



**CARRERA: INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE REDES**

**TEMA:**

**“Implementación de negocio en SUPERMARKET SOL DEL NORTE”**

**Modelo de Negocio de grado previo a la obtención del título de:  
“Instalación y Mantenimiento de Redes”**

**AUTOR:** Simón Bolívar Gualaquiza Totoy

**DIRECTOR:** MSC. Flavio Corella

D. M. Quito, 10 de febrero de 2023

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado con todo mi amor y cariño, en primera lugar y sobre todo a Dios, ya que es gracias a El que puedo estar en estas instancias culminando unas de mis metas, a mi bella esposa Pilar, mis hijos, Nicol y Alexander, que son mi motor e inspiración y han estado siempre a mi lado brindándome su apoyo incondicional, mis amados padres, Serafín y Edelmira, que me inculcaron su amor, con consejos y buenos ejemplos, para que pueda ser una persona de bien y útil para la sociedad, a mi familia que han sido un pilar fundamental de formación desde mi niñez y en todo este proceso.

*Simón Gualaquiza*

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, doy gracias a mi Dios por el don de la vida y la salud, así también a mi bella esposa e hijos; Pilar, Nicol y Alexander, quienes han estado siempre a mi lado brindándome su apoyo día a día, superando obstáculos juntos hasta poder alcanzar esta meta. A mis queridos padres; Serafín y Edelmira, quienes con su ejemplo y amor me transmitieron sus valores de superación y lucha. A mis hermanos, que han sido un pilar fundamental en el apoyo moral de todo este proceso.

A mis tutores, que con su esfuerzo y profesionalismo han sabido transmitir sus conocimientos, habilidades y destrezas, para poder llegar a ser un profesional en esta noble carrera “instalación y mantenimiento de redes. Un agradecimiento especial a mi tutor de tesis Msc. Flavio Corella y a la Msc. Elva Lara Coordinadora de carrera, por la paciencia, esfuerzo y dedicación que me han dado para sacar el proyecto adelante con el mejor de los resultados.

*Simón Gualaquiza*

## AUTORIA

Yo, Simón Bolívar Gualaquiza Totoy, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



SIMON BOLIVAR GUALAQUIZA TOTOY

Quito, febrero de 2023

**MSC. Flavio Corella**

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **CERTIFICA**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

**Ing. Flavio Corella**

Quito, febrero de 2023

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA**

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El Ing. Flavio Corella y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y el Sr. Simón Gualaquiza por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. - El Sr. Simón Gualaquiza realizó el trabajo fin de carrera titulado: **Implementación de negocio en SUPERMARKET SOL DEL NORTE**, para optar por el título de TECNICO SUPERIOR en Instalación y Mantenimiento de Redes en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección del Ing. Flavio Corella.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se apliquen, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, Ing. Flavio Corella en calidad de director del trabajo fin de carrera y Sr. Simón Gualaquiza, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **Implementación de negocio en SUPERMARKET SOL**

DEL NORTE, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Ing. Flavio Corella



Simón Bolívar Gualaquiza Totoy

Quito, febrero de 2023

<b>Índice de contenidos</b>	
<b>RESUMEN</b> .....	2
<b>CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL</b> .....	3
<b>ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL</b> .....	3
<i>Nombre de la Empresa</i> .....	3
<i>Descripción de la empresa</i> .....	3
<i>Tipo de empresa</i> .....	3
Tamaño de la empresa.....	4
Localización de la empresa.....	4
<i>Filosofía empresarial</i> .....	5
<i>Planificación estratégica empresarial</i> .....	6
<i>Planificación estratégica por objetivos</i> .....	6
Objetivo General:.....	6
Planificación estratégica empresarial.....	7
<i>Mano de obra requerida</i> .....	9
Funciones específicas del puesto .....	10
<b>PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING</b> .....	14
<i>Objetivo de mercadotecnia</i> .....	14
<i>Plan de Muestreo</i> .....	18
<i>Análisis de la Encuesta</i> .....	19
Distribución y puntos de ventas .....	23
Promoción del producto o servicio .....	23
Fijación y políticas de precios.....	25



Plan de introducción del mercado .....	25
Riesgos y oportunidades del negocio.....	26
Objetivos del área de producción.....	27
<i>Especificaciones del producto</i> .....	28
<i>Diseño y distribución de la planta y oficinas</i> .....	28
Síntesis del capítulo .....	29
<b>CAPÍTULO II: PROCESO DE DERECHO EMPRESARIAL</b> .....	30
Objetivo del área .....	30
Marco legal de la empresa .....	30
Obtención de la Patente Municipal .....	33
<i>Obtención del RUC</i> .....	35
<i>Aspectos legales, laborales, tributarios, mercantiles</i> .....	38
<b>CAPÍTULO III: PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL</b> .....	41
<i>Objetivo del área</i> .....	41
<i>Impacto ambiental y medidas para contrarrestarlo</i> .....	41
<b>CAPÍTULO IV: PROCESO FINANCIERO</b> .....	43
Objetivo de la inversión. ....	43
Elementos de la inversión .....	43
<b>Activos fijos para Supermarket Sol delNorte</b> .....	43
<i>Activos diferidos e intangibles</i> .....	44
Estructura de la inversión .....	46
Punto de equilibrio de ventas .....	47

	10
Flujo de efectivo .....	49
Estados financieros proyectados.....	51
Evaluación financiera.....	52
Período de Recuperación (PRI) .....	53
Valor Actual Neto (VAN).....	54
Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	56
Síntesis del capítulo .....	57
<b>CONCLUSIONES</b> .....	57
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	59
<b>ANEXOS</b> .....	60
<b>REFERENCIAS</b> .....	62

**Modelo de Negocio, “Implementación de negocio en  
SUPERMARKET SOL DEL NORTE”**

**AUTOR:** Simón Bolívar Gualaquiza Totoy

**DIRECTOR:** MSC. Flavio Corella

D. M. Quito, 10 de febrero de 2023

## RESUMEN

El presente proyecto plantea la introducción de productos de tecnología en el negocio Supermarket Sol del Norte, ubicado en la ciudad de Quito. El objetivo es cubrir la demanda de artículos de electrónicos de vigilancia y seguridad en el sector. La metodología utilizada fue encuestas a los clientes habituales del Supermarket y observación directa, de esta manera se implementó una nueva línea de productos que tal vez no está directamente relacionado con el giro común del negocio en el supermercado, pero que da respuesta a las crecientes necesidades de la población, los supermercados han modificado sus instalaciones, publicidad, opciones tecnológicas, disponibilidad de productos y maneras de asistir a las personas. Todo esto con la intención de aumentar la concurrencia de clientes y de presentar una competencia rentable frente a los mercados tradicionales que abastecen de productos básicos. Es así que la comodidad y diversidad de productos en un solo lugar, permiten que los compradores o consumidores no tengan que transportarse a diferentes lugares para obtener los productos que requieren para satisfacer sus necesidades, otorgando un valor agregado que hace estos sitios más atractivos para realizar compras.

## **CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

#### ***Nombre de la Empresa***

Supermarket Sol del Norte

#### ***Descripción de la empresa***

"Supermarket Sol Del Norte" está ubicado en el norte del Cantón Quito desde mayo de 2021. Este negocio se dedica a la venta productos de primera necesidad, como son: abastos, abarrotes, bebidas, víveres, embutidos, lácteos, implementos de cuidado personal y de limpieza. El negocio está ubicado en la Av. John F Kennedy e Isidro Loza, a 12 metros de la parada de buses San Carlos y a 50 metros de estadio Rodrigo Paz de Liga de Quito, al frente se encuentra un parque y unas canchas de vóley, donde existe gran afluencia de gente debido a la ubicación geográfica.

Este supermercado tiene como parte de su público objetivo a los deportistas que se juntan en las canchas, las personas que transitan por la parada de buses San Carlos y todos sus alrededores. Siendo parte de sus atractivos el contar con una cafetería y heladería propios.

#### ***Tipo de empresa***

Un supermercado es un establecimiento comercial de venta al por menor que ofrece productos como alimentos, tecnología, juguetes, artículos para mascotas, implementos de higiene y limpieza. Se caracteriza por la autonomía del cliente al momento de seleccionar y transportar los objetos hasta el momento de su compra.

### Tamaño de la empresa

Supermarket Sol del Norte se constituye como una pequeña empresa de acuerdo a las características establecidas por el artículo 106 del “Reglamento a la estructura de desarrollo productivo de inversión”, es decir, es una empresa que posee de 4 a 16 trabajadores y genera ingresos anuales entre cien mil dólares y cuatrocientos mil dólares anuales. No obstante, este negocio tiene como uno de sus objetivos el crecimiento en número de sucursales y ventas, de manera que podría modificarse la clasificación correspondiente al tamaño en un futuro.

### Localización de la empresa

“Supermarket Sol del Norte” está ubicado en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, sector norte, en la Av. John F Kennedy e Isidro Loza edificio Marina, Local #3

**Latitud:** 0° 6'31.33"S

**Altitud:** 78°29'29.64"O

Figura 1

*Ubicación de Supermarket Sol del Norte*



### ***Filosofía empresarial***

**Misión:** “Supermarket Sol Del Norte” trabaja para ofrecer a nuestros clientes una amplia oferta comercial de productos de primera necesidad frescos, de calidad y a precios competitivos. Queremos que nuestros clientes puedan adquirir todo lo que necesitan en un lugar donde se sientan cómodos comprando, en un entorno urbano y cercano a sus domicilios y actividades cotidianas, para facilitar al máximo su compra diaria. Todo ello con un compromiso de servicio, atención personalizada y trato cercano con cada uno de nuestros clientes.

**Visión:** Consolidarnos como una cadena de supermercados cercana a la gente, de referencia en los barrios, donde los clientes encuentren todo lo que necesitan en un solo lugar y sean atendidos con un trato cordial y cercano que los haga sentir "como en casa". Es así que una de nuestras prioridades es incorporar nuevos establecimientos al grupo y continuar con las mejoras y remodelaciones constantes. La comodidad de nuestros visitantes es nuestro principal objetivo.

### **Valores**

Los valores a los que propenderá el negocio son los siguientes:

- **Liderazgo:** Hacer uso de la tecnología actual para mejorar el servicio que se ofrece a los clientes, que el establecimiento sea reconocido en la localidad y fidelizar al cliente.
- **Integridad:** Mantener una conducta honesta, proporcionar un trato igualitario y respetuoso a todos los clientes.
- **Excelencia:** Brindar el mejor servicio en el ramo, enfrentando los desafíos competitivos con valor, esfuerzo, creatividad e innovación.

## FODA

Tabla 1 .

*FODA Supermarket Sol del Norte*

Fortaleza	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Local comercial propio en avenida concurrida.</li> <li>• Personal con amplios conocimientos en ventas.</li> <li>• Precios accesibles acordes al mercado.</li> <li>• Variedad de productos desde los de primera necesidad hasta tecnología.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento la inseguridad domiciliaria en el sector.</li> <li>• Desconfianza en la Policía.</li> <li>• Público que no cuenta con servicio de vigilancia doméstico.</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de contabilidad interna.</li> <li>• Dependencia de proveedores.</li> <li>• Falta de financiamiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrada de nuevos competidores al mercado.</li> <li>• Aumento general de los precios.</li> </ul>

### *Planificación estratégica empresarial*

La planeación estratégica define la ruta a seguir para el cumplimiento de objetivos claros y alcanzables que permitan alcanzar las metas propuestas para Supermarket Sol del Norte.

### *Planificación estratégica por objetivos*

#### **Objetivo General:**

Implementar un modelo de negocio para la ampliación de la oferta comercial y de servicios ofertados por Supermarket Sol del Norte, mediante la incorporación de la línea de venta de cámaras de vigilancia y tecnología.

#### **Objetivos Específicos**

- Definir las estrategias organizacionales y de mercadotecnia para la implementación de la nueva línea de producto.



- Revisar la normativa legal vigente para que el modelo de negocio cumpla con todo lo estipulado en la ley.
- Manejar eficientemente los productos para generar el menor desperdicio posible, logrando de este modo un menor impacto medioambiental.
- Realizar el análisis financiero correspondiente, para determinar la viabilidad económica del proyecto, así como la rentabilidad el mismo.

### **Planificación estratégica empresarial**

La planificación estratégica consiste en estudiar el mercado y la cada vez mayor competitividad para así organizar las acciones para lograr posicionar un negocio y mantener acciones con vista al futuro. Según García (et al., 2017) esta es una herramienta diagnóstica utilizada para optimizar la toma de decisiones acertadas en el manejo, sobre todo, de empresas nacientes. Este consta de tres etapas que se detallan a continuación y se explicará la manera en que serán aplicadas para “Supermarket Sol del Norte”:

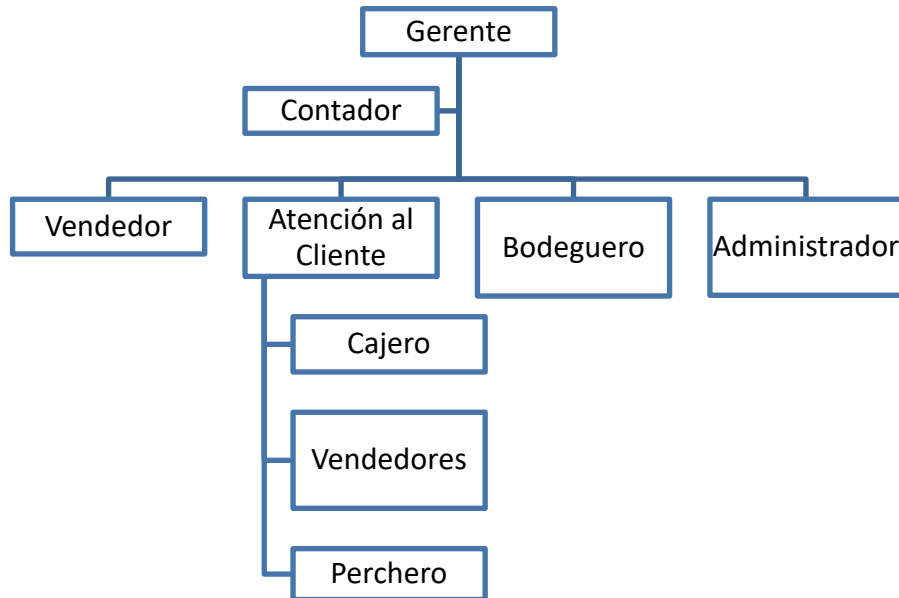
- a. Formulación de la estrategia:** Se plantearán la misión, visión y objetivos que encaminarán las estrategias para cumplirlos. Además de analizar los factores externos e internos que pueden perjudicar a la empresa o ser aprovechados por la misma. Para tal fin se llevará a cabo un análisis PEST, el cual evalúa el entorno a través del estudio de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos de su contexto. Así como también un análisis FODA, el cual

también observa los factores internos del negocio, sus siglas corresponden a Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

- b. Ejecución de la estrategia:** Una vez determinados los factores que pueden ayudar o perjudicar a la empresa, se elaboraran las estrategias que permitan fortalecer lo beneficioso y minimizar lo nocivo. Esta planificación se implementará en un esfuerzo conjunto con la gerencia y demás empleados del supermercado.
- c. Evaluación de la estrategia:** Posteriormente se deberá evaluar la eficiencia y alcances de las estrategias implementadas, este papel le corresponderá al gerente quien medirá el rendimiento, los factores que se cruzaron con las estrategias y se adoptarán medidas correctivas para encaminarse de mejor manera.

### **Estructura organizacional**

Supermarket sol del Norte utiliza una estructura organizacional jerárquica, en la que el gerente tiene todo el control de la empresa, esto puede apreciarse en la figura 2.

**Figura 2.***Estructura organizacional****Mano de obra requerida***

Tal como se muestra en el Figura N.2, los empleados requeridos para el funcionamiento adecuado de “Supermarket Sol del Norte” serán los detallados a continuación:

- 1 Gerente administrativo
- 1 Contador
- 1 Administrador del negocio
- 1 Cajeros
- 1 Percheros
- 1 Vendedor (Heladería)
- 1 Vendedor (Cafetería)
- 1 Bodegueros

**Funciones específicas del puesto**

- ***Gerente Administrativo***

Requisitos para acceder al puesto:

- A. Contar con título de por lo menos tercer nivel de educación en una carrera de Administración de empresas o Contabilidad.
- B. Ser proactivo para tomar decisiones y mantener el orden y el control.
- C. Fijar y hacer realidad los objetivos del negocio.
- D. Incentivar al personal con capacitaciones constantes.
- E. Realizar estrategias de promoción y venta.
- F. Organizar y hacer las tareas del equipo de trabajo.
- G. Entrevistar, seleccionar y capacitar a nuevos empleados.
- H. Planificar y llevar a cabo inventarios.

- **Contador**

Requisitos para acceder al puesto:

- A. Tener título de por lo menos tercer nivel en contabilidad o finanzas.
- B. Organizar y llevar los libros contables de la empresa.
- C. Analizar los egresos e ingresos.
- D. Mantener al día las responsabilidades tributarias de la empresa.
- E. Realizar los pagos a proveedores.
- F. Realizar pagos a empleados

- **Administrador del negocio**

Requisitos para acceder al puesto:

- A. Poseer estudios en administración.

- B. Analizar, comparar y escoger los mejores precios de proveedores para garantizar mayor rentabilidad.
- C. Mantener contacto con los proveedores.
- D. Mantener el abastecimiento de todos los servicios y productos que ofrece el supermercado.
- E. Garantizar el cumplimiento de las fechas y horas de entrega.
- F. Supervisar que los productos lleguen en buen estado.
- G. Mantener documentos de las compras realizadas.
- H. Mantenerse al día con respecto a productos novedosos o de alta demanda para abastecer al local.

- **Cajero**

Requisitos para acceder al puesto:

- A. Atención al cliente con cortesía y respondiendo a los requerimientos específicos.
- B. Conocimiento de los programas informáticos para facturación y cobro.
- C. Manejo de dinero.
- D. Venta de productos.
- E. Tomar pedidos.
- F. Colocar las compras de los clientes en bolsas para que puedan cargarlos.
- G. Organización de las facturas.
- H. Ofrecer productos de promoción o complementarios para la compra de los clientes.
- I. Cuadre de caja.

- **Perchero**

Requisitos para acceder al puesto:

- A. Mantener los estantes con productos.
- B. Verificar las fechas de expiración de los productos y retirar las que hayan vencido.
- C. Atender a los clientes y dirigirlos hacia los productos que están buscando.
- D. Desembalar los productos y colocarlos de manera ordenada en sus secciones correspondientes.
- E. Colaborar en la realización de inventarios.
- F. Mantener la limpieza de pasillos y estanterías.

- **Vendedor (Heladería)**

Requisitos y características del puesto:

- A. Atender a los clientes, receptar sus pedidos y entregarlos en óptimas condiciones.
- B. Preparar los postres requeridos por los clientes.
- C. Mantener abastecida la mesa de preparación con los ingredientes necesarios.
- D. Mantener la limpieza y orden del local.
- E. Recibir los pagos de los clientes y entregar correctamente el cambio.
- F. Ofrecer productos adicionales a su pedido.
- G. Educación mínima bachillerato

- **Vendedor (Cafetería)**

Requisitos y características del puesto:

- A. Atender a los clientes, receptar sus pedidos y entregarlos en óptimas condiciones.
- B. Preparar las bebidas y alimentos requeridos por los clientes.
- C. Mantener abastecida la mesa de preparación con los ingredientes necesarios.
- D. Tener productos frescos.
- E. Mantener la limpieza y orden del local.
- F. Recibir los pagos de los clientes y entregar correctamente el cambio.
- G. Ofrecer productos adicionales a su pedido.
- H. Tener título de bachiller por lo menos.

- **Bodeguero**

- A. Educación mínima, tener bachillerato.
- B. Descargar los productos entregados por los proveedores, ingresarlos a la bodega y ordenarlos.
- C. Revisar que las entregas lleguen en buen estado y completas.
- D. Mantener registros de ingreso y salida de productos de la bodega.
- E. Mantener el orden y la limpieza de todos los espacios de la bodega.
- F. Proteger los productos a través de condiciones óptimas para la conservación de los mismos.

- G. Trabajar junto a los percheros para mantener abastecidos los estantes del local.
- H. Colaborar en la realización de inventarios.

## **PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

### ***Objetivo de mercadotecnia***

Se va analizar un plan de marketing para “Supermarket Sol del Norte” con el fin de aumentar los clientes que lleguen al local, mediante promociones adecuadas, publicidad o el trato preferencial que se de a los compradores.

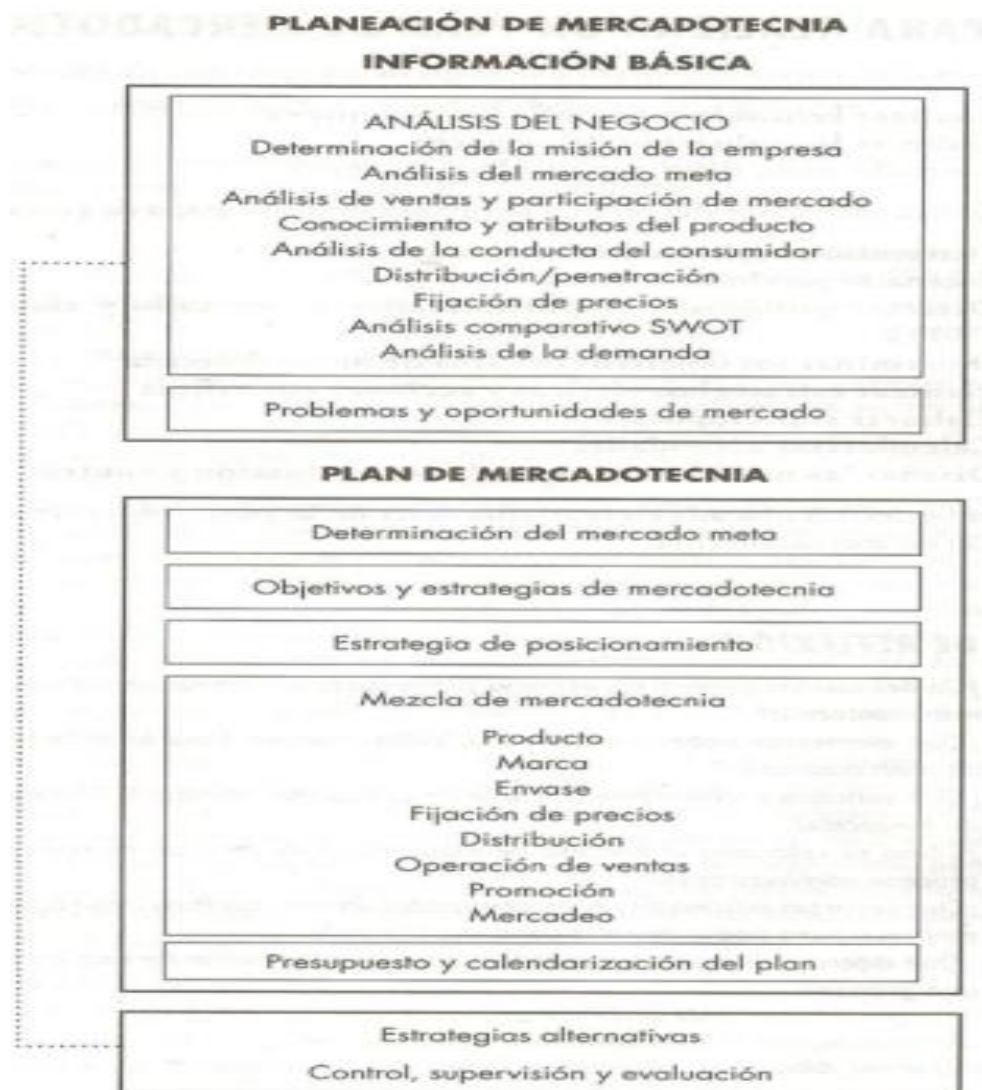
Para la elaboración de todo análisis de mercadotecnia es elemental tener clara la base fundante para el desarrollo de toda estrategia de mercado, tomando como punto de partida el conocimiento de la oferta disponible, el cliente objetivo, el valor agregado que se puede dar a las alternativas ofrecidas, entre otros aspectos a considerar.

En ese sentido, la construcción de la estrategia de mercadotecnia que se propone para el modelo de negocio aquí expuesto parte desde lo propuesto por Rodríguez Santoyo (2014), en donde se sugiere que la fijación de los objetivos forma parte constitutiva del plan de mercadotecnia, el cual puede ser definido a partir del esquema que propone en la figura 3.



Figura 3.

*Esquema de planeación de mercadotecnia*



*Nota.* Tomado de Rodríguez Santoyo (2014): Fundamentos de la mercadotecnia, pág. 99.

Tomando lo expuesto como punto de partida, el objetivo de mercadotecnia toma como base fundamental el cliente objetivo de Supermercados “Sol del Norte”, el cual son las familias residentes en los barrios de las áreas circundantes a Ponciano en el norte de Quito. El objeto fundamental, como ya se desarrolló anteriormente en la filosofía empresarial del negocio, en donde se propone que Supermercado “Sol del Norte” se convierta en un referente de consumo de productos de primera necesidad para las familias de los barrios de Quito, particularmente en Ponciano.

En ese sentido, se podría indicar como objetivo de mercadotecnia:

*Construir un referente local para el consumo de productos de primera necesidad para los barrios de Quito, ofreciendo como valor agregado precios competitivos, atención personalizada y recompensas por fidelización.*

### **Investigación de mercado**

El principal aspecto a considerar para la configuración de cualquier empresa de carácter comercial tiene que ver con el conocimiento exhaustivo del entorno en el cual se va a realizar la compra y venta de bienes y servicios, lo cual incluye un análisis de los productos a ofrecer, la clientela, los posibles competidores, y una delimitación precisa y exhaustiva de los objetivos propuestos a corto y mediano plazo. Se podría decir, entonces, que todas estas cuestiones son las que constituyen la investigación de mercado, las cuales surgen como una tentativa que busca atender a las necesidades que surgen dentro del negocio para su crecimiento.

Según indica Malhotra (2008), la investigación de mercado es el componente fundamental para la conexión entre cliente, consumidor y público a través de la recolección de información que ayuda a la detección de problemas y oportunidades de

mejora en el terreno del marketing, su mejora de desempeño y la comprensión integral de su proceso. Por ello, la investigación de mercados es especialmente útil a la hora de analizar estas cuestiones, a fin de construir las técnicas necesarias para la recolección de información, su análisis y procesamientos; todo esto con el fin de desarrollar interpretaciones y soluciones afines.

Según la SECOFI (2010), una investigación de mercado puede aportar algunos beneficios, tales como:

- La capacidad de adquirir más y mejor información con el fin de adoptar medidas más precisas que coadyuven a un crecimiento empresarial sostenido.
- La ganancia de información de primera mano expresada de manera concisa, que pueda contribuir a desarrollar estrategias de resolución de problemas más efectivas y eficaces.
- Permite delimitar el tamaño de mercado al cual se apunta a satisfacer, lo cual es especialmente útil en los casos en los que se pretende introducir nuevos productos.
- Ayuda a determinar cuál es el mejor sistema de ventas posible en función de las características particulares del mercado.
- Contribuye a hacer un mapeado del cliente característico al cual se apunta a satisfacer, tomando como punto de partida sus gustos, sus preferencias, los hábitos de consumo y compra, sus niveles de ingreso promedio, entre otros aspectos.

- Permite dar una idea acerca de cómo se reconfiguran y cambian las preferencias de su mercado objetivo, a fin de que el negocio adopte la suficiente capacidad de adaptación.

A continuación, se explica la metodología y los instrumentos de la investigación.

- **Por el propósito:**

Investigación aplicada, la cual permite obtener información real sobre el mercado, analizar las preferencias y necesidades insatisfechas de los clientes con respecto a los servicios de los Supermercados existentes en la localidad para de esta forma determinar la viabilidad del presente proyecto.

- **Por el lugar:** Investigación de campo, donde ocurren los hechos que para efecto del presente proyecto se realizó las respectivas observaciones y encuestas para ver el grado de aceptación y la factibilidad para la implementación del Supermarket Sol del Norte.

- **Modalidad:** Se aplicará la modalidad personal y en línea, a través de una encuesta con preguntas de estilo cerradas de las cuales se obtendrá respuestas enfocadas a la demanda, todo con el fin de conocer el grado de aceptación de los servicios que oferta el Supermarket Sol del Norte.

### ***Plan de Muestreo***

Las encuestas fueron realizadas a los clientes habituales de Supermarket Sol del Norte, aproximadamente 1500 personas, de las cuales se tomó una muestra de 306 personas para ser encuestadas.

Para determinar nuestra muestra aplicaremos la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde se tomaron los siguientes valores:

Tamaño de la población: 1500

- n = tamaño de la muestra
- Z = nivel de confianza 95% = 1.96
- e = error en la estimación = 5%
- P = proporción de defectos esperados = 50%
- Q = probabilidad negativa = 50 %
- N = población segmentada

Lo cual dio como resultado lo siguiente:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 1500}{0,05^2(1500 - 1) + 1.96^2 * 0,5 * 0.5} = 306 \text{ encuestas}$$

### ***Análisis de la Encuesta***

Por medio de la encuesta se identificó la percepción de inseguridad de los clientes y la posibilidad de ofertar sistemas de videovigilancia.

## INSTITUTO TECNOLÓGICO INTERNACIONAL UNIVERSITARIO

**CARRERA:**

**TÉCNICO SUPERIOR EN INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE REDES**

**TEMA:**

**Encuesta para: Implementación del modelo de negocio en SUPERMARKET SOL DEL NORTE<sup>®</sup>**

Con la finalidad de dar cumplimiento a mi trabajo de tesis, me dirijo hacia ustedes como publico transeúnte del área y/o cliente, para poder obtener resultados reales que serán aplicados en el proyecto, así mismo esta información será utilizada con fines académicos en favor de la comunidad y el Instituto.

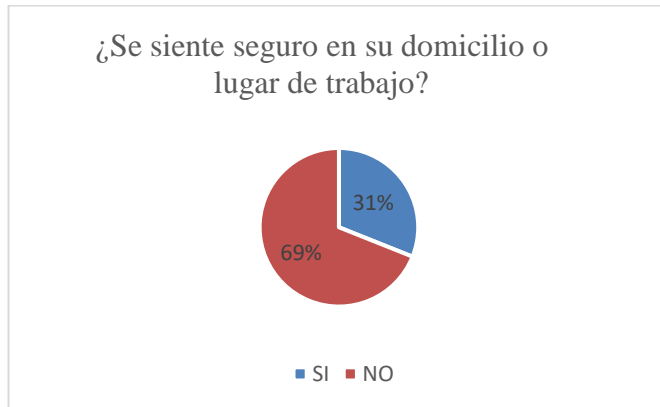
Se les agradece su colaboración y honestidad en contestar las siguientes preguntas:

1. En sus actividades diarias utiliza aparatos tecnológicos  
 SI  NO  No contesta
2. ¿Se siente Ud. Seguro en su domicilio o lugar de trabajo?  
 SI  NO  No contesta
3. ¿Confía en las acciones de la Policía Nacional?  
 SI  NO  No contesta
4. ¿Tener un sistema de CCTV en su domicilio mejoraría su percepción de seguridad?  
 SI  NO  No contesta
5. ¿En qué lugar compraría un sistema de videovigilancia?  
 Local más cercano  Centro especializado  no contesta
6. ¿Le gustaría tener un lugar en donde pueda adquirir artículos de primera necesidad y tecnología a la vez?  
 SI  NO  No contesta

\_\_\_\_\_  
 Firma de la persona encuestada

\_\_\_\_\_  
 Firma del estudiante del ITI

### 1. ¿Se siente Ud. Seguro en su domicilio o lugar de trabajo?



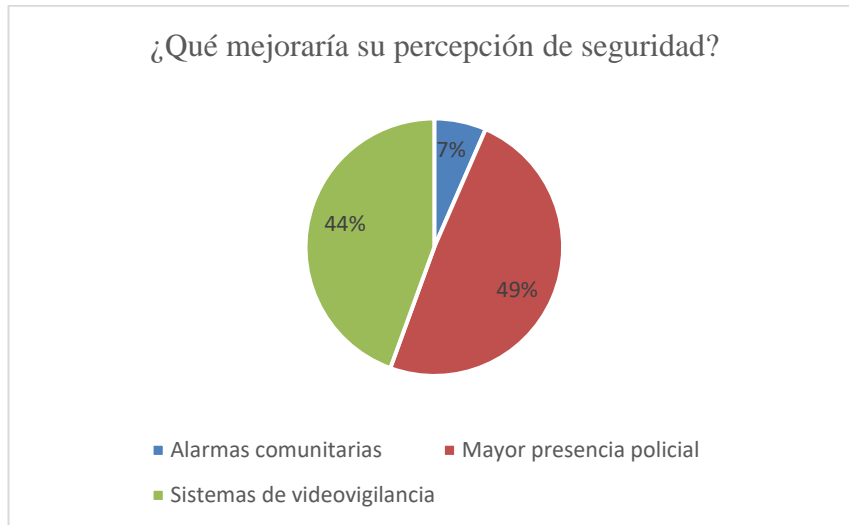
**Análisis e interpretación de datos:** Existe una alta percepción de inseguridad entre los clientes habituales del negocio, por ello responden un 69% que se sienten seguros en su domicilio o en el lugar de trabajo.

### 2. ¿Confía en las acciones de la Policía Nacional?



**Análisis e interpretación de datos:** De los 306 encuestados el 74% todavía tienen confianza en el accionar de la Policía Nacional.

### 3. ¿Qué mejoraría su percepción de seguridad?



**Análisis e interpretación de datos:** Aunque una mayor presencia policial en el sector aumentaría la percepción de seguridad, el porcentaje de sistemas de vigilancia por video se ve como una buena alternativa, por ello eligen esta opción un 44%, tomando en cuenta que el público en general no puede disponer de las acciones de la Policía Nacional.

### 4. ¿En qué lugar compraría un sistema de videovigilancia?





**Análisis e interpretación de datos:** Aunque un porcentaje alto de clientes prefiere comprar sistemas de videovigilancia en comercios especializados, este porcentaje no representa la mayoría, lo que indica que el lugar donde se realiza la compra no es un factor decisivo.

### ***Análisis General***

Los principales aspectos que se consideraron para determinar la factibilidad de añadir un nuevo producto a la oferta de Supermarket Sol del Norte fueron: percepción de seguridad, confianza en las entidades encargadas de la seguridad pública, confianza en el producto y confianza en el lugar donde se realiza la compra. Los resultados obtenidos animan a invertir en el comercio de sistemas de videovigilancia, como un producto adicional a la oferta corriente del supermercado.

### **Distribución y puntos de ventas**

Actualmente, Supermercados “Sol del Norte” cuenta únicamente con una sucursal, la cual se encuentra ubicada en el lugar especificado en el subtema 1.1.5 del presente proyecto de investigación.

La distribución se elabora partiendo desde el formato “Minisúper”, es decir, la provisión de productos de primera necesidad en forma de autoservicio y con el pago de los mismos en caja.

### **Promoción del producto o servicio**

Es importante considerar que, en primera instancia, el Supermercado “Sol del Norte” actualmente ya tiene una clientela consolidada a partir de tiempo en el cual se encuentra operando en el barrio especificado, no obstante, se ha elaborado un presupuesto para la

realización de la promoción de una imagen de marca, el cual está orientado de la manera que puede verse en la tabla 2:

**Tabla 2.**

*Valores que se invierten en la publicidad*

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
Diseño del organigrama funcional y estructural de “Supermercado Sol del Norte”	\$18
Propuesta de señalización en el barrio circundante	\$40
Elaboración de un plan de precios	\$120
Establecimiento de un plan de promoción en implementos de publicidad	\$250
Plan de desarrollo de imagen publicitaria (community management, desarrollo de imagen y logo de marca, entre otros)	\$300
<b>Total</b>	<b>\$728</b>

### **Fijación y políticas de precios**

Tomando en consideración que los supermercados son negocios que se dedican, en su mayoría de actividades, a comprar y revender productos, es necesario tomar como base el precio al que se adquieren los productos de sus fabricantes, para agregarle el valor de la ganancia que se aspira obtener. De hecho, Rodríguez Santoyo (2014) menciona que la fórmula más utilizada es la siguiente:

$$\text{Precio Unitario} = \text{Costo Unitario} + \text{Margen Unitario de utilidad Deseado}$$

A esto agrega la necesidad de tomar en consideración la oferta y demanda de los productos que se van a vender en el mercado actual, así como el nivel de competitividad del mercado. En el caso del Supermarket Sol del Norte, sus competidores son todas las compañías de supermercados que poseen numerosas sucursales y renombre entre los consumidores. Por lo que la empresa debe tratar de mantener precios accesibles que sean más atractivos al público local.

### **Plan de introducción del mercado**

El mercado que abarcan los negocios de este tipo es existente en la ciudad de Quito, siendo numerosos los locales de venta al por menor de bienes y servicios de primera necesidad, es por eso que es necesario elaborar una estrategia para ingresar a un mercado tan competitivo de manera exitosa. De manera que serán cuatro los aspectos que destacarán para llamar la atención de los consumidores: Precios accesibles, variedad de productos o servicios, cercanía a las personas que habitan la zona y la posibilidad de entretenimiento y reunión social en la cafetería y heladería.

Para dar a conocer estos beneficios a los potenciales clientes se utilizarán varias estrategias publicitarias como el uso de redes sociales, especialmente *Tik Tok* e *Instagram*, descuentos, volanteo, vallas publicitarias, afiches en las paradas de los buses, promociones y sorteos. Además de la creación de una tarjeta de clientes frecuentes que brinde beneficios económicos y la posibilidad de participar en sorteos mensuales.

### **Riesgos y oportunidades del negocio**

Tras más de dos años de haber vivido una pandemia que tuvo repercusiones económicas a nivel mundial y que ha afectado y aún lo hace a numerosos negocios y a la capacidad adquisitiva de los consumidores. De igual manera lo hizo el Paro Nacional que duró 18 días durante el mes de junio. Es así que muchos clientes buscan opciones de calidad, pero a precios accesibles o con promociones atractivas, esa es una de las oportunidades que llegar a nuevas personas a través de los precios. Además, aprovechando que el mercado de productos de primera necesidad es constante.

A pesar de las dificultades económicas, existen grandes cadenas de supermercados que continúan expandiéndose y poseen un gran número de clientela debido a sus años en el mercado y al posicionamiento alcanzado en ellos. Como un negocio pequeño que recién empieza es difícil competir con negocios de esa escala. No obstante, la cercanía con las personas puede usarse como una oportunidad a través de generar un ambiente de hogar y de carisma desde el diseño y disposición del local, hasta el trato con las personas. Así como también el aprovechamiento de la ausencia de Supermercados grandes en barrios pequeños o zonas periféricas.

El supermercado se debería enfrentar al desconocimiento de las personas del mismo, problema que hará que en un inicio no se tenga la afluencia deseada. Sin embargo, a través de las estrategias señaladas en el punto 1.2.6. se podrá a traer constantemente a un mayor volumen de consumidores.

### **Sistema y plan de ventas**

El plan de ventas es una estructura de organización para las ventas de un negocio que incluye las estrategias para expender productos y los desafíos del mercado y entorno. En el caso del Supermarket Sol del Norte los consumidores objetivos serían las personas que habitan las calles, manzanas y cuadras aledañas al establecimiento, así como los transeúntes que solo estén de paso por el sector. Para llamar la atención de estos y conseguir ventas se difundirán las promociones en redes sociales y en afiches colocados en el exterior del local. Así como la utilización de promotores que se ubiquen en las afueras y cercanías para repartir volantes, catálogos y cupones de descuento en productos seleccionados, y otros que se ubiquen en el interior y ofrezcan degustaciones de productos nuevos. Todo esto con el fin de hacerle frente al mercado tan competitivo que representa el ámbito que ocupan las tiendas, mercados y supermercados.

### **Objetivos del área de producción**

Los objetivos de esta área son:

- Coordinar e implementar los procesos previstos en el plan de marketing para aumentar constantemente el volumen de ventas.

- Gestionar estrategias de enganche para crear confianza en los nuevos clientes y se conviertan en clientes regulares.
- Evaluar y recomendar mejorar en los procesos y estrategias implementados para que sea cada vez mayor el alcance.
- Mantener la calidad de los productos publicitarios a usarse, tanto en diseño como en material utilizado, precautelando el menor impacto al medio ambiente y la atracción de los posibles consumidores.

### ***Especificaciones del producto***

Los principales productos que el consumidor busca dentro de un supermercado son los de primera necesidad que incluyen todo tipo de alimentos y bebidas preparados, precocidos o frescos (frutas y verduras), implementos de limpieza y alimento para mascotas. También se ofrecerá la opción de realizar pagos de servicios y recargas telefónicas en las cajas del establecimiento.

### ***Diseño y distribución de la planta y oficinas***

#### **Figura 4.**

*Diseño y distribución de planta*



### Síntesis del capítulo

En el presente capítulo se analizaron los principales aspectos generales y particulares del diseño y organización institucional del Supermarket ‘Sol del Norte’, así como también la formulación de sus objetivos organizacionales y las características de su propuesta de mercadotecnia, desde donde se constituye su filosofía organizacional y qué necesidades se busca satisfacer en el marco de las alternativas disponibles en el mercado.

En ese sentido, se puede decir que el Supermarket ‘Sol del Norte’ es un establecimiento cuyo fin consiste en proveer de alimentos de primera necesidad a la comunidad en la cual se encuentra ubicado, para lo cual desarrolló diversas estrategias de mercadeo, así como también algunas alternativas diferenciales para dar un valor agregado.

## **CAPÍTULO II: PROCESO DE DERECHO EMPRESARIAL**

### **Objetivo del área**

El objetivo del presente apartado es comprender las normas legales que involucran la concepción e inicio de un negocio de este tipo (supermercado) para así llegar a conseguir los permisos necesarios, para cumplir con las obligaciones tributarias y evitar caer en faltas contra las leyes ecuatorianas que puedan perjudicar el funcionamiento de la empresa o a las personas que la componen.

### **Marco legal de la empresa**

Según el Manual Práctico para Emprendedores de la Cámara de Comercio de Quito (Mora, 2019) tanto las personas naturales como las personas jurídicas pueden iniciar empresas, en el caso del Supermarket Sol del Norte, teniendo un único propietario que fungirá como representante legal, se seguirán las indicaciones para constituir empresas como persona natural. Para esto se deben contar con los siguientes requisitos: un establecimiento físico, RUC, patente municipal (en este caso del Distrito Metropolitano de Quito) y facturas.

Además de la Patente Municipal, es necesario contar con la Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de las actividades económicas (LUAE) para poder ejercer actividades económicas dentro del cantón Quito. Este permiso integra otros como el uso de suelo, permiso de Bomberos, realización de publicidad, permisos de Quito Turismo, Ministerio del Interior, ambientales y de sanidad. (Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, 2019, Artículos 1770-1772). Para conseguir este documento son necesarios los siguientes documentos: formulario de solicitud lleno con el nombre del titular del RUC, certificado de RUC, copia de la



cédula y papeleta de votación. Posteriormente se tramitarán los permisos específicos que componen la LUAE con las instituciones correspondientes.

Informe Auto-declaración	
<b>Información de auto-declaración</b>	
<b>Fecha :</b>	05/07/2021
<b>Hora inicio :</b>	15:08:47
<b>Hora fin:</b>	15:09:25
<b>Número de Solicitud :</b>	2021WEBLUAE195866
<b>Estado de inspección:</b>	APROBADO
<b>Responsable de Declaración (Representante legal):</b>	GUALAQUIZA TOTOY SIMON BOLIVAR
<b>No. Cédula de Representante Legal:</b>	0603850694
<b>Información del Local Comercial</b>	
<b>Empresa:</b> GUALAQUIZA TOTOY SIMON BOLIVAR	<b>Nombre Comercial:</b> SUPER MARKET "SOL DEL NORTE"
<b>RUC</b> 0603850694001	<b>Representante Legal:</b> GUALAQUIZA TOTOY SIMON BOLIVAR
<b>Tipo LUAE:</b> Ordinario	<b>Actividad Económica CIIU Nivel 7:</b>
<b>Calle Primaria:</b> N70B ISIDRO LOZA	<b>Calle Secundaria:</b> JOHN F. KENNEDY
<b>Nro. Predio:</b> 3694014	<b>Referencia:</b> FRENTE AL ESTADIO DE LA LIGA
<b>Piso:</b> PB	<b>Nro. de Establecimiento:</b> 1
<b>Clave Catastral:</b> 1300403004001001003	<b>Patente:</b> 579985
<b>CheckList</b>	

INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	
El área del establecimiento es mayor a 200 m <sup>2</sup>	SI NO NA
El aforo (cantidad de personas) en el local es mayor a 20 personas	SI NO NA
El establecimiento utiliza o almacena gas GLP, en cilindros de 15 o 45, o tanques estacionarios	SI NO NA
El establecimiento utiliza o almacena alcohol, thinner, gasolina u otro líquido inflamable	SI NO NA
El establecimiento utiliza o almacena materiales peligrosos como: sosa caustica, material pirotécnico, explosivos, etc.	SI NO NA
El establecimiento utiliza o almacena gases comprimidos como por ejemplo: oxígeno helio, nitrógeno, acetileno, etc.	SI NO NA
Cuenta con un sistema de supresión a base de agua (gabinetes, rociadores u otro)	SI NO NA
REQUISITOS MÍNIMOS INDISPENSABLES	
El establecimiento cuenta con instalaciones eléctricas en buen estado, ordenadas, fijas, protegidas por elementos tales como canaletas y materiales aislantes, evitando sobrecargas, conforme lo establece la Ordenanza Metropolitana 001, Regla Técnica 1 literal 6.1	SI NO NA
Posee extintor/es de 10 libras mínimo y la cantidad suficientes, conforme lo establece la Ordenanza Metropolitana 001, Regla Técnica 1 literal 6.5.2 y Regla Técnica 7, numerales 16.3 y 16.4	SI NO NA
Las vías de evacuación y puertas de emergencias se encuentran sin obstáculos que impidan la salida del establecimiento, con señalización e iluminación correspondiente conforme lo establece la Ordenanza Metropolitana 001, Regla Técnica 1 numeral 4.2	SI NO NA
Se permitirá el control y verificación de las condiciones de seguridad del establecimiento por parte del Cuerpo de Bomberos, y asume la responsabilidad que el incumplimiento conlleve conforme lo establece la Ordenanza Metropolitana 001 Capítulo V artículo 24 literal ii	SI NO NA

Por otra parte, la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación establece un marco normativo que fundamenta y facilita la creación y emprendimientos locales, dentro de los cuales se establece un régimen especial de contratación de personal para emprendimientos que busca tener una relación laboral más flexible entre empleados y empleador para asegurar mayor inserción (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, Artículo 44). Acorde a este régimen se podrá acordar un período de prueba de 90 días, así como jornadas consecutivas de no más de 20 días. Además de

eximir del 25 % adicional por horas nocturnas, trabajo por horas con pago proporcional al Salario Básico y la finalización contractual al año (Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-222, 2022). Esta sería una posibilidad para poder contratar el personal suficiente para cumplir con las funciones del supermercado y el esquema organizacional planteado.

### **Obtención de la Patente Municipal**

La Patente Municipal es un documento necesario para ejercer una actividad económica dentro de un municipio, en el caso del Supermarket Sol del Norte, al estar ubicado dentro de los límites geográficos del Distrito Metropolitano de Quito, se registrará a las disposiciones, requisitos y trámites que este dispone. Para la obtención de la Patente Municipal se necesita llenar los formularios de Inscripción de Patente y de Acuerdo de Medios Electrónicos, estos se presentarán junto a la cédula, copia de planilla de servicio básico del establecimiento de Supermarket Sol del Norte y certificado del RUC en cualquier Balcón de Servicios de una de las administraciones zonales de Quito (Portal de Servicios Municipales, s.f.). Al estar ubicados dentro de la Administración Zonal La Delicia, los trámites se llevarán a cabo en el Balcón de Servicios Ubicado en el Condado Shopping.



**GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO DEL DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO  
LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA  
EL EJERCICIO DE LAS ACTIVIDADES  
ECONÓMICAS(LUAE)**

**2021**



**EL GAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, CONFIERE LA PRESENTE LICENCIA**

<b>Número Trámite</b>	2021WEBLUAE195866	<b>RAET(N° Patente)</b>	579985
<b>Número Licencia</b>	363903	<b>Predio Local</b>	3694014
<b>Razón Social</b>	GUALAQUIZA TOTOY SIMON BOLIVAR	<b>Procedimiento</b>	Ordinario - CATEGORIA 2
<b>Nombre Comercial</b>	SUPER MARKET "SOL DEL NORTE"		
<b>Número RUC</b>	0603850694001		
<b>Dirección</b>	PONCEANO - SIN NOMBRE 80 / N70B ISIDRO LOZA / OE4-16 / JOHN F. KENNEDY		
<b>Código CIU</b>	<b>Actividad Económica</b>	<b>No. ICUS</b>	
I56100202	PUESTOS DE REFRIGERIO Y ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN COMIDA INCLUIDO PARA LLEVAR, REPARTO DE PIZZA, HELADERÍAS, FUENTES DE SODA.	431047	CB1B
G472202	VENTA AL POR MENOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS (NO DESTINADAS AL CONSUMO EN EL LUGAR DE VENTA) EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.	431048	CS1A
G471102	VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN SUPERMERCADOS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, LAS BEBIDAS O EL TABACO, COMO PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD Y VARIOS OTROS TIPOS DE PRODUCTOS, COMO PRENDAS DE VESTIR, MUEBLES, APARATOS, ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, COSMÉTICOS, ETCÉTERA.	431049	CS4

**VIGENCIA HASTA:** 10/31/2022

**AUTORIZACIONES ADMINISTRATIVAS INCLUIDAS EN LA PRESENTE LUAE**

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE BOMBEROS: 1813412620426

**LA PRESENTE LICENCIA NO EXIME AL ESTABLECIMIENTO DE POSIBLES SANCIONES POR DESACATO A LAS ORDENANZAS METROPOLITANAS VIGENTES**

La presente LUAE podrá ser extinguida por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido emitida sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o reglas técnicas que le hubiere sido aplicable.

El establecimiento queda sujeto a supervisiones periódicas de las condiciones de funcionamiento.

El documento debe exhibirse obligatoriamente en un lugar visible.

Quito, 23 de julio del 2021

Ing. Mónica Alexandra Gutiérrez Serrano  
Administración Zonal LA DELICIA

Con la clave asignada se podrá hacer el resto de trámites en línea y así obtener la LUAE (Licencia Metropolitana única para el Ejercicio de Actividades Económicas),

misma que es el permiso de funcionamiento que otorga el Gobierno Autónomo Descentralizado y permite la apertura y ejercicio de actividades económicas de manera legal.

Las personas que constituyen una empresa adquieren derechos, así como obligaciones. Una de las obligaciones que conlleva la obtención de la Patente es la declaración anual de impuestos por parte del sujeto pasivo, es decir, a quien pertenece la empresa, y este valor será calculado en base al patrimonio neto de este sujeto (Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, 2019, Artículos 1431-1434) De estos se hará cargo la persona encargada de contaduría para llevar al día para evitar cargos relacionados con sanciones por el incumplimiento de estos deberes.

### ***Obtención del RUC***

El Registro Único de Contribuyentes, más conocido como RUC es un documento e instrumento legal que se obtiene o proporciona a través del Servicio de Rentas Internas (SRI) en Ecuador y es usado para cumplir y regular las obligaciones tributarias producto de actividades económicas (Servicio de Rentas Internas [SRI], s.f.). El RUC es un número de identificación otorgada permanente u ocasionalmente a personas naturales y jurídicas que realicen actividades por las cuales deban declarar y pagar impuestos, por lo que la inscripción es de carácter obligatorio para todas las transacciones que generen ganancias (Ley de Registro Único de Contribuyentes, 2004, Artículo 3). La forma más común de este es el número de cédula agregando -001 al final y es un instrumento necesario para realizar algunos trámites, sobre todo los relacionados a la creación de un negocio, en este caso, del supermercado.

Los pasos y requisitos para obtener un RUC se pueden encontrar en distintos canales de información del gobierno ecuatoriano, como es el portal web del SRI (SRI, s.f.). De acuerdo con esta información, se puede realizar el trámite ingresando a [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec) y a la sección “SRI en línea”, donde se coloca o crea un usuario y contraseña a partir del número de cédula del representante legal del supermercado. Después de aceptar los términos y condiciones se completará la información del contribuyente, los medios de contacto, la dirección de domicilio y del establecimiento. Posteriormente se seleccionarán la actividad económica principal y las diferentes actividades económicas. Para el Supermarket Sol del Norte la opción más adecuada sería “Venta al por menor de gran variedad de productos en supermercados, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como aparatos tecnológicos, cosméticos, et cétera.”.

Es importante realizar este trámite máximo en los primeros 30 días de constituido el negocio según lo previsto por el artículo 4 de la Ley de Registro Único de Contribuyentes (2004). Posterior a ingresar la solicitud de inscripción se debe esperar por la confirmación de la obtención del RUC para iniciar con la obtención de facturas, que serán los comprobantes de venta que utilizará el supermercado. De acuerdo a la resolución Nro. NAC-DGERCGC22-00000024 a partir del 29 de noviembre de 2022 los negocios obligados a emitir facturas deberán hacerlo en modalidad electrónica, de manera que será esta la que se manejará para la atención a clientes a través de un software con licencia obtenido de una empresa privada.



La persona encargada de la contaduría de la empresa será quien realice las declaraciones de impuestos y pagos por los mismos para mantener al día las obligaciones tributarias de la empresa.

<b>SRI</b>		<b>Certificado</b> Registro Único de Contribuyentes	
<b>Apellidos y nombres</b> GUALAQUIZA TOTOY SIMON BOLIVAR		<b>Número RUC</b> 0603850694001	
<b>Estado</b> ACTIVO	<b>Régimen</b> REGIMEN MICROEMPRESARIAL		
<b>Inicio de actividades</b> 08/05/2017	<b>Reinicio de actividades</b> 19/05/2021	<b>Cese de actividades</b> 08/05/2017	
<b>Jurisdicción</b> ZONA 9 / PICHINCHA / QUITO		<b>Obligado a llevar contabilidad</b> NO	
<b>Tipo</b> PERSONAS NATURALES		<b>Agente de retención</b> NO	
<b>Domicilio tributario</b>			
<b>Ubicación geográfica</b>			
Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: PONCEANO			
<b>Dirección</b>			
Barrio: PONCEANO Calle: N70B ISIDRO LOZA Número: OE4-16 Intersección: JOHN F. KENNEDY Referencia: FRENTE AL ESTADIO DE LA LIGA			
<b>Actividades económicas</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• G47220201 - VENTA AL POR MENOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS (NO DESTINADAS AL CONSUMO EN EL LUGAR DE VENTA) EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.</li> <li>• I56100201 - RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA, PUESTOS DE REFRIGERIO Y ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN COMIDA PARA LLEVAR, REPARTO DE PIZZA, ETCÉTERA; HELADERÍAS, FUENTES DE SODA, ETCÉTERA.</li> <li>• G47110201 - VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN SUPERMERCADOS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, LAS BEBIDAS O EL TABACO, COMO PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD Y VARIOS OTROS TIPOS DE PRODUCTOS, COMO PRENDAS DE VESTIR, MUEBLES, APARATOS, ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, COSMÉTICOS, ETCÉTERA.</li> </ul>			
<b>Establecimientos</b>			
<b>Abiertos</b>		<b>Cerrados</b>	
1		0	
<b>Obligaciones tributarias</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2011 DECLARACION DE IVA</li> <li>• 1024 IMPUESTO A LA RENTA REGIMEN IMPOSITIVO PARA MICROEMPRESAS</li> </ul>			
<p><b>i</b> Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en <a href="http://www.sri.gob.ec">www.sri.gob.ec</a>.</p>			
<b>Números del RUC anteriores</b>			
No registra			

<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Número RUC</b>
GUALAQUIZA TOTOY SIMON BOLIVAR	0603850694001



<b>Código de verificación:</b>	CATRCR2021001667400
<b>Fecha y hora de emisión:</b>	05 de julio de 2021 12:53
<b>Dirección IP:</b>	10.1.2.121

Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.

### *Aspectos legales, laborales, tributarios, mercantiles*

Dentro del Ecuador existen numerosos códigos, leyes, reglamentos, ordenanzas y normas jurídicas a las cuales deben apegarse todas las personas que habitan el territorio ecuatoriano o que poseen su nacionalidad, eso incluye también a las empresas conformadas por esas personas. La Constitución de la República del Ecuador y los Tratados Internacionales son los primeros ordenamientos jurídicos a los que la empresa deberá acogerse (Constitución de la República del Ecuador, 2008, Artículo 424), en estos se podrán encontrar los derechos de las personas a la propiedad privada y a los beneficios que estos conllevan, así como derechos de otras personas y del medio ambiente que permitirán actuar al negocio de manera legal.

Como normativa general, el Supermarket Sol del Norte se rige al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010) debido a que es la normativa legal que rige a toda persona que se dedique a alguna actividad productiva, es decir cualquier actividad humana que genere remuneraciones económicas. Tal como se indica en el apartado 1.1.4. este negocio se clasifica como pequeña empresa debido a su alcance económico y número de trabajadores, para este tipo de negocios rige el capítulo I del título I del Libro III del Código antes mencionado, poniendo énfasis en el desarrollo productivo del país.

En materia laboral, el Código del Trabajo es la principal normativa vigente, misma que establece los derechos y obligaciones que derivan de la relación establecida entre empleador y empleados, eso incluye las jornadas laborales, los pagos apropiados, los beneficios de ley, la seguridad social y demás temas que puedan incumbir a quienes conformaran la empresa (Código del Trabajo, 2005, Artículo 1). Es fundamental



observar esta normativa al momento de elaborar los contratos para las personas que ingresan a trabajar al supermercado, así como para el establecimiento de los horarios de trabajo, la remuneración y las normas del reglamento interno.

Las obligaciones tributarias se llevan en conjunto con el SRI, institución encargada de registrar a los contribuyentes y recibir los pagos de impuestos, mismos que son de carácter obligatorio y pretenden ser ingresos públicos. Todo lo relacionado a materia tributaria se encuentra contemplado en el Código Tributario (2005), el cual establece en el artículo 96 los deberes de los contribuyentes los cuales son: registrarse con los datos veraces del contribuyente y actividad económica, tramitar los permisos, presentar las declaraciones de impuestos y pagar los valores correspondientes, permitir inspecciones del SRI o acudir a las oficinas de la institución de ser requerido. En el siguiente artículo se establece que el incumplimiento de estas responsabilidades tiene como consecuencia una pena de carácter monetario o multa.

En materia mercantil se utiliza el Código de Comercio (2019), mismo que rige las actividades relacionadas al comercio y los comerciantes, siendo un ámbito que le compete a los supermercados pues son espacios que se dedican a la compra de productos al por mayor y a la venta de los mismos al por menor:

Se entiende por actividades mercantiles a todos los actos u operaciones que implican necesariamente el desarrollo continuado o habitual de una actividad de producción, intercambio de bienes o prestación de servicios en un determinado mercado, ejecutados con sentido económico, aludidos en este Código; así como los actos en los que intervienen empresarios o comerciantes, cuando el propósito con el que intervenga por lo menos uno de los sujetos

mencionados sea el de generar un beneficio económico. (Código de Comercio, 2019, artículo 7)

En este código de se establecen todas las características que comprenden a empresas y empresarios, temas relacionados a la publicidad y finanzas de los mismos, así como las normas que controlan las transacciones.

### **CAPÍTULO III: PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL**

#### ***Objetivo del área***

Identificar las posibles áreas de riesgo de contaminación partiendo desde el desenvolvimiento de la actividad económica y proponer soluciones para la disminución o anulación de los factores contaminantes.

#### ***Impacto ambiental y medidas para contrarrestarlo***

Partiendo desde lo expresado empíricamente en documentos como la relatoría de impacto ambiental de FACPE (2010), existen varios aspectos que pueden influir de manera directa e indirecta en las formas en las que un negocio orientado hacia la distribución de productos de consumo masivo puede contaminar el medio ambiente, de las cuales se pueden destacar tres:

- El consumo de combustibles fósiles intrínseco al transporte de productos desde una región a otra.
- La producción de desechos inherente al giro de negocio (alimentos).
- La dificultad de procesamiento de desechos reciclables.

No obstante, partiendo desde la capacidad instalada, el aforo permitido dentro del espacio en el cual se desenvuelve el negocio, y el impacto económico que genera dentro del sector en el cual se encuentra, es necesario acotar que el impacto ambiental que se genera de manera intrínseca al giro de negocio especificado su impacto ambiental es determinado como mínimo, debido a que la logística propia del traslado de los productos comercializados es dado por los proveedores, la producción de desechos es

similar al existente en un hogar, y los desechos reciclables se procesan de acuerdo a la normativa vigente provista por EMASEO.

Para contrarrestar los posibles impactos encontrados se puede tomar las siguientes iniciativas:

- Colocación de tachos para la recolección de basura en la parte interna y externa del establecimiento.
- Realizar la debida selección de la basura producida en el local, especialmente en la parte de los plásticos y colocarla en un contenedor adecuado.
- Indicar a las personas que vienen a comprar en el local que los desechos lo pongan en los diferentes tachos de basura, acorde a su contextura.

## CAPÍTULO IV: PROCESO FINANCIERO

### Objetivo de la inversión.

Conocer los valores que permitirán implementar el presente proyecto, tomando en cuenta los gastos referidos a permisos de funcionamiento, compra de equipos, adquisición de servicios y adecuación del local, pero tomando en cuenta también los futuros réditos que el mismo permitirá obtener.

### Elementos de la inversión

Entre los principales elementos de inversión se tiene; activos fijos, activos diferidos y capital de trabajos.

### Activos fijos para Supermarket Sol del Norte

Son todos los costos de materiales tangibles que van desde muebles hasta equipos tecnológicos entre otros materiales, mismo que suman la cantidad de \$7.032 y se detallan a continuación en la tabla 3:

**Tabla 3.**

*Activos fijos para Supermarket Sol del Norte*

<b>ACTIVO FIJO</b>			
<b>Muebles, Equipos y materiales de: supermarket</b>			
<b>Descripción</b>	<b>cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>Total</b>
Fríos para bebidas	2	\$ 800	\$ 1600
Sillas para heladería y cafetería	8	\$ 18	\$ 144
Vitrinas para mercadería	2	\$ 120	\$ 240

Mesas para heladería y cafetería	2	\$ 220	\$ 120
Vitrinas para equipos tecnológicos	2	\$ 2600	\$ 440
Frigorífico para embutidos	1	\$ 600	\$ 2600
Caja registradora	1	\$ 50	\$ 600
Perchas y estanterías	12	\$500	\$ 600
CCTV (cámaras y DVR)	1	\$ 380	\$ 500
Inflable llamador	1	\$ 900	\$ 380
Heladeras (hielera)	1	\$ 800	\$ 1800
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 9.824</b>
<b>Equipos tecnológicos</b>			
Puntos de venta	1	\$ 600	\$ 600
Impresora de punto de venta	1	\$ 180	\$ 180
Reguladores de voltaje para protección de equipos	3	\$ 15	\$ 45
Switch D-Link 24 puertos	1	\$ 35	\$ 35
Rollo de cable de red Ftp blindado 200 metros	1	\$ 60	\$60
CCTV (cámaras y DVR)	1	\$280	\$280
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.200</b>
<b>TOTAL GENERAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>			<b>\$ 11.024</b>

### *Activos diferidos e intangibles*

Corresponde a todos los gastos o inversión para la creación del centro de cómputo. Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$600 lo que corresponde a pagos para obtención de permisos de funcionamiento, copias, traslado, etc. Estos gastos no suelen ser visibles sino hasta que el negocio va cumpliendo cierto tiempo de funcionamiento que va reflejándose en los egresos. El detalle de esto puede apreciarse en la tabla 4.

**Tabla 4.***Activos fijos diferidos e intangibles*

<b>ACTIVOS FIJOS DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Gastos de Constitución	1	\$350	\$350
Permisos de Funcionamiento	1	\$ 70	\$ 70
Marcas y patentes	1	\$ 220	\$ 220
Imprevistos (3%)	1	\$ 50	\$ 50
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 690</b>

En la tabla 5 se detalla el capital de trabajo necesario para la operación de Supermarket Sol del Norte.

**Tabla 5.***Capital de Trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Sueldo (2 trabajadores)	12 meses	\$900	\$ 10800
Arriendo de local	12 meses	\$ 350	\$ 4200
Servicios de internet	12 meses	\$ 25	\$ 300
Mercadería (insumos de oficina y papelería)	12 meses	\$ 90	\$1080

Servicios básicos	12 meses	\$ 120	\$ 1440
Material de oficina	12 meses	\$ 20	\$ 240
Material de limpieza	12 meses	\$ 20	\$240
Publicidad	1 mes	\$ 230	\$ 230
<b>TOTAL</b>			<b>\$18.530</b>

### Estructura de la inversión

El presente estudio, conforme al análisis realizado, demuestra que se necesita una inversión total de \$ 30.244 dólares para iniciar la implementación de una nueva línea de producto en Supermarket Sol del Norte.

Toda la inversión se la realizara con capital propio.

**Tabla 6.**

*Plan de inversiones*

<b>PLAN DE INVERSIONES</b>	<b>VALOR (USD)</b>	<b>Valor (%)</b>
<b>ACTIVOS FIJOS TANGIBLES</b>	\$ 11.024	37%
<b>ACTIVOS FIJOS DIFERIDOS E TANGIBLES</b>	\$ 690	2%
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 18.530	61%



<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 30.244</b>	<b>100%</b>
------------------------	------------------	-------------

### **Punto de equilibrio de ventas**

El punto de equilibrio representa el momento en que las ventas de la empresa igualan a los costos (fijos y variables) de producción. Para que la empresa sea rentable, los ingresos deben superar el punto de equilibrio.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de ventas diaria de los diferentes artículos que oferta Supermarket Sol del Norte: \$150 en abastos, \$ 200 en bebidas y \$180 en equipos electrónicos, con una rentabilidad, estableciendo como margen de ganancia en abastos del 18%, bebidas 30% equipos electrónicos 25%, siendo el fuerte de ventas las bebidas y equipos electrónicos para llegar a tener buena rentabilidad. El primer paso para calcular el punto de equilibrio es encontrar el precio de venta unitario, es decir, la contribución que cada unidad de producto hace a la venta total.

Dado que se venden varios productos, y cada uno tiene diferentes precios y cantidades de venta, se hace un promedio general de todos ellos, como se aprecia en la tabla 7.

*Tabla 7 Cálculo del precio variable unitario*

<b>PRODUCTO</b>	<b>VENTAS DIARIAS</b>	<b>UNIDADES VENDIDAS</b>
Abastos	150	20
Bebidas	200	50
Equipo electrónico	180	5
<b>TOTAL</b>	<b>530</b>	<b>75</b>

*Nota:* Tabla de Costos Fijos. Simón Gualaquiza. (2022). Ecuador

El precio variable unitario se calcula dividiendo el total de ventas diarias, para el total de unidades vendidas.

$$PVU = (530)/(75) = 7,07$$

Otro parámetro que debe tomarse en cuenta es el costo total de producción (de servicio en el caso de Supermarket Sol del Norte). Estos datos se registran en la tabla

8.

**Tabla 8.**

*Tabla 8 Costos fijos*

COSTOS FIJOS	
Plan internet	\$ 25
Arriendo	\$ 350
Sueldos	\$ 900
Servicios Básicos	\$ 120
<b>Total</b>	<b>\$ 1395</b>

*Nota:* Tabla de Costos Fijos. Simón Gualaquiza. (2022). Ecuador

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio de venta} - \text{Precio variable unitario}}$$

$$PE = \frac{1395}{75 - 7,07}$$

$$PE = 20,53$$

Este número representa la cantidad de artículos que deben venderse diariamente para que los ingresos por ventas cubran los costos, tomando en cuenta que se abrirá el establecimiento todos los días, en meses con 30 días de promedio de ventas diarias es de \$ 530 con los porcentajes de ganancias establecidos.

$$\frac{1,304}{30} = 43,47$$

**Tabla 9.**

*Punto de equilibrio*

PUNTO DE EQUILIBRIO			
Venta	1,304	\$1,00	\$1,304
Costo	1,304	\$0,25	\$326
Gasto			<b>\$987</b>

Ventas/Costos			
<b>1,304</b>	<b>\$1,304</b>	<b>\$15,648</b>	<b>Ventas</b>
<b>1,304</b>	<b>\$326</b>	<b>\$3,912</b>	<b>Costo</b>

### **Flujo de efectivo**

El flujo de caja se entiende en finanzas como los niveles de entradas y salidas de efectivo o caja efectuada en un periodo de 5 años, de esta forma se lleva un control tanto de ingresos como egresos para saber el nivel de liquidez que posee la empresa.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$5.367, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$6.249.

**Tabla 10.**

*Flujo de Caja*

	<b>DETALLE</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	Ingresos		8844	9143	9452	9771	10102
-	Costos de producción		2208	2283	2360	2440	2522
=	Utilidad Bruta		6636	6860	7092	7332	7580
-	Gastos Administrativos		1596	1650	1706	1763	1823
-	Gastos Financieros						
-	Costo de Ventas						
=	Inversión Fija	7032					
=	Inversión Diferida	600					
=	Capital de Trabajo	10156					
=	Utilidad antes de Impuestos		5040	5210	5386	5569	5757
-	Impuesto a la Renta 12%		-381	-361	-339	-318	-295
=	Utilidad después de la Renta		4659	4850	5047	5251	5462
-	Utilidades Trabajadores 15%		699	727	757	788	819
=	Utilidad Neta		3960	4122	4290	4463	4642
+	Gastos Depreciación		1406	1454	1503	1554	1606
=	<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>17788</b>	<b>5367</b>	<b>5576</b>	<b>5793</b>	<b>6017</b>	<b>6249</b>

## Estados financieros proyectados

**Tabla 11.**

*Estados financieros proyectados*

<b>ACTIVO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
CIRCULANTE	8844	9143	9452	9771	10102
Caja	<b>8844</b>	9143	9452	9771	10102
Bancos	0	0	0	0	0
FIJO	<b>7032</b>	7270	7515	7769	8032
INTANGIBLE	<b>600</b>	620	641	663	685
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>16476</b>	17033	17609	18204	18819
<b>PASIVO</b>					
CIRCULANTE	6636	6860	7092	7332	7580
Préstamo por pagar	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>6636</b>	<b>6860</b>	<b>7092</b>	<b>7332</b>	<b>7580</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>10156</b>	10499	10854	11221	11600
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>16792</b>	<b>17360</b>	<b>17946</b>	<b>18553</b>	<b>19180</b>

## Evaluación financiera

Tabla 29.

*Balance general*

<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
Caja	737	Pasivo circulante	553
Bancos	0	<b>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</b>	<b>553</b>
		<b>Largo Plazo</b>	
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>737</b>	Préstamo Bancario	0
<b>TANGIBLES</b>		<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>	<b>0</b>
Terrenos	0		
Infraestructura	0		
Maquinarias y equipos	1154	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>553</b>
Equipos de computo	5878		
<b>(-) Depreciación acumulada</b>	1406		
<b>TOTAL TANGIBLES</b>	<b>5626</b>		
<b>Intangible</b>			
Gastos de Constitución	300		
Servicios básicos	0		
Permisos de Funcionamiento	70		
Marcas y patentes	190		
Imprevistos	40		

	0		
<b>(-) Amortización Acumulada Neta</b>	120	Capital	10156,0
<b>TOTAL INTANGIBLES</b>	<b>480</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>10156,0</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>6843</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>10709</b>

### Período de Recuperación (PRI)

El cálculo del PRI permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial. Para eso se debe tomar en cuenta la inversión realizada y los flujos de caja proyectados.

**Tabla 30.**

*Período de Recuperación*

<b>AÑOS</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>FLUJO DE CAJA ACUMULADO</b>
0	\$17,788		
1		\$ 5,367	5,367
2		\$ 5,576	10,943
3		\$ 5,793	16,736
4		\$ 6,017	22.753
5		\$ 6,249	29,002
<b>Suma Total</b>		29,002	

A simple vista, en el cuarto año ya se obtendría un valor mayor al invertido a partir de la comparación de este valor con el del flujo de caja acumulado. No obstante, este dato solo servirá para determinar los elementos para aplicar la fórmula.

La fórmula para calcular el PRI es la siguiente:

$$PRI = A + \left( \frac{B - C}{D} \right)$$

Donde:

A: Período anterior al que se recupere la inversión. En este caso sería el tercer año.

B: Inversión Inicial. En este caso es de 17,788.

C: Flujo de caja acumulado del primer período. En este caso sería de 10,943

D: Flujo de caja del período donde se recupera la inversión. En este caso es de 6,017.

En el caso específico de Supermarket Sol del Norte, esta fórmula se completaría de la siguiente manera:

$$PRI = 3 + \left( \frac{17,788 - 10,943}{6,017} \right)$$

$$PRI = 4,14$$

El PRI resultante es de 4,14 años en los que se recuperará la inversión.

### **Valor Actual Neto (VAN)**

Este valor se calcula tomando en cuenta que las inversiones tienen un carácter dinámico, es decir, que el dinero no posee el mismo valor en todos los momentos del



tiempo. El dinero posee más valor en el presente que en el futuro. Este consiste en calcular el valor actual de un capital futuro. Para calcularlo se usa la siguiente fórmula

$$VAN = \frac{\text{Flujo neto de caja}}{\text{Factor de capitalización}}$$

$$VAN = -A + \frac{FNC(1)}{(1+K)^1} + \frac{FNC(2)}{(1+K)^2} + \frac{FNC(N)}{(1+K)^N}$$

Donde:

A: Representa la inversión inicial que en este caso es de 17,788

FNC: Flujo Neto de caja

A su vez, el factor de capitalización se obtiene a partir de otra fórmula:

$$\text{Factor de capitalización} = (1+k)^n$$

Donde:

K: Tasa de interés anual. En este caso la tasa de interés es de 0% debido a que la empresa no hará préstamos al ya disponer del dinero para la inversión.

N: Cantidad de años a actualizar. En este caso se calculará en base a los 5 años.

Ahora bien, en el caso del *supermarket* las fórmulas se verán así:

$$\text{Factor de capitalización} = (1+0)^5$$

$$\text{Factor de capitalización} = 1$$

$$VAN = -17,788 + \frac{5,367}{1^1} + \frac{5,576}{1^2} + \frac{5,793}{1^3} + \frac{6,017}{1^4} + \frac{6,249}{1^4}$$

$$VAN = -17,788 + 5,367 + 5,576 + 5,793 + 6,017 + 6,249$$

$$VAN = 11,214$$

El VAN de este proyecto es de 11,214 siendo un aspecto positivo, pues si el valor del VAN es mayor a cero el proyecto es rentable ya que demuestra que el valor de entrada de dinero es mayor al de salida de dinero.

### **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Es la tasa de descuento con la que el valor actual neto se convierte en cero. Esto es utilizado para comparar dos o varias alternativas de inversión. Para tal objetivo se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = -A + \frac{\text{Ingreso Año 1}}{(1 + TIR)^1} + \frac{\text{Ingreso Año 2}}{(1 + TIR)^2}$$

Donde:

VAN: El valor de van será de cero

A: Representa la inversión inicial que en este caso es de 17,788

TIR: Es la tasa interna de retorno y el valor que se deberá despejar.

Aplicando la fórmula al presente caso quedaría

$$0 = -17,788 + \frac{5,367}{(1 + TIR)^1} + \frac{5,576}{(1 + TIR)^2}$$

$$0 = -17,788(1 + TIR)^2 + 5,367(1 + TIR) + 5,576$$

$$(1 + TIR) = \frac{-5,367 \pm \sqrt{5,367^2 - 4(-17,788)(5,576)}}{2(-17,788)}$$

$$(1 + TIR) = \frac{-300 \pm 20,628.82}{35,576}$$

Para despejar esta ecuación se tomará solo el resultado positivo.

$$(1 + TIR) = 0,57$$

$$TIR = 0,57 - 1$$

$$TIR = 0,42$$

El porcentaje de TIR es de 42%

### **Síntesis del capítulo**

De acuerdo al análisis financiero realizado se evidencia que, si existe una rentabilidad positiva del negocio, se necesita una inversión inicial del \$17,758, de los cuales se cuenta con 100%. Por consiguiente, se calcula los indicadores de rentabilidad como el VAN y el TIR, los cuales reafirman la factibilidad del proyecto.

### **CONCLUSIONES**

- El Supermaket ‘Sol del Norte’ es un negocio cuyo modelo organizacional y filosofía empresarial se orienta hacia la satisfacción de una necesidad concreta dentro del sector en el cual se encuentra: la provisión de productos de primera necesidad con un valor agregado dentro de un establecimiento seguro y con

diferentes opciones para el consumidor, con productos de primera calidad y a precios competitivos.

- El Marco Legal en el que se asienta el establecimiento toma como punto principal el modelo burocrático y administrativo propio de los emprendimientos formales contemplados dentro de la legislación seccional del DMQ, dado su giro de negocio, su perfil socioeconómico y también el plan de mercadeo propuesto.
- El impacto ambiental generado por Supermarket Sol del Norte es mínimo, puesto que se pone énfasis en el manejo eficiente de los productos y el correcto manejo de desechos.
- La instalación de un sistema de vigilancia basado en un Circuito Cerrado de Televisión (CCTV) se propone no sólo como una necesidad urgente de solventar tanto para el establecimiento en sí como para sus consumidores, sino que además puede perfilarse como un agregado de valor importante de cara la diferenciación en el marco de las opciones disponibles en el mercado en cuanto a la satisfacción de necesidades de los clientes del sector.

Link de tutorial de instalación de CCTV.

<https://www.youtube.com/watch?v=hYlxswAV5Fk&t=16s>

- La adición de una nueva línea de producto a las ya existentes, es una opción económicamente viable, ya que proporciona un pronto retorno del capital invertido y una alta rentabilidad.

**RECOMENDACIONES**

- Definir estrategias de marketing que puedan atraer a los clientes basándose en el valor agregado diferencial que se ofrece, y dando especial relevancia a la seguridad como un añadido de especial importancia dentro del establecimiento.
- Instalar, mantener y mejorar constantemente los sistemas de vigilancia del establecimiento a partir de las recomendaciones específicas esbozadas en el presente proyecto de investigación.

## ANEXOS

*Fotografías de Super Market Sol del Norte*

### *Exterior del local*



### *Interior del local*

#### *Área de abastos y abarrotos*



Área de tecnología y CCTV



## REFERENCIAS

Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-222 [Ministerio de Trabajo]. Por el cual se establece expedir las directrices que regulen el contrato de emprendimiento. 30 de octubre de 2022.

Mora P. (2019). *Manual práctico para emprendedores*. Quito: Cámara de Comercio de Quito. Recuperado de: <https://ccq.ec/wp-content/uploads/2019/01/Instructivo-legal-pra%CC%81ctico-para-emprendedores-DEF.pdf>

Código de Comercio. Registro Oficial 497 de 2019. 29 de mayo de 2019. (Ecuador).

Código del Trabajo. Art. 1 de 2005. 16 de diciembre de 2005. (Ecuador).

Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito. Registro Oficial 902 de 2019. 07 de mayo de 2019. (Ecuador).

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]. Registro Oficial 351 de 2010. (Ecuador).

Código Tributario. Registro Oficial 38 de 2005. 14 de junio de 2005. (Ecuador).

Constitución de la República del Ecuador [CRE]. Art. 424. 200 de octubre de 2008. (Ecuador).

Cuzco, G. & Layana, W. (2012). *Sistema de alarma automatización y control de equipos a distancia a través de línea telefónica y página web*. [Tesis de Pregrado]. Universidad Politécnica Salesiana.

García, D. (2014). *Diseño e implementación de un sistema de seguridad para le hogar con interfaz en Android*. [Tesis de Pregrado]. Universidad del País Vasco.



García, J., Duran, S., Cardeño, E., Prieto, R., García, E. & Paz, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista Espacios*, 38 (52), 16-29.

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Registro Oficial 151 de 2020. 28 de febrero de 2020. (Ecuador).

Ley de registro único de contribuyentes, RUC. Registro Oficial Suplemento 398. 12 de agosto de 2004 (Ecuador).

Martí, S. (2013). *Diseño de un sistema de televigilancia sobre IP para el edificio CRAI de la Escuela Politécnica Superior de Gandia*. [Tesis de Pregrado]. Universidad Politécnica de Valencia.

Reglamento a la estructura de desarrollo productivo de inversión. Decreto Ejecutivo 757 de 2017. 07 de diciembre de 2017 (Ecuador).

Resolución Nro. NAC-DGERCGC22-00000024 de 2022 [Servicio de Rentas Internas]. Por la cual se establecen disposiciones en torno a la emisión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, de manera electrónica, así como respecto de la obligatoriedad de emisión de los comprobantes de retención electrónicos en la “versión ats”. 27 de mayo de 2022.

Pazmiño, P. (2019). *Implementación de sistema de CCTV con cámaras IP en las sucursales de una empresa farmacéutica a nivel nacional*. [Tesis de Tecnología]. Escuela Politécnica Nacional.

Portal de Servicios Municipales (s.f.). <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Inicio.aspx>

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Registro único de contribuyentes (RUC)*.

<https://www.sri.gob.ec/RUC>