature)*

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

**Usuario:** RMAG100308 **Lugar de emisión:** QUITO/PAEZ N22-57 Y **Fecha y hora:** 29/12/2014 15:27:56

ANEXOS PATENTE MUNICIPAL



Dirección  
Metropolitana  
Tributaria

Administración  
General

## DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE

Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad

**Quito:** 29 de April de 2014

**Año Tributación:** 2013

En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordenanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre del 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero del 2012, que regula el sentido de aplicación de cobro del impuesto de Patente Municipal que establecía la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:

<b>Apellidos y Nombres completos del Contribuyente:</b>	<b>Cédula de Identidad</b>
CARRION PADILLA ALICIA TATIANA	1721395398
<b>No. RAET:</b>	<b>Fecha Constitución</b>
412931	07/01/2009

**ESTABLECIMIENTOS**

<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>	<b>FECHA CIERRA</b>
<p><b>CARRION PADILLA ALICIA TATIANA</b></p> <p>VENTA AL POR MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS SIN QUE PREDOMINEN ALIMENTOS BEBIDAS Y TABACO TALES COMO APARATOS DE USO DOMESTICO DE FERRETERIA DE JOYERIA ARTICULOS DEPORTIVOS COSMETICOS JUGUETES</p>	

**IMPUESTOS GENERADOS**

TASA POR PRESTACION DE SERVICIOS ARTESANOS	\$0.00
DERECHO DE PATENTE ANUAL	\$20.00
TASA AUTORIZACION DE FUNCIONAMIENTO	\$2.00
<b>VALOR A PAGAR</b>	<b>\$22.00</b>