



POSGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-50-30-No.502-2019

OPCIÓN DE
TITULACIÓN:

PROYECTOS DE DESARROLLO

TEMA:

CREACIÓN DE LA EMPRESA SISA-GROUP SA EN LA
CIUDAD DE QUITO PARROQUIA DE CALDERÓN DEDICADA
A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE SEGURIDAD
PERSONAL E INDUSTRIAL AÑO 2020 - 2021

AUTOR:

EDGAR JAVIER SISA SANDOVAL

DIRECTORA:

PAOLA XIMENA TORRES CEVALLOS

QUITO - ECUADOR
2021

Autor:



Edgar Javier Sisa Sandoval

Economista

Licenciado en Contabilidad y Auditoría CPA

Candidato a Magíster en Administración de Empresas, Mención Gestión de Proyectos por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito.

esisa@est.ups.edu.ec

Dirigido por:



Paola Ximena Torres Cisneros

Ingeniera Financiera

Magíster en Gestión Empresarial

ptorres@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2021 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

SISA SANDOVAL EDGAR JAVIER

“CREACIÓN DE LA EMPRESA SISA-GROUP SA EN LA CIUDAD DE QUITO PARROQUIA DE CALDERÓN DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE SEGURIDAD PERSONAL E INDUSTRIAL AÑO 2020- 2021.”

RESUMEN

La empresa SISA-GROUP SA se constituye para comercializar productos de seguridad personal e industrial a personas naturales y sociedades de la ciudad de Quito que buscan protección integral para la pandemia provocada por el Covid-19 y específicamente para cumplir con las disposiciones gubernamentales de dotar a sus trabajadores de equipos que ayuden a prevenir los accidentes laborales.

El proyecto cuenta con los antecedentes y el proceso para constituir la compañía analizando varios aspectos técnicos y económicos, con un estudio del mercado que determina la demanda insatisfecha mediante el método de recolección de datos mediante encuesta, cuenta con la ubicación de la empresa, su proceso de comercialización hasta su oportuna distribución, estableciendo sus ingresos, costos, gastos y su margen de utilidad. En este sentido, las proyecciones financieras permiten el cálculo de indicadores como el VAN, la TIR, el Costo Beneficio que permiten concluir con la factibilidad de establecer la empresa.

Palabras claves:

Proyecto, empresa, seguridad industrial y personal, proyecciones, factibilidad.

ABSTRACT

The company SISA-GROUP SA is constituted to commercialize personal and industrial security products to natural and legal persons of the city of Quito that seek comprehensive protection for the pandemic caused by Covid-19 and specifically to comply with government provisions to provide their team workers that help prevent workplace accidents.

The project has the background and the process to establish the company analyzing various technical and economic aspects, with a market study that determines the unsatisfied demand through the data collection method through the survey, it has the location of the company, its marketing process until its timely distribution, establishing its income, costs, expenses and its profit margin. In this sense, the financial projections allow the calculation of indicators such as the NPV, the IRR, the Cost Benefit that allow to conclude with the feasibility of establishing the company.

Keywords:

Project, company, industrial and personal safety, projections, feasibility.

Tabla de Contenidos

1.	Diagnóstico y Problema	1
1.1	Situación Actual del Área de Intervención del Proyecto	1
1.1.1	Antecedente.....	1
1.1.2	Historia de la Seguridad Industrial	4
1.2	Identificación, Descripción y Diagnostico del Problema	7
1.3	Línea base del proyecto	9
1.4	Identificación y caracterización de la población objetivo	11
2.	Objetivos del Proyecto	14
2.1	Objetivo General.....	14
2.2	Objetivos Específicos	14
2.3	Indicadores de Resultados	14
2.4	Matriz de Marco Lógico.....	15
3.	Viabilidad y Plan de Sostenibilidad	16
3.1	Análisis de la oferta y la demanda	16
3.1.1	Análisis Demanda.....	16
3.1.2	Estudio de Mercado.....	17
3.1.3	Objetivos del Estudio de Mercado	18
3.1.4	Encuesta	20
3.1.5	Resultados de la encuesta	35
3.1.6	Clientes potenciales	36
3.1.7	Análisis de la Oferta y Posible Competencia.....	38

3.1.8	Plan de Marketing	39
3.1.9	Identificación del producto	41
3.2	Viabilidad técnica.....	46
3.2.1	Estudio de Localización.....	47
3.2.2	Tamaño del Proyecto.....	49
3.2.3	Conformación de la empresa.....	49
3.2.4	Aspectos jurídicos	50
3.2.5	Constitución Electrónica con Minuta Estándar.....	50
3.2.6	Licencia de funcionamiento municipal.....	52
3.2.7	Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	53
3.2.8	Patente Municipal.....	53
3.2.9	Registro patronal Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).....	54
3.2.10	Registro Ministerio de Trabajo	54
3.2.11	Ingeniería del Proyecto	55
3.3	Viabilidad Financiera / Económica	63
3.3.1	Inversión propiedad planta y equipo y capital suscrito y pagado	64
4.	Presupuestos.....	64
4.1.1	Capital de trabajo.....	64
4.1.2	Sueldos y Salarios	65
4.1.3	Gastos Generales	67
4.1.4	Depreciación Propiedad, Planta y Equipo	67
4.1.5	Presupuesto de Ventas año.....	69

4.1.6	Estado de Situación Financiera	70
4.1.7	Estado de Resultados Proyectado.....	71
4.1.8	Flujo de Caja	73
4.1.9	Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR)	74
4.1.10	Determinación del Valor Actual Neto (VAN).....	74
4.1.11	La Tasa Interna de retorno (TIR)	75
4.1.12	Costo Beneficio (C/B)	76
5.	Estrategia de Ejecución.....	77
5.1	Estrategia de Operativa.....	77
5.2	Cronograma Valorado por componente y actividad.....	77
6.	Conclusiones	78
7.	Recomendaciones.....	79
8.	Referencias Bibliográficas	80

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Composición de la población 2018-2021</i>	3
Tabla 2 Compañías Provincia de Pichincha por Tamaño	12
Tabla 3 Empresas Provincia de Pichincha	13
Tabla 4 Matriz Marco Lógico	15
Tabla 5 Ventas Provincia de Pichincha por Actividad económica	17
Tabla 6 Datos obtenidos pregunta 1	20
Tabla 7 Su empresa cuenta con un reglamento de seguridad industrial	21
Tabla 8 Considera que la seguridad industrial es importante dentro su trabajo	22
Tabla 9 Qué tipo de protección de Seguridad Industrial conoce	23
Tabla 10 Cuál es la dotación que proporciona usted a sus empleados.....	24
Tabla 11 Cuál es la actividad económica a la que se dedica su empresa.....	26
Tabla 12 Con qué frecuencia compra productos de Seguridad Industrial.....	27
Tabla 13 Al comprar productos de Seguridad Industrial, en que es lo que usted se fija	28
Tabla 14 Qué presupuesto destina para la compra de productos de Seguridad Industrial	29
Tabla 15 Tiene procedimientos internos para seleccionar y calificar a sus Proveedores	31
Tabla 16 Qué medios de comunicación utiliza para buscar Proveedores de Seguridad Industrial.....	32
Tabla 17 En la escala del 1 al 5, que tan satisfecho se encuentra con su actual proveedor de productos Seguridad Industrial. Siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta	34
Tabla 18 Potenciales clientes para la venta de equipos de protección personal.....	36
Tabla 19 Compañías de la provincia de Pichincha por Tamaños	37
Tabla 20 Dotación equipo de seguridad básico por empleado	37
Tabla 21 Promedio en dólares que las empresas invierten en proporcionar elementos de	

seguridad personal a cada trabajador.	38
Tabla 22 Ventas anuales de importadores de equipos de seguridad industrial	39
Tabla 23 Matriz de Localización	48
Tabla 24 Proceso de Compra y Comercialización de Productos	58
Tabla 25 Inversión en Propiedad, Planta y Equipo	64
Tabla 26 Sueldos Administrativos	65
Tabla 27 Sueldos Ventas	65
Tabla 28 Sueldo Total Mensual	66
Tabla 29 Proyección de Sueldos	66
Tabla 30 Gastos Generales	67
Tabla 31 Depreciación de Propiedad, Planta y Equipo	67
Tabla 32 Presupuesto total de Gastos.....	68
Tabla 33 Proyección del Mercado Meta	69
Tabla 34 Presupuesto de Ventas año 1	69
Tabla 35 Estado de Situación Financiera	70
Tabla 36 Estado de Resultados Proyectado.....	71
Tabla 37 Flujo de Caja Proyectado	73
Tabla 38 Cálculo de la TMAR.....	74
Tabla 39 Cálculo del VAN	75
Tabla 40 Cálculo de la TIR	76
Tabla 41 Cálculo de Costo Beneficio.....	76
Tabla 42 Cronograma Valorado por componente y actividad	77

Lista de Gráficos

Gráfico 2 ¿Conoce usted sobre la Seguridad Industrial?	20
Gráfico 3 Su empresa cuenta con un reglamento de seguridad industrial	21
Gráfico 4 Qué tipo protección de Seguridad Industrial conoce.....	23
Gráfico 5Cuál es la dotación que proporciona usted a sus empleados	25
Gráfico 6Cuál es la actividad económica a la que se dedica su empresa.....	26
Gráfico 7 Con qué frecuencia compra productos de Seguridad Industria.....	27
Gráfico 8 Al comprar productos de Seguridad Industrial, en que es lo que usted se fija	29
Gráfico 9 Qué presupuesto destina para la compra de productos de Seguridad Industrial	30
Gráfico 10 Tiene procedimientos internos para seleccionar y calificar a sus Proveedores	31
Gráfico 11 Qué medios de comunicación utiliza para buscar Proveedores de Seguridad Industrial.....	33
Gráfico 12 En la escala del 1 al 5, que tan satisfecho se encuentra con su actual proveedor de productos Seguridad Industrial. Siendo 1 la calificación el más bajo y 5 la calificación más alta.....	34
Gráfico 13 Casco de Seguridad	42
Gráfico 14 Gafas de Seguridad.....	43
Gráfico 15 de Protectores Auditivos	44
Gráfico 16 Protección Respiratoria.....	45
Gráfico 17 Guantes de Seguridad	45
Gráfico 18 Calzado de Seguridad	46

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Árbol de Problemas	7
Ilustración 2 Procesos para garantizar que el proyecto tenga éxito	11
Ilustración 3 Localización Empresa Sisa-Group SA.....	49
Ilustración 4 Organigrama posicional Sisa-Group SA.....	55
Ilustración 5 Diagrama de Procesos de Compra y Venta de Productos	59
Ilustración 6 Diagrama de Proceso de marketing	60
Ilustración 7 Diagrama de Proceso de compra	61
Ilustración 8 Diagrama de Proceso de bodega.....	62
Ilustración 9 Detalle proceso de Venta	63

1. Diagnóstico y Problema

1.1 Situación Actual del Área de Intervención del Proyecto

1.1.1 Antecedentes

El Ecuador se encuentra atravesando varias crisis económicas en los últimos años, una de ellas fue que el precio del petróleo perdió su valor afectando indudablemente a la economía del país y a los mercados internacionales, haciendo que el Estado reciba menos ingresos, inclusive por remesas de dinero por concepto de divisas. En la actualidad nuestro país y el mundo, está pasando por una de las mayores pandemias Covid-19, desde el año 2020, lo que ha ocasionado el cierre de mercados, reduciendo las economías, por precautelar el incremento de contagios y deceso de la población.

La pandemia se ha propagado por todo el mundo y los países se encuentran en una carrera por controlarla, ha limitado los viajes por el cierre de fronteras ha puesto en cuarentena a todos los ciudadanos, ha cancelado las reuniones sociales, los eventos deportivos y el cierre de las instituciones educativas, tras el distanciamiento social, cada individuo tiene la necesidad de utilizar productos que lo protejan y así evitar más contagios. Es indispensable el uso de productos de protección personal y de seguridad como son las mascarillas, gafas, visores, guantes, trajes de bioseguridad, alcohol, amonio, etc.

“La pandemia Covid-19 ha cobrado un alto precio al Ecuador en términos sociales, por la pérdida de vidas y el crecimiento de la pobreza” (Álvarez & Patricio, 2021). La economía del país ha decrecido considerablemente por los desequilibrios internos acelerados, el cierre y la quiebra de varias empresas grandes, pequeñas y medianas, quedando una gran cantidad de personas sin trabajo. Según datos de la Superintendencia de Compañías de enero a junio del 2020 han cancelado 558 empresas y liquidado 118, frente al año 2019 que se cerraron 937 y liquidado 179 en el mismo periodo. “La provincia con mayor número de cancelaciones, disoluciones y liquidaciones en el año 2020 es Pichincha con 302, seguida con Guayas,

Manabí con 213 y 44 respectivamente.” (Primicias, 2020)

Las personas que se encuentran sin una plaza laboral y con escasos recursos financieros tienen la necesidad de encontrar nuevas alternativas de ingresos, que permitan mejorar las condiciones de vida, provocando que emprendan en nuevos negocios que aporten positivamente al desarrollo de la economía familiar y del país, “La capacidad de crecimiento de una economía no depende exclusivamente de la dimensión de la inversión, sino también de su capacidad de producción, de la fortaleza de su moneda y la estabilidad de política.” (Miranda, 2005, p. 2).

“El emprendimiento en Ecuador está mayormente orientado hacia actividades de comercio y a productos y servicios vendidos en el mercado doméstico. Se lleva a cabo para aprovechar una oportunidad de negocio que permita obtener mayores ingresos, independencia económica y la satisfacción de necesidades.” (Zamora, 2018)

“Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permiten al inversionista saber si es viable su realización.” (Córdova, 2015).

“Los proyectos de inversión surgen de las diferentes necesidades individuales y colectivas de las personas y se concretan con la producción de un bien o servicio, ya que son estas las que deben ser satisfechas, a través de una adecuada asignación de recursos teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política de una comunidad. No existe una sola solución a un problema o a una necesidad, por el contrario, casi siempre se logran encontrar numerosas alternativas que pueden contribuir a resolver las dificultades o a modificar las condiciones existentes. Pero, siempre que exista una necesidad humana de un bien o servicio se hace necesaria la asignación de recursos a través de la inversión.” (Meza, 2017)

De acuerdo a información estadística del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y

Censos(INEC) “para el año 2020 la población en edad de trabajar fue de 12 millones quinientos mil personas, dividida en 8 millones de población económicamente activa y 4 millones quinientos mil de población inactiva, dentro de la población económicamente activa tenemos la información del empleo adecuado y no adecuado que fue de 7 millones setecientos mil” (INEC, 2021) por lo que se observa la necesidad de generar más fuentes de empleo.

Tabla 1 Composición de la población 2018-2021							
Composición de la población 2018-2021							
Población	2018	2019	2020	01/2021	02/2021	03/2021	04/2021
Población en Edad Trabajar	12239023	12402565	12573799	12588062	12602342	12616644	12630959
Población Económicamente Activa	8027130	8099030	8090249	8306695	8249661	8149945	8276467
Población con Empleo	7731032	7787896	7688944	7829283	7778108	7705133	7812250
Empleo Adecuado/Pleno	3262079	3146297	2495719	2823907	2739526	2771131	2701154
Subempleo	1323724	1440983	1833702	1854935	1916935	1847982	1976223
Empleo no remunerado	798391	884617	988683	988436	883068	92255	956843
Otro empleo no pleno	2313023	2268077	2300960	2073075	2134418	2087961	2081495
Empleo no clasificado	33814	47923	6988	8893	104161	7551	96535
Desempleo	296097	311134	401305	477412	471553	444812	464217
Población Económicamente Inactiva	4211893	4303535	4483550	4281367	4352682	4466699	4354492
Fuente: Inec							
Elaborado por: Javier Sisa							

Sin embargo, se debe tomar en consideración varios factores internos y externos que favorecen o desfavorecen al impulso de generar nuevos proyectos, por ejemplo, la situación del riesgo país, el exceso de impuestos, la falta de capital, la emergencia sanitaria del Covid-19, los altos intereses bancarios, el desarrollo de nuevas tecnologías, la rentabilidad financiera, la sostenibilidad de un proyecto, la cultura, la innovación, la competitividad entre otros.

1.1.2 Historia de la Seguridad Industrial

Para hablar de la historia de la seguridad industrial, debemos asociarla a dos hechos específicos: el primero es la historia de la seguridad como producto, y el segundo es la seguridad industrial como parte del comportamiento de uso de este grupo de productos.

“El hombre desde inicios de la historia ha desarrollado un instinto de conservación y ha creado varios artículos e implementos para evitar lesiones corporales; este esfuerzo en un principio fue de protección y de carácter defensivo, dando así el nacimiento de la seguridad industrial, con la Revolución Francesa se establecen corporaciones de seguridad destinadas a resguardar a los artesanos, base económica de la época.” (Cides, 2014)

“Lowell Massachusetts una de las primeras ciudades industriales de los Estados Unidos de Norteamérica, elaboró tela de algodón desde 1822. Los trabajadores principalmente mujeres y niños menores de diez años, trabajaban hasta catorce horas. Nadie sabrá jamás cuántos dedos y manos perdieron a causa de maquinaria sin protección.” (Cides, 2014)

La primera inspección gubernamental se realizó en 1833, pero no fue hasta 1850 que se verificaron ciertas mejoras debido a sugerencias como prevención de problemas y accidentes, desarrollo de medidas de protección, se acortó el establecimiento de una jornada mínima de trabajo, la edad mínima para el trabajo infantil y las mujeres trabajaron durante 10 horas, lo que añadió algunas mejoras en las condiciones de seguridad. Estas mejoras fueron lentas porque los legisladores no pusieron el valor que merecen las vidas humanas.

Frente a las ganancias indiscriminadas de los empleadores, los conceptos de valor humano y capitalización del esfuerzo laboral carecían de sentido. Se desconocía las pérdidas económicas que esto genera por la falta de experiencia en determinadas tecnologías y la aplicación de los avances que podían prevenir muchos accidentes y enfermedades profesionales.

En respuesta, la legislatura de Massachusetts promulgó una ley en 1867 que requería el nombramiento de inspectores de fábrica. Dos años más tarde, se estableció la primera oficina de estadísticas laborales en los Estados Unidos. Al mismo tiempo, en Alemania, los empleadores buscan proporcionar los medios necesarios para proteger la vida y la salud de los trabajadores. Poco a poco, los industriales se dieron cuenta de la necesidad de proteger los elementos humanos.

“La revolución industrial marca el inicio de la seguridad industrial como consecuencia de la aparición de la fuerza del vapor y la mecanización de la industria, lo que produjo el incremento de accidentes y enfermedades laborales. El nacimiento de la fuerza industrial y de la seguridad industrial no fueron a la par, en el año 1871 los trabajadores morían por los accidentes y las pésimas condiciones laborales.” (Cides, 2014)

“Años más tarde, en Massachusetts, habiéndose descubierto que las jornadas largasson fatigosas, y que el agotamiento causa accidentes, se promulgó la primera ley obligatoriade 10 horas de trabajo. En 1874 Francia aprobó una ley estableciendo un servicio especial para inspección de talleres y, en 1877. Massachusetts ordenó el uso de resguardos en maquinaria peligrosa.” (Cides, 2014)

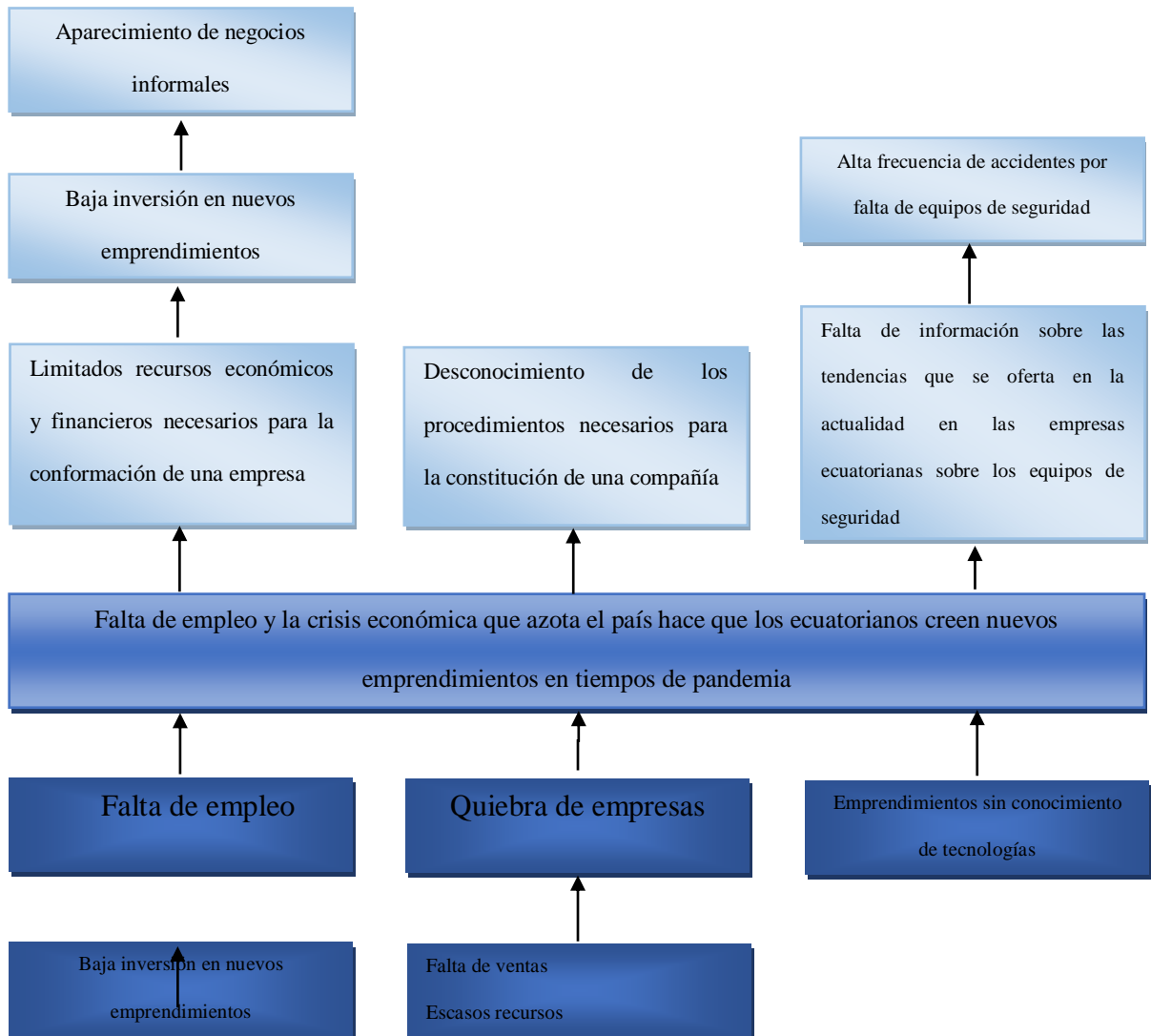
“En 1833, se pone la primera piedra de la seguridad industrial moderna cuando en París se establece una empresa que asesora a los industriales. Pero es hasta este siglo cuando el tema de la seguridad en el trabajo alcanza su máxima expresión al crearse la Asociación Internacional de Protección de los Trabajadores. En la actualidad la OIT. Oficina

Internacional del Trabajo, constituyéndose como el organismo rector y guardián de los principios e inquietudes referentes a la seguridad del trabajador en todos los aspectos y niveles”. (Cides, 2014)

Existen varios estudios realizados sobre la creación de empresas, mismas que, serán una guía para realizar el proyecto planteado. La empresa SISA-GROUP será constituida como sociedad anónima, y la actividad económica será la comercialización y distribución de productos de seguridad industrial, su razón de ser será la de proporcionar equipos de protección personal que ayuden prevenir y reducir todos los accidentes de trabajo para ello se ofertará varios tipos de protecciones como son gafas, guantes, mascarillas, tapones auditivos, cascos, ropa de trabajo, zapatos y otros que forman parte indispensable en la prevención del riesgo laboral.

1.2 Identificación, Descripción y Diagnostico del Problema

Ilustración 1 Árbol de Problemas



Autor: Javier Sisa

En marzo del 2020 el Ecuador entra en emergencia sanitaria a causa del virus Covid-19, declarado por la Organización Mundial de la Salud(OMS) a nivel mundial como emergencia sanitaria, el gobierno nacional toma varias medidas para evitar su propagación: declara la prevención y control en los ingresos al país, las personas que llegaban al país entran a aislamiento domiciliario, se controla y aplica restricciones para eventos masivos, se fortalece las medidas de bioseguridad, ante la necesidad de seguir desarrollando todo tipo de actividades en beneficio de la economía del país se van creando plataformas tecnológicas para medicina, educación y teletrabajo. El Ecuador lamentablemente no estaba preparado para una pandemia, y le toco evolucionar con los recursos escasos y limitados que posee, las familias rápidamente tuvieron que adaptarse a estas modalidades, teniendo que soportar la muerte de miles de compatriotas, la pérdida de trabajo, y la falencia en la tecnología, ocasionado que las familias ecuatorianas no puedan tener a sus hijos estudiando, por carecer de recursos económicos para comprar una computadora, celular y contratar un servicio de internet.

Se cierran las empresas por disposición gubernamental y solo atienden los sectores estratégicos ocasionando que muchas empresas que venían trabajando normalmente, pierdan sus actividades económicas, hasta que se pueda tomar medidas de control sanitario.

La quiebra de varias empresas ha incrementado el desempleo, los niveles de ventas son muy bajos y los recursos empiezan a escasear, aparecen muchos negocios informales por la falta de recursos económicos, haciendo que las personas acudan al subempleo y a la precarización laboral. Adicionalmente, no se posee una cultura de emprendiendo y el uso de la tecnología es limitado, y de baja utilización por todas las personas que no tienen recursos suficientes para adquirirlos, bajando las posibilidades de reinventarse, el modelo que poseemos es la de obtener un trabajo estable, con un salario mínimo, que no cubre ni la

canasta básica familiar.

Para formalizar un emprendimientos o negocio es muy complicado por el exceso de la tramitología y los altos costos que implica formalizar una empresa, entre estos costos podemos destacar: el pago excesivo de tasas, contribuciones e impuestos,

El cierre de las empresas o la aplicación de la Ley Humanitaria ha ocasionado que muchas personas se encuentren con una inestabilidad laboral y lleguen a perder sus empleos, la tasa de pobreza ha incrementado al igual que la delincuencia. En nuestro país ha existido poca inversión en la educación, lo que ha ocasionado que las personas no se preparen mucho en la parte académica y esto ha generado que los trabajadores reciban salarios bajos y decrezca la producción por falta de mano de obra calificada.

En tiempos de crisis existen nuevas oportunidades, un emprendimiento dinamiza y mejora la economía de un país generando nuevos recursos y fuentes de empleo. “La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y a países, porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia, como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quién supera la crisis, se supera a si mismo sin quedar superado”. (Einstein, 1935)

1.3 Línea base del proyecto

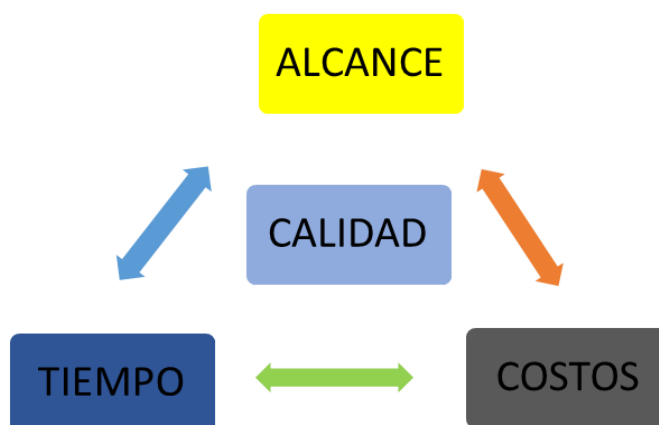
Los productos de protección no eran utilizados al cien por ciento por las familias ni las empresas ecuatorianas, es a partir de “La creación de la Ley para la Protección de los Trabajadores contra riesgos profesionales en el año 2012”. (MT, 2021) que empieza el boom de su comercialización por la implementación obligatoria del uso de estos productos en las empresas nacionales, así como el desarrollo de mega proyectos (creación de hidroeléctricas, hospitales). Entre los productos más utilizados están los cascos que brindan seguridad a la cabeza, los lentes, las mascarillas, purificadores de aire, respiradores con filtro los tapones auditivos y orejeras, varios tipos de calzado, guantes, ropa de trabajo, etc.

“Estos elementos comparativos se denominan en la dirección y gestión de proyectos como líneas base, elementos desarrollado durante la planificación que nos permiten establecer la ruta a seguir para realizar el proyecto y alcanzar sus objetivos. Una vez establecidas las líneas base nos permite determinar en cualquier momento si estamos siguiendo el plan o no y que tanto nos desviamos de este, y, por ende, que tanto nos alejamos del cumplimiento de las metas u objetivos del proyecto”. (Brenes, 2017)

El proyecto consta del desarrollo de procedimientos para la conformación de la empresa, de un diagnóstico de la situación socioeconómica del país y de iniciativas de negocios nuevos justificando la creación de la compañía, incluye la base legal para la conformación de la sociedad de acuerdo a los requerimientos y normas establecidas en el territorio nacional, así como de un estudio de mercado y de factibilidad financiera para su puesta en marcha. Existen varios estudios que servirán de base para el desarrollo del proyecto planteado. El nuevo emprendimiento es la constitución de una empresa familiar, partiendo de la legalidad como sociedad anónima, y la actividad económica la comercialización y distribución de productos de seguridad industrial como, por ejemplo: gafas, guantes, mascarillas, ropa de trabajo y otros que forman parte indispensable en la prevención del riesgo laboral.

SISA GROUP S.A. es un proyecto que tiene como actividad principal la de comercializar productos de protección personal e industrial en la ciudad de Quito. La empresa se ubicará en el sector de Moran parroquia de Calderón, un sector con un gran crecimiento poblacional, urbanístico e industrial que favorece al desarrollo de la empresa, el sector consta con todos los servicios básicos y accesos de carreteras de primer orden su constitución será en el año 2020 y puesta en marcha será a partir entre noviembre del año 2020 y año 2021, con una vida estimada de 50 años establecida en su escritura pública.

Ilustración 2 Procesos para garantizar que el proyecto tenga éxito



Autor: Javier Sisa

1.4 Identificación y caracterización de la población objetivo

La población actual del Ecuador según datos oficiales del INEC “asciende a los 17.5 millones de habitantes, de los cuales la provincia de Pichincha posee 3.2 millones de habitantes con la ciudad más poblada del país Quito, con más de 2.7 millones de pobladores. Según este informe de datos estadísticos existen 882776 empresas a nivel nacional teniendo un mercado extenso para ofertar productos de seguridad personal e industrial que se han hecho indispensables en todos los sectores económicos, inclusive en las familias a partir de la pandemia del Covid-19 con el virus SARS-CoV-2.” (INEC, 2020)

La seguridad industrial es un requisito para todas las empresas e instituciones del Ecuador las mismas que tienen el deber de acoger las medidas necesarias para la prevención de riesgos de trabajo, dotando a sus trabajadores de accesorios, ropa de trabajo y equipamiento de protección para precautelar su salud y bienestar. (Ministerio de Trabajo, 2012)

La provincia de Pichincha es un pilar fundamental en la economía del país, conocer la información detallada y la clasificación de las empresas es relevante para quienes deseen realizar actividades económicas, ya que contribuye con el 43% de ingresos de todas las

empresas del Ecuador.

La composición societaria para el año 2021 de acuerdo al tamaño en la provincia de Pichincha y al ranking que reposa en la Superintendencia de Compañías nos informa que el mayor número de compañías es microempresa con 13761, seguido por medianas 2178, grandes 939 pequeñas 6797 y un pequeño número sin información 180.

Tabla 2 Compañías Provincia de Pichincha por Tamaño

COMPAÑÍAS PROVINCIA DE PICHINCHA POR TAMAÑO

COMPAÑÍAS POR TAMAÑO	CANTIDAD
GRANDE	939
MEDIANA	2178
MICROEMPRESA	13761
PEQUEÑA	6797
SIN INFORMACION	180
TOTAL	23855

Autor: Javier Sisa

Fuente: Superintendencia de Compañías 2021

Al revisar la clasificación de las de empresas de acuerdo a su tamaño, se determina que el 92% de compañías se establecen en la ciudad de Quito, esto es 21971 de un total de 23855, la provincia de Pichincha cuenta con características importantes para el desarrollo del comercio de nuestro país, convirtiéndose en nuestro central objetivo para aprovechar los beneficios de poseer un gran sector empresarial.

Tabla 3 Empresas Provincia de Pichincha

EMPRESAS PROVINCIA DE PICHINCHA			
#	SECTOR	NUMERO DE EMPRESAS	%
1	QUITO	21971	92.10%
2	SANGOLQUÍ	418	1.75%
3	CAYAMBE	177	0.74%
4	MACHACHI	176	0.74%
5	CUMBAYÁ	143	0.60%
6	TABACUNDO	116	0.49%
7	CONOCOTO	102	0.43%
8	TUMBACO	83	0.35%
9	CALDERÓN (CARAPUNGO)	71	0.30%
10	ALANGASÍ	42	0.18%
11	PEDRO VICENTE MALDONADO	38	0.16%
12	ALOAG	32	0.13%
13	SAN RAFAEL	32	0.13%
14	AMAGUAÑA	30	0.13%
15	PUEMBO	27	0.11%
16	POMASQUI	24	0.10%
17	SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	24	0.10%
18	TAMBILLO	23	0.10%
19	PUERTO QUITO	22	0.09%
20	CUTUGLAHUA	20	0.08%
21	GUAYLLABAMBA	18	0.08%
22	PIFO	18	0.08%
23	SAN ANTONIO	18	0.08%
24	EL QUINCHE	17	0.07%
25	MINDO	17	0.07%
26	PINTAG	15	0.06%
27	NAYÓN	14	0.06%
28	TABABELA	14	0.06%
29	YARUQUÍ	14	0.06%
30	TUPIGACHI	12	0.05%
31	ALOASI	10	0.04%
32	ASCAZUBI	9	0.04%
33	UYUMBICHO	9	0.04%
34	OLMEDO (PESILLO)	8	0.03%
35	PACTO	8	0.03%
36	CANGAHUA	7	0.03%
37	COTOGCHOA	7	0.03%
38	CALACALI	6	0.03%
39	LA MERCED	6	0.03%
40	LLANO CHICO	6	0.03%
41	MALCHINGUI	6	0.03%
42	CHECA (CHILPA)	5	0.02%
43	OTÓN	5	0.02%
44	SANTA ROSA DE CUSUBAMBA	5	0.02%
45	NANEGALITO	4	0.02%
46	LA ESPERANZA	3	0.01%
47	PUELLARO	3	0.01%
48	SAN JOSÉ DE MINAS	3	0.01%
49	ATAHUALPA (HABASPAMBA)	2	0.01%
50	EL CHAUPI	2	0.01%
51	EL TINGO	2	0.01%
52	TOCACHI	2	0.01%
53	ZAMBIZA	2	0.01%
54	GUALEA	1	0.00%
55	GUANGOPOLO	1	0.00%
56	LLANO GRANDE	1	0.00%
57	LLOA	1	0.00%
58	NANEGAL	1	0.00%
59	RUMIPAMBA	1	0.00%
60	SAN JOSE DE AYORA	1	0.00%
	TOTAL	23728	100.00%

Autor: Javier Sisa

Fuente: Superintendencia de Compañías 2021

La información obtenida del ranking estadístico de la Superintendencia de Compañías beneficia considerablemente a la empresa y proporciona un amplio detalle de la

conformación y ubicación de las sociedades en la provincia de Pichincha a las cuales se les puede ofertar nuestros productos con calidad, precios justos y un buen servicio.

2. Objetivos del Proyecto

2.1 Objetivo General

Desarrollar los procedimientos para la constituir de la empresa SISA-GROUP SA en la ciudad de Quito parroquia de Calderón cuya actividad principal es la comercialización de productos de seguridad personal e industrial año 2020- 2021.

2.2 Objetivos Específicos

OE1 Diagnosticar la situación socioeconómica del país y las iniciativas de negocios nuevos que justifique la creación de la sociedad.

OE2 Determinar la viabilidad legal para crear la empresa de acuerdo a los requerimientos y normas establecidas en el territorio nacional.

OE4 Determinar la viabilidad técnica para crear la empresa SISA-GROUP SA.

OE3 Determinar la viabilidad económica financiera para poner en marcha la empresa Sisa-Group SA.

2.3 Indicadores de Resultados

“Los indicadores nos permiten realizar una comparación entre dos o más datos, para la elaboración de una medida cuantitativa o una visión cualitativa de una situación o condición específica de un proyecto.” (Administrativo, 2015)

La empresa utilizará indicadores que nos permitan comprobar el cumplimiento de objetivos planteados, la realización de tareas y la ejecución de que sean relevantes para satisfacer el manejo eficaz de los recursos y la mejora de procesos para satisfacer las necesidades en el tiempo.

La empresa manejará los indicadores económicos para medir sus resultados:

- **Indicador de eficiencia:** dentro de la empresa se utilizará para analizar el manejo

interno de los activos y pasivos.

- **Indicador de eficacia:** es la relación que existe entre los objetivos planteados en el proyecto y los resultados obtenidos.
- **Indicador de efectividad:** valoración del bienestar adquirido por los beneficios.

2.4 Matriz de Marco Lógico

Tabla 4 Matriz Marco Lógico

Matriz de marco lógico

DESCRIPCION	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN: Crear la empresa SISA-GROUP SA para la comercialización de productos de seguridad personal e industrial año 2020- 2021	<ul style="list-style-type: none"> • Eficacia • Efectividad • Capacidad • Productividad • Calidad • Rentabilidad 	Escrituras Ruc Certificados Cumplimientos Estados Financieros	de Qué pasaría si yo no cumpla con el desarrollo de la tramitología porque las instituciones del Estado no están funcionando, por la pandemia, la mayor cantidad de empresas están trabajando bajo la modalidad de tele trabajo, y hacen que se demore el proceso
PROPÓSITO: Establecer un nuevo emprendimiento para la comercialización de productos de seguridad industrial, cumpliendo la normativa del país y determinando la factibilidad financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Cubrir los Costos y Gastos de la empresa • Generación de Utilidad del Ejercicio • Incremento en la contratación de Empleados 	Registros contables, Estados Financieros Declaración de Impuesto a la renta de sociedades Pago de utilidades y dividendos Satisfacción de clientes, proveedores y empleados Incremento de empleados en 40% para el 2022	Verificar el cumplimiento de las metas a conseguir con informes mensuales trimestrales y anuales Tener un plan B para cubrir todas las responsabilidades y obligaciones adquiridas
COMPONENTES: Planificar los procedimientos de la constitución de la compañía Búsqueda de Proveedores y clientes potenciales Búsqueda de personal	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de los procesos de la empresa • Solicitar calificación a los proveedores y proformas de equipos de protección personal • Pruebas de ingreso al 	Registros de capacitaciones Listados de asistencias Pruebas de conocimientos Hojas de Vida Solicitar quejas y sugerencias Costos Beneficio	Que sucede si no se sigue un adecuado proceso en la creación de la empresa Búsqueda de personal comprometido con los objetivos de la empresa

eficiente, capacitado y comprometido con la empresa	personal <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción de los clientes • Periodos de prueba para empleados 		
ACTIVIDADES: Investigar el mercado Analizar las empresas de la competencia Buscar información sobre la oferta y demanda de empresas de seguridad industrial	1. Estadísticas de los organismos de control. 2. Estudio de Mercado	Levantamiento de Información Servicio de rentas Internas, cámaras de comercio	Verificación de los precios en el mercado y la competencia Analizar las estadísticas para mantenerse en el mercado

Autor: Javier Sisa

3. Viabilidad y Plan de Sostenibilidad

3.1 Análisis de la oferta y la demanda

La oferta es considerada el conjunto de bienes y servicios que se presentan en el mercado y la demanda es la cantidad de bienes y servicios que se solicitan en el mercado el encuentro de ambos determinan los precios.

3.1.1 Análisis Demanda

El Ecuador en los últimos años ha mantenido un crecimiento económico significativo, fue a partir del año 2013 que existieron notables cambios en la matriz productiva, la actividad económica de las empresas se vio incrementada por la subida del precio del petróleo creando nuevas plazas de trabajo. El gobierno de turno invirtió en nuevas infraestructuras, carreteras, hospitales, instituciones educativas, tecnología, comunicaciones, incrementando la demanda de productos.

En la provincia de Pichincha existe un variado número de empresas con diferentes actividades económicas, como son agrícolas, de construcción, comercio, transporte, telecomunicaciones, electricidad, etc., y de diferentes tamaños, grandes, medianas, pequeñas, que nos permitirán la comercialización y distribución de nuestros productos.

La actividad que más contribuye a esta provincia es el comercio con el 43%, luego las manufacturas con el 20%, explotación de minas y canteras con el 9%, la construcción el 5%, información y comunicación con el 5% y otras actividades con el 19%.

Tabla 5 Ventas Provincia de Pichincha por Actividad económica

ACTIVIDAD ECONOMICA	PORCENTAJES DE VENTAS
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR, REPARACION DE VEHICULOS, AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS	42.68
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	20.37
OTRAS ACTIVIDADES	18.79
EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS	8.60
CONSTRUCCION	4.96
INFORMACION Y COMUNICACIÓN	4.60
TOTAL	100.00

Autor: Javier Sisa

3.1.2 Estudio de Mercado

En la mayor crisis económica y de salud mundial por la pandemia del Covid-19 observamos en la población la búsqueda de equipos de protección personal como son mascarillas, guantes, gafas, insumos médicos. Información importante que sirve para satisfacer las necesidades y ver una oportunidad de emprendimiento con posibles clientes potenciales para los productos que vamos a ofertar dando solución a esta demanda insatisfecha.

Las tendencias apuntan a que la población y las empresas continuaran con la prevención

para su personal; SISA-GROUP SA a través de la seguridad industrial visualiza en la capital de los ecuatorianos clientes potenciales que son viables en el tiempo y que nos permitirá posicionarnos con productos de calidad a precios razonables.

Podemos observar los posibles riesgos y problemas que tendrá la nueva empresa al ingresar al mercado, pues existen varias sociedades que se dedican a este negocio, para ello debemos generar estrategias que nos permitan tener ventajas que nos diferencien de la competencia.

3.1.3 Objetivos del Estudio de Mercado

Establecer la demanda productos de seguridad industrial para los trabajadores de las empresas que existe en nuestra capital.

Como objetivos secundarios se encuentran:

Conocer las 4ps del marketing (Producto, precio, plaza y promoción) y sus aplicaciones en los negocios.

Establecer el manejo de marketing mix para atender el dinamismo del mercado.

3.1.4 Metodología

Para el presente proyecto de la creación de una empresa dedicada a la comercialización y distribución de productos de seguridad industrial se ha determinado la variable dependiente que es la creación de una empresa dedicada a la comercialización y distribución de productos de seguridad industrial como cuantitativa.

3.1.5 Población

Para la obtención de la población se descargó la información de la página oficial de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, se evidenció como respuesta que existe una población total de 23855 Empresas en la provincia de Pichincha.

3.1.6 Tamaño de la muestra

De acuerdo con la información proporcionada de la Superintendencia de Compañías,

Valores y Seguros, se obtiene el siguiente análisis que nos permitió determinar el tamaño de la muestra con una variable cuantitativa a un nivel de confianza del 95% para tomar la mejor decisión de la cantidad de encuestas y margen de error de un 5.7%, el grado de confianza dado a un nivel establecido del 95% corresponde a un valor z de 1.96 obtenido de las tablas de distribución normal.

Fórmula:

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

Dónde:

n= muestra que queremos obtener

Z= nivel de confianza asignado 95% - 1.96

p= probabilidad de éxito asignado 0.50 – 50%

q= probabilidad de fracaso es igual 1-p = 1 – 0.50 = 0.50

N= tamaño de la población 23855

e= margen de error asignado 5.7%

Selección de la muestra

Una vez aplicada la fórmula se obtuvo como respuesta que la muestra de esta investigación es de 306 empresas.

$$n = \frac{23855(1.96)^2*(0.50)(0.50)}{(23855-1)* 0.057^2 + (1.96)^2*(0.50)(0.50)}$$

n= 306

3.1.7 Determinación de la Demanda

Se realizó 306 encuestas, aplicadas a empresas grandes, medianas, pequeñas y microempresas que están bajo el control de la Superintendencia de Compañías y que tienen diferentes actividades económicas ubicadas en la provincia de Pichicha, pero con mayor

énfasis en la ciudad de Quito, donde está nuestro mercado objetivo por considerar que encontramos una gran cantidad de empresas que requieren equipos de protección personal y de salud. Es así que, se ha ocupado la técnica de levantamiento de información mediante encuestas que nos permitió tener una visión clara de nuestra demanda y poder establecer las estrategias que nos permitan introducirnos en este segmento.

3.1.8 Encuesta

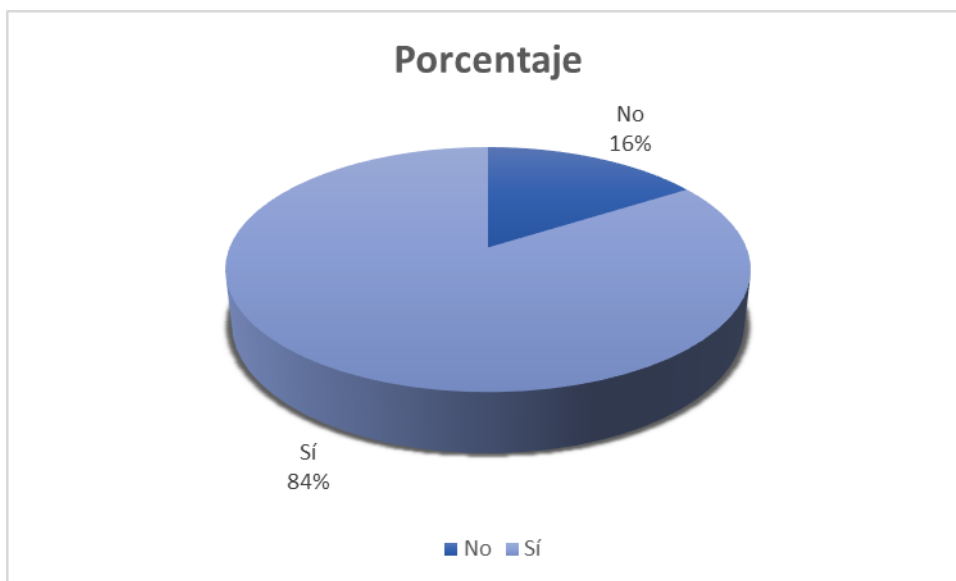
Pregunta 1.- ¿Conoce usted sobre la Seguridad Industrial?

Tabla 6 Datos obtenidos pregunta 1

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No	50	16%
Sí	256	84%
TOTAL	306	100%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 1 ¿Conoce usted sobre la Seguridad Industrial?



Autor: Javier Sisa

Los resultados de la pregunta nos indican que el 84% de las empresas tienen conocimiento sobre la seguridad industrial. Estas tienen el deber de acogerse a la legislación de seguridad y salud, y deben aplicar las normativas en el medio laboral, poniendo en práctica sistemas de prevención de accidentes, un 16 % manifiesta que desconoce de este tema, sin embargo, el desconocimiento no exime de la aplicación de sanciones por inspecciones por parte de los organismos de control.

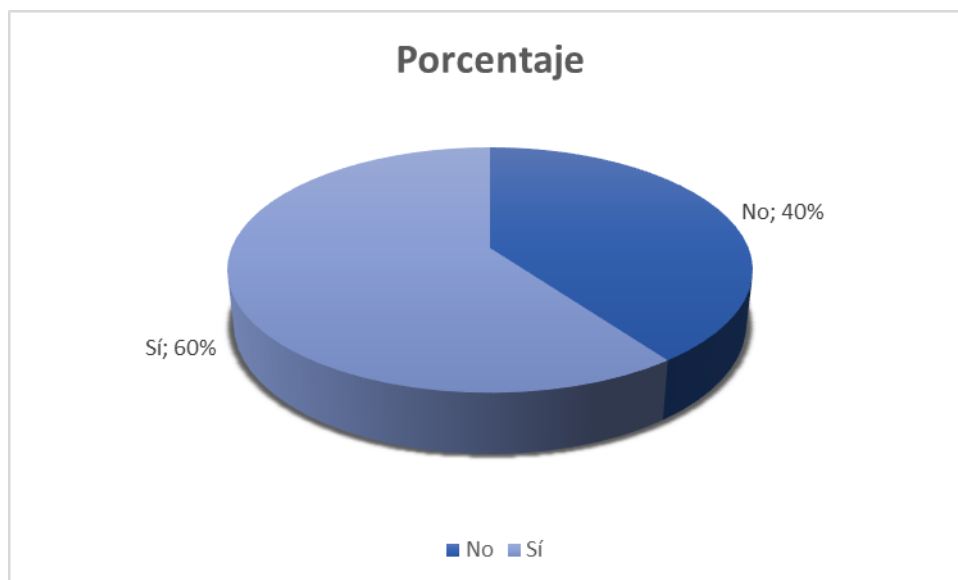
Pregunta 2.- ¿Su empresa cuenta con un reglamento de seguridad industrial?

Tabla 7 Su empresa cuenta con un reglamento de seguridad industrial

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No	121	40%
Sí	185	60%
TOTAL	306	100%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 2 Su empresa cuenta con un reglamento de seguridad industrial



Autor: Javier Sisa

Analizando la respuesta de la pregunta podemos indicar que el 60% de las empresas tienen

un reglamento de seguridad industrial, por cumplir con la normativa de ley vigente en el Ecuador, Reglamento de Seguridad y Salud, el Código de Trabajo y el art. 326 #5 de la Constitución, que determinan que cada institución debe tener un reglamento con el fin de precautelar la salud e integridad del personal que labora en cada una de estas; el 40% desconoce de la aplicabilidad de la ley de seguridad pues considera que por ser microempresas no deberían realizar estos reglamentos.

Pregunta 3.- ¿Considera que la seguridad industrial es importante dentro su Trabajo?

Tabla 8 Considera que la seguridad industrial es importante dentro su trabajo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No	15	5%
Sí	291	95%
TOTAL	306	100%

Autor: Javier Sisa

El 95% considera que la seguridad industrial es fundamental pues evita todo tipo de riesgo y protege al personal de forma física y mental mediante la aplicación de la ley, con esto tratamos de evitar algún percance involuntario en los trabajos por mal manejo de las máquinas y equipos, exceso de ruido, caídas de las alturas, etc.

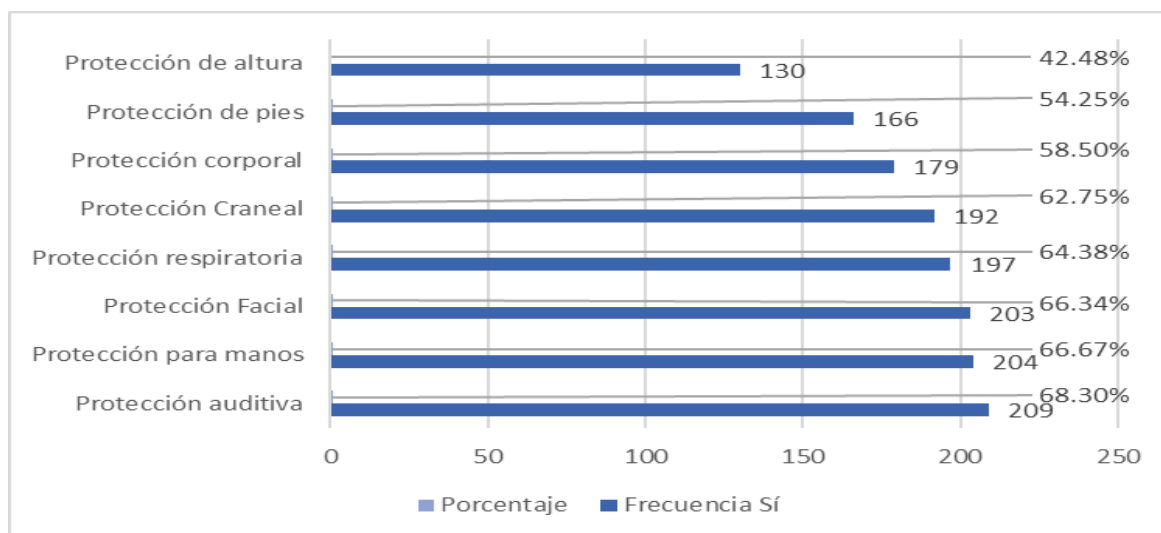
Pregunta 4.- ¿Qué tipo protección de Seguridad Industrial conoce?

Tabla 9 Qué tipo de protección de Seguridad Industrial conoce

Opciones	Frecuencia		TOTAL	Porcentaje
	Frecuencia Sí	No		
Protección auditiva	209	97	306	68.30%
Protección para manos	204	102	306	66.67%
Protección Facial	203	103	306	66.34%
Protección respiratoria	197	109	306	64.38%
Protección Craneal	192	114	306	62.75%
Protección corporal	179	127	306	58.50%
Protección de pies	166	140	306	54.25%
Protección de altura	130	176	306	42.48%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 3 Qué tipo protección de Seguridad Industrial conoce



Autor: Javier Sisa

Del 100% de las empresas encuestadas, el 68% conoce sobre la protección auditiva, el 67% sabe sobre la protección para las manos, el 66% utiliza protección facial, el 63% en sus

trabajos se colocan la protección de la cabeza, el 59% se pone protección corporal, el 54% utiliza calzado apropiado para la protección de los pies y el 43% conoce de protección para las alturas, esta pregunta nos permite establecer que productos pueden ser los más necesitados en el mercado; así como establecer cuales productos podemos dar a conocer por el desconocimiento de los mismos.

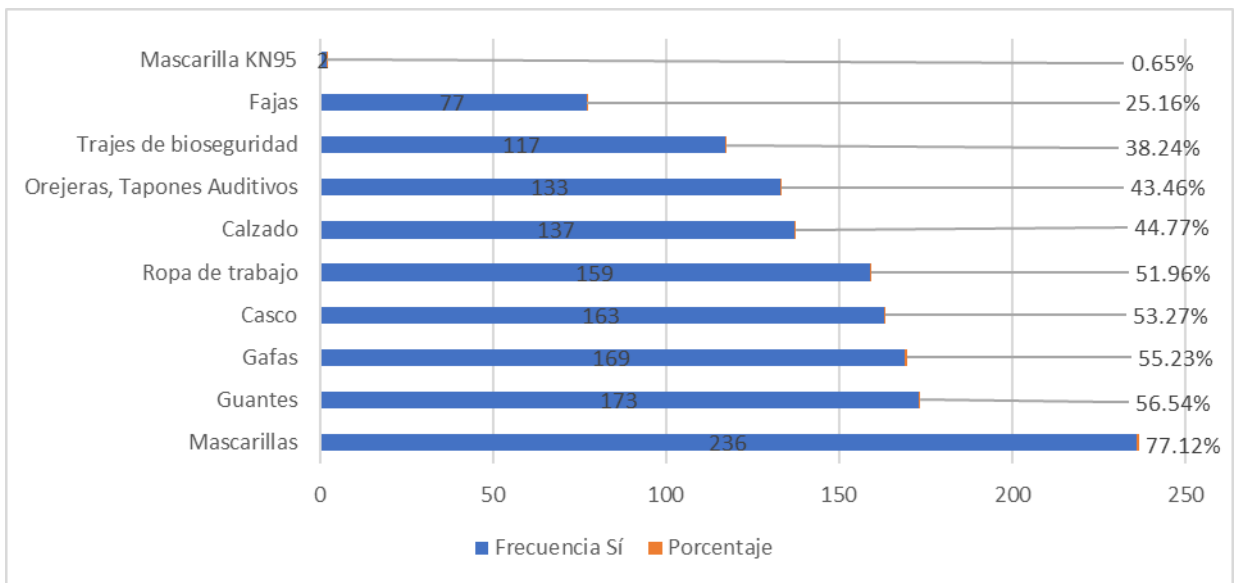
Pregunta 5.- ¿Cuál es la dotación que proporciona usted a sus empleados?

Tabla 10 Cuál es la dotación que proporciona usted a sus empleados

Opciones	Frecuencia Sí	Frecuencia		TOTAL	Porcentaj e
		No			
Mascarillas	236	70		306	77.12%
Guantes	173	133		306	56.54%
Gafas	169	137		306	55.23%
Casco	163	143		306	53.27%
Ropa de trabajo	159	147		306	51.96%
Calzado	137	169		306	44.77%
Orejas, Auditivos	133	173	Tapones	306	43.46%
Trajes de bioseguridad	117	189		306	38.24%
Fajas	77	229		306	25.16%
Mascarilla KN95	2	304		306	0.65%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 4Cuál es la dotación que proporciona usted a sus empleados



Autor: Javier Sisa

Esta pregunta nos permitirá saber, cuáles son los productos que las empresas proporcionan a sus empleados para sus jornadas laborales y tener un claro panorama de que debemos ofertar en el mercado.

Los resultados nos indican que el 77% ha proporcionado mascarillas, en esta temporada de pandemia Covid-19 y que es utilizada actualmente de forma obligatoria para la interacción con otras personas sin descartar un distanciamiento de 2 metros para evitar los contagios, el 56% entrega guantes para la manipulación de productos, estos son entregados de acuerdo al tipo de riesgo y talla adecuada, un rubro muy importante es el de gafas con un 55%, sin estas herramientas de protección muchas actividades laborales serían imposibles de realizar generando un impacto negativo en la salud de los trabajadores, cascos el 53% , seguido de ropa de trabajo con 52%. “El art. 42 # 29 del Código de Trabajo manifiesta que las empresas deben” Suministrar cada año, en forma completamente gratuita, por lo menos un vestido adecuado para el trabajo a quienes presten sus servicios”. (Ministerio de Trabajo, 2021), calzado un 45%, orejeras y tapones auditivos con un 43%, trajes de bioseguridad 38%, fajas

25% y muy pocas dotaciones de kn95 con 0.65%.

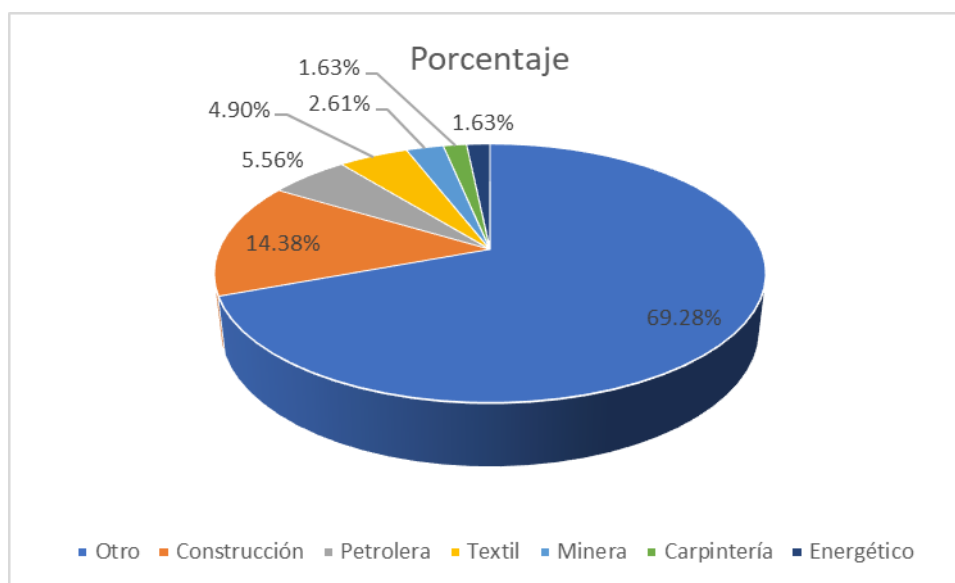
Pregunta 6.- ¿Cuál es la actividad económica a la que se dedica su empresa?

Tabla 11 Cuál es la actividad económica a la que se dedica su empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Otro	212	69.28%
Construcción	44	14.38%
Petrolera	17	5.56%
Textil	15	4.90%
Minera	8	2.61%
Carpintería	5	1.63%
Energético	5	1.63%
TOTAL	306	100%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 5 Cuál es la actividad económica a la que se dedica su empresa



Autor: Javier Sisa

Las actividades que dinamizan a la ciudad de Quito en un 69% engloba a servicios, comercio, reparación de vehículos, industrias manufactureras, metalmecánicas, etc., la construcción de planes de vivienda y edificios se ha convertido en un sector de alto crecimiento con el 14.38%, mientras que la participación del sector petrolero es del 5,56%, seguido por el sector textil con el 4.90%, la minería tiene un bajo porcentaje con 2,61%, y la carpintería y la actividad energética tiene apenas el 1,63%.

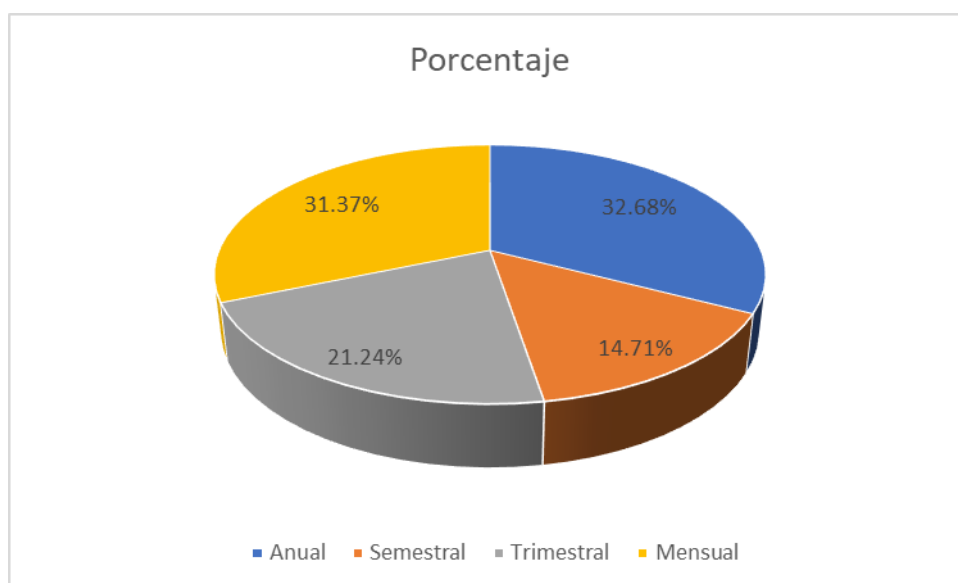
Pregunta 7.- ¿Con que frecuencia compra productos de Seguridad Industrial?

Tabla 12 Con qué frecuencia compra productos de Seguridad Industrial

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Anual	100	32.68%
Semestral	45	14.71%
Trimestral	65	21.24%
Mensual	96	31.37%
TOTAL	306	100.00%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 6 Con qué frecuencia compra productos de Seguridad Industria



Autor: Javier Sisa

Las empresas de acuerdo a su actividad económica y en cumplimiento a las normativas dotan a su personal de elementos de trabajo con diferentes frecuencias dependiendo generalmente del tiempo o plazos de ejecución de las obras y proyectos; también de acuerdo a los requerimientos por la aplicación de la ley, el 32.68% lo realiza de manera anual en base al Código de trabajo, el 14.71% es de forma semestral tiempo promedio que dura una obra, el 21.24% entrega los implementos de forma trimestral y el 31.37% de manera mensual, esta dotación responde al uso y al desgaste de los equipos de protección.

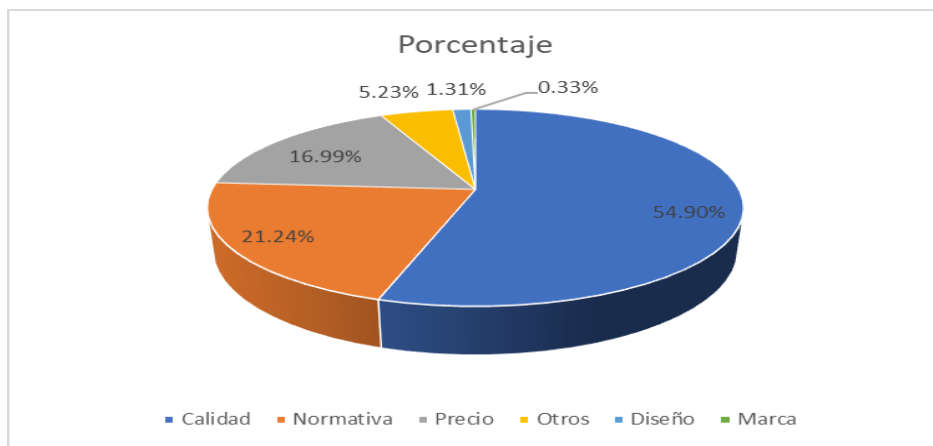
Pregunta 8.- ¿Al comprar productos de Seguridad Industrial, en que es lo que usted se fija?

Tabla 13 Al comprar productos de Seguridad Industrial, en que es lo que usted se fija

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	168	54.90%
Normativa	65	21.24%
Precio	52	16.99%
Otros	16	5.23%
Diseño	4	1.31%
Marca	1	0.33%
TOTAL	306	100%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 7 Al comprar productos de Seguridad Industrial, en que es lo que usted se fija



Autor: Javier Sisa

El 55% de la población quiteña compra los productos fijándose en la calidad del producto, ya que se basa en los requerimientos que satisfacen sus necesidades, el 21%, cumple con las regulaciones y normativas solicitadas por la ley, un 17% opta comparar y considerar el mejor precio del mercado, entre otros por gustos, preferencias, diseño y la marca, tienen porcentajes del 5%, 1% y 0.33% respectivamente.

Pregunta 9.- ¿Qué presupuesto destina para la compra de productos de Seguridad Industrial?

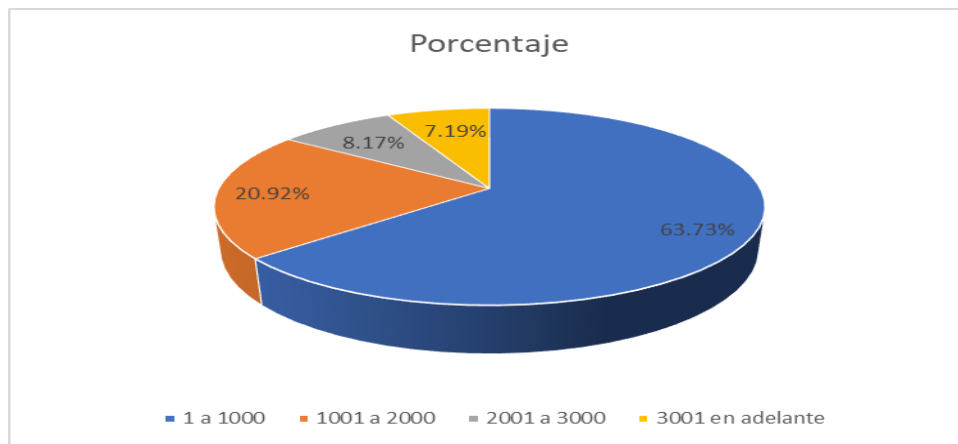
Tabla 14 Qué presupuesto destina para la compra de productos de Seguridad Industrial

Opciones en dólares	Frecuencia	Porcentaje
1 a 1000	195	63.73%
1001 a 2000	64	20.92%
2001 a 3000	25	8.17%
3001 en adelante	22	7.19%
TOTAL	306	100%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 8 Qué presupuesto destina para la compra de productos de Seguridad Industrial

Industrial



Autor: Javier Sisa

Las empresas deben tener un presupuesto asignado para la compra de productos de seguridad y salud ocupacional, porque deben cumplir con el código de trabajo en dotar de todas las herramientas a cada uno de sus empleados y es así que los productos de seguridad son considerados de primera necesidad para prevenir cualquier tipo de riesgo laboral. Siendo así, las empresas han manifestado que su asignación presupuestaria se encuentra en los siguientes rangos: 1 a 1000 dólares, el 63.73%; seguido de 1001 a 2000 dólares con el 20.92%, rubros significativos y que toca tratar de conseguirlos por ser montos de alta rotación, entre 2001 y 3000 existe un porcentaje de 8.17% seguido por 3001 dólares en adelante con el 7.19%.

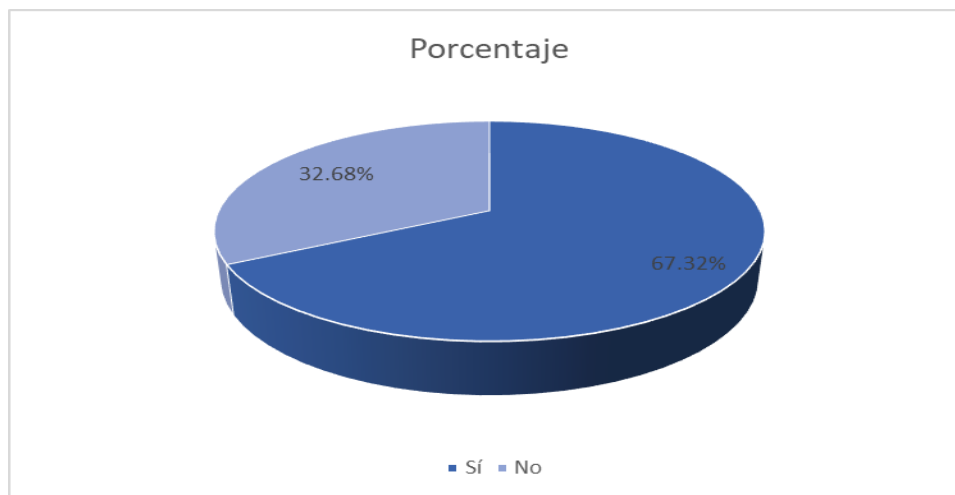
Pregunta 10.- ¿Tiene procedimientos internos para seleccionar y calificar a sus Proveedores?

Tabla 15 Tiene procedimientos internos para seleccionar y calificar a sus Proveedores

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	206	67.32%
No	100	32.68%
TOTAL	306	100%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 9 Tiene procedimientos internos para seleccionar y calificar a sus Proveedores



Autor: Javier Sisa

El 67% ha determinado que, si cuentan con procesos para seleccionar a sus proveedores, cuando adquieren los productos de seguridad y salud ocupacional, pues es necesario realizar una calificación a cada uno de nuestros distribuidores, y así saber si tienen los productos y condiciones de entrega y pago.

Con esta determinante de la encuesta, nuestra empresa debe tener a la mano los documentos legales en orden y los permisos actualizados para participar en los procesos de selección de proveedores, ser eficiente y no perder posibles negocios potenciales. Se observa que un 32.68% no tiene procesos internos, pero no es pretexto para no tener todo en regla.

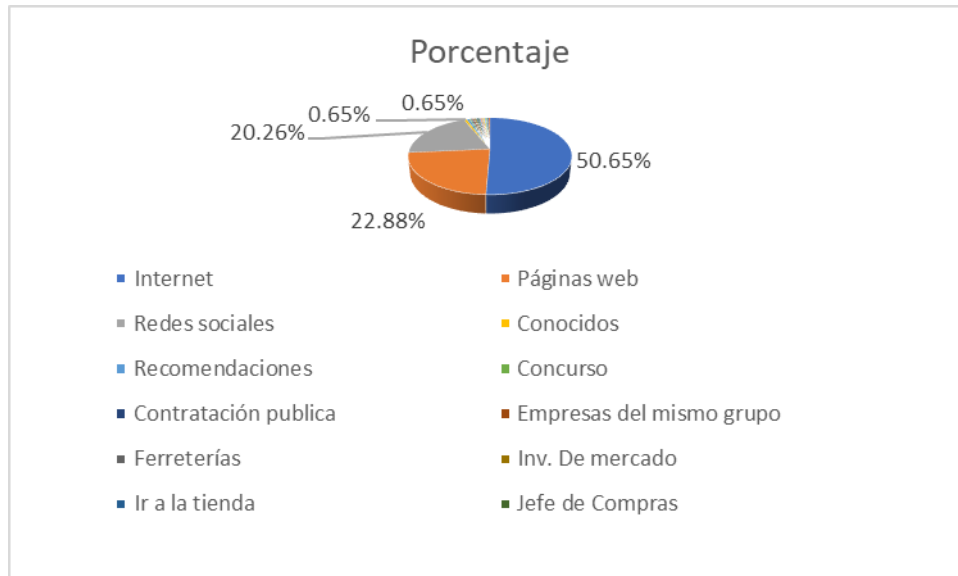
Pregunta 11.- ¿Qué medios de comunicación utiliza para buscar Proveedores de Seguridad Industrial?

Tabla 16 Qué medios de comunicación utiliza para buscar Proveedores de Seguridad Industrial

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Internet	155	50.65%
Páginas web	70	22.88%
Redes sociales	62	20.26%
Conocidos	2	0.65%
Recomendaciones	2	0.65%
Concurso	1	0.33%
Contratación publica	1	0.33%
Empresas del mismo grupo	1	0.33%
Ferreterías	1	0.33%
Inv. De mercado	1	0.33%
Ir a la tienda	1	0.33%
Jefe de Compras	1	0.33%
Ninguna	1	0.33%
Portal de Compras Públicas	1	0.33%
Proveedores	1	0.33%
Proveedores conocidos como Petzl	1	0.33%
recomendaciones del mercado	1	0.33%
Referencias	1	0.33%
Referencias Internas	1	0.33%
Sugerencia de amistades	1	0.33%
TOTAL	306	100%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 10 Qué medios de comunicación utiliza para buscar Proveedores de Seguridad Industrial



Autor: Javier Sisa

La tecnología ha evolucionado y revolucionado los medios de comunicación, haciendo que estos se mantengan a la vanguardia de la tendencia de mercado, el internet es el medio más importantes con el 50.65%, este nos permite la búsqueda de sitios a nivel mundial para compartir información de toda tipo, le sigue las páginas web con el 23% con estructuras, diseños y modelos novedosos, a continuación tenemos las redes sociales con el 20% en donde se crean grupos con intereses comunes para satisfacer de forma más rápida sus necesidades, en este contexto será necesario dar a conocer la empresa mediante estos recursos de marketing digital como Facebook, Marketplace, WhatsApp además de contar con nuestra propia página web, sin dejar de lado los otros medios para comunicarse con los clientes como son las visitas, utilización del teléfono, recomendaciones, concursos y otros.

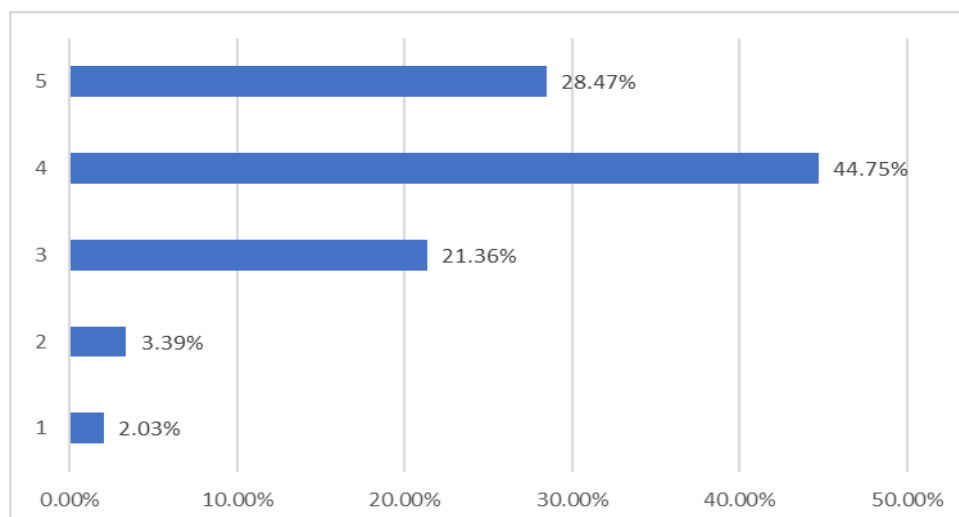
Pregunta 12.- ¿En la escala del 1 al 5, que tan satisfecho se encuentra con su actual proveedor de productos Seguridad Industrial? ¿Siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta?

Tabla 17 En la escala del 1 al 5, que tan satisfecho se encuentra con su actual proveedor de productos Seguridad Industrial. Siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	6	2.03%
2	10	3.39%
3	63	21.36%
4	132	44.75%
5	84	28.47%
TOTAL	295	100%

Autor: Javier Sisa

Gráfico 11 En la escala del 1 al 5, que tan satisfecho se encuentra con su actual proveedor de productos Seguridad Industrial. Siendo 1 la calificación más baja y 5 la calificación más alta



Autor: Javier Sisa

Esta pregunta es sumamente importante ya que nos indica que del 100% de satisfacción

con el proveedor actual, apenas el 28% está completamente de acuerdo con la gestión de los mismos, convirtiéndose en un indicador para buscar las herramientas y estrategias necesarias que nos permitan ingresar en este segmento de mercado que suma el 72%. Este porcentaje estaría dispuesto a abrir las puertas a nuevas ofertas y para ello debemos realizar tácticas de mercadeo y convertirnos en la mejor opción con nuestros productos, dando un valor agregado en el servicio para diferenciarnos de nuestros competidores.

3.1.9 Resultados de la encuesta

En el análisis de la información obtenida y de acuerdo al levantamiento de la información, hemos encontrado los siguientes puntos muy importantes:

- Que, de acuerdo a la ley, el Ministerio de Salud, el Ministerio de Trabajo, El Cuerpo de Bomberos, todas las empresas deben cumplir las normativas vigentes y evitar sanciones por inspecciones. Entre las que podemos mencionar:

- ✓ “Código del Trabajo
- ✓ Código de la Salud
- ✓ Decreto 2393. Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y mejoramiento del Medio Ambiente del Trabajo.
- ✓ Resolución 741. Reglamento General del Seguro de Riesgos del Trabajo
- ✓ Resolución 333.Reglamento para el Sistema de Auditorías de Riesgos del Trabajo, SART.
- ✓ Decisión 584. Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- ✓ Resolución 957. Reglamento del Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo
- ✓ Convenio No. 121 de la OIT. Convenio relativo a las prestaciones en caso de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales”. (Peragosolutions, 2011)

- Que, existen un gran número de empresas que cumplen y tienen un reglamento de

seguridad industrial, preocupándose de la protección de sus empleados para prevenir futuros riesgos laborales.

- Las compras se realizan tomando en cuenta varios factores y los más importantes son la calidad, la normativa y el precio.
- Las empresas destinan los recursos económicos necesarios para adquirir los equipos de salud y protección tratando siempre de cumplir con las obligaciones de ley.
- Las organizaciones cuentan con procedimientos para calificar a sus proveedores.
- El uso de la tecnología en la actualidad es sumamente importante para la búsqueda de requerimientos y la satisfacción de necesidades.
- Toda la información obtenida nos ayuda a elegir y establecer estrategias para cumplir con el fin de la creación de la empresa, establecer el mercado objetivo y enfocarnos a un plan de marketing.

3.1.10 Clientes potenciales

Dentro de la provincia de Pichincha tenemos 23855 empresa que deben registrarse a una normativa de seguridad ocupacional, el Código de Trabajo y la Constitución del Ecuador en donde se expresa claramente la necesidad de proteger la integridad tanto física como mental de las personas que trabajan, es importante reconocer que la pandemia dinamizo este tipo de productos llegando a existir escasos e incremento la demanda insatisfecha.

Tabla 18 Potenciales clientes para la venta de equipos de protección personal

DESCRIPCION	CANTIDAD
Número de empresa en Pichincha	23855
Porcentaje más alto de satisfacción con sus proveedores 28.47%	6792
Porcentaje de clientes con insatisfacción con sus proveedores 71.53%	17063

Autor: Javier Sisa

En la tabla 18 se puede identificar que nuestros potenciales clientes se encuentran en el 72% de empresas que no están satisfechas con sus proveedores actuales, esta información nos permite buscar ideas innovadoras para para la venta de nuestros productos. Nuestra meta inicial se provee en el tamaño de la muestra que es de 306 empresas como un mercado meta inicial esto es un 1.28%.

Tabla 19 Compañías de la provincia de Pichincha por Tamaños

COMPAÑÍAS POR TAMAÑO	CANTIDAD
GRANDE	939
MEDIANA	2178
MICROEMPRESA	13761
PEQUEÑA	6977
Total general	23855

Fuente: Superintendencia de Compañías 2020

Autor: Javier Sisa

Este cuadro nos muestra el número de empresas de la provincia de Pichincha por tamaño

Tabla 20 Dotación equipo de seguridad básico por empleado

Producto	Precio
Casco	4.22
Gafas	1.28
Mascarilla	10.00
Tapones auditivos	1.20
Camisa	9.50
Pantalón	9.50
Zapatos de trabajo	47.04
Guantes	4.99
Impermeables	7.00
Total por empleado	94.73

Autor: Javier Sisa

Las empresas deben dotar a sus colaboradores con una vestimenta adecuada por lo menos una vez al año de acuerdo al Código de Trabajo Art. 42 numeral 29, en este sentido estimamos que la dotación mínima por equipos de seguridad industrial para cada empleado es de 94.73 dólares.

Tabla 21 Promedio en dólares que las empresas invierten en proporcionar elementos de seguridad personal a cada trabajador.

Tamaño de empresa	Número de empleados	Ventas Anuales (Expresado en U\$D)	Activos (Expresado en U\$D)	Promedio de empleados	Precio dotación básica	Precio por promedio de empleados expresado en dólares
Microempresa	1-9	menos 100.000	hasta 100.000	5	94.73	473.63
Pequeña Empresa	10 - 49	100.001 – 1.000.000	100.001 – 750.000	25	94.73	2368.14
Mediana Empresa	50- 199	1.000.001- 5.000.000	750.001 – 3.999.999	75	94.73	7104.42
Grandes Empresas	200 o mas	más de 5.000.000	más de 4.000.000	200	94.73	18945.11
Total						28891.30

Fuente: Comunidad Andina, Resolución 1260

Autor: Javier Sisa

De acuerdo a la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente, se clasifican a las empresas de acuerdo al número de personal ocupado, el valor bruto de ventas anuales, y el valor total de activos fijos. Es así que determina que una microempresa en promedio invierte en sus empleados 474 dólares, la pequeña empresa 2368 dólares, la mediana empresa 7104 dólares y las empresas grandes un promedio de 18945 dólares con el objetivo de brindar bienestar y precautelar la salud de sus empleados.

3.1.11 Análisis de la Oferta y Posible Competencia

En Quito existen varios importadores de productos de seguridad industrial y salud ocupacional cada una abastece a distribuidores elegidos para colocar la mercadería en todo el país y en especial a la capital de los ecuatorianos por ser un lugar estratégico para la comercialización y distribución a otras ciudades. En el país tenemos a empresas importadoras como AMC del Ecuador que posee insumos industriales especializados, Kimberly Clark líder en dar soluciones de higiene, seguridad y productividad, Ferretería Espinoza y Ferremundo comercializan productos de ferretería y construcción, 3M Ecuador ofrece equipamiento industrial e Indecauchó que se caracteriza por vender productos de caucho.

Tabla 22 Ventas anuales de importadores de equipos de seguridad industrial

Importadoras	Ventas Anuales 2020
Kimberly Clark	\$96,878,016.50
Ferremundo	\$70,729,791.00
3M Ecuador	\$36,043,492.40
Ferretería Espinoza	\$25,160,692.50
AMC del Ecuador	\$19,201,141.80
Inde caucho	\$14,906,530.60

Fuente: Superintendencia de Compañías año 2020

Autor: Javier Sisa

En el Ecuador existe un gran mercado potencial aprovechado por las grandes corporaciones, nuestra estrategia es la de ir creciendo con el tiempo para consolidarnos en el mercado de Pichincha y conseguir distribuciones de estas grandes empresas e inclusive llegar a importar nuestros propios productos. }

La empresa Sisa-Group SA ofertará todo tipo de productos de seguridad personal e industrial, para esto cuenta actualmente con el respaldo de un fundamental distribuidor de las empresas importadoras mencionadas anteriormente, contaremos precios preferenciales y crédito, con los que competiremos directamente con los subdistribuidores; a partir de satisfacer las necesidades de equipos de protección mediante un servicio de calidad y buenos precios.

3.1.12 Plan de Marketing

Después de haber realizado el levantamiento de información y de determinar la necesidad de los clientes, nuestro proyecto tiene como finalidad la comercialización de equipos de protección personal que minimicen los accidentes y los riesgos laborales.

El objetivo del plan de marketing es la de posicionar a SISA-GROUP SA en el mercado, a través de la diferenciación con el resto de empresas en base a la calidad y precios de los productos en un período de 3 años.

La comercialización y distribución será en dos modalidades en nuestras propias

instalaciones y por medio de un servicio delivery, buscaremos fidelizar a los clientes entregando los productos a domicilio de forma segura, rápida y oportuna.

Se implementará estrategias de ventas como el control a vendedores, calidad de servicio, control de rentabilidad, control de distribución y de eficiencia.

3.1.13 Marketing Mix

Tiene por objetivo que la empresa analice el comportamiento del mercado y de los consumidores para retener y fidelizar a los clientes satisfaciendo sus necesidades.

Producto: Un producto es un artículo que se construye para satisfacer las necesidades de un determinado grupo de personas. El producto puede ser intangible o tangible, ya que puede ser en forma de servicios o bienes.

Los productos que ofrece Sisa-Group SA son avalados por las normas del país y son de alta calidad que permitirán posicionarnos rápidamente en las empresas.

Precio: El precio del producto es básicamente la cantidad que un cliente paga para disfrutarlo. El precio es un componente muy importante de la definición de marketing mix. Los precios serán manejados de acuerdo al mercado y por volumen de compras, ofreciendo descuento y promociones.

Plaza: Es conocida como distribución, y es la encargada de poner los productos a disposición de los consumidores en la cantidad, lugar, momento apropiado y con los servicios necesarios. Nuestro plus será la entrega a domicilio y la atención al público en nuestras propias instalaciones.

Promoción: “El mix de comunicación de marketing de una empresa consiste en el uso conjunto de herramientas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal y marketing directo, con el fin de lograr sus objetivos de marketing y publicidad.” (Bennett, 1995)

Las estrategias a ser utilizadas son: el uso de las herramientas tecnológicas y el marketing

digital que tuvo su auge en la pandemia; para comercializar los productos realizaremos varias promociones a través de la creación de la página web y la publicación en redes sociales, para atenciones personalizadas se utilizará la plataforma zoom y se enviará catálogos a través del WhatsApp Web y correos.

Se publicará en los medios de comunicación digital fotos del producto de la semana, con su precio, seguido de los productos que más se venden y que son rentables para la empresa.

3.1.14 Identificación del producto

“La salud ocupacional o salud laboral es definida por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como una actividad multidisciplinaria dirigida a promover y proteger la salud del trabajador mediante:

Prevención

Control de enfermedades y accidentes

Eliminación de factores de riesgo

Condiciones que pongan en peligro la salud

Seguridad en el trabajo

También está enfocada en generar y promover el trabajo seguro y sano, y hace énfasis en el bienestar físico, mental y social de los trabajadores. Respalda todo lo concerniente al desarrollo sostenible, enriquecimiento humano y profesional en el trabajo.” (Ocaña, 2019)

“La seguridad industrial se encarga de la identificación de riesgos y la eliminación o reducción de los mismos a niveles aceptables, basándose en leyes, normas y diversas metodologías para prevenir, eliminar o reducir los accidentes laborales.” (Ocaña, 2019)

Este trabajo busca aportar con productos nuevos y de calidad que brinden satisfacción al cliente y al personal que los ocupa en las empresas de la ciudad de Quito y la Provincia de Pichincha.

Entre los equipos de protección personal tenemos los cascos, las gafas, los protectores

auditivos, los tapabocas, ropa de trabajo, guantes, calzado entre otros. Al grupo de estos implementos también se le conoce como EPP (equipo de protección personal).

a) Cascos de Protección

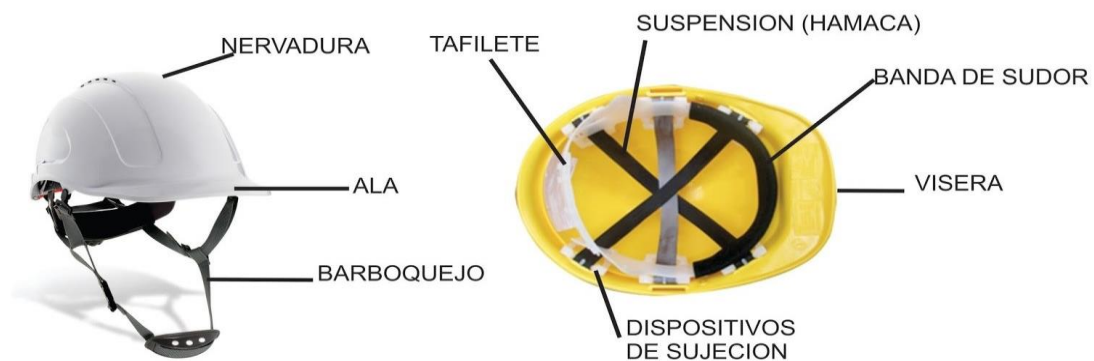
Definición: “El casco es un equipo para cubrir la cabeza de un trabajador y protege a la misma de posibles lesiones por el impacto de objetos”. (Torres, 2017)

Características: “Los cascos tienen una forma anatómica y suelen ser fabricados a base de fibra de vidrio, laminaciones plásticas o policarbonatos. Estos materiales tienen un acabado liso que facilita que los objetos que impacten el casco resbalen sobre su superficie.

Además, el casco está diseñado con un sistema de amortiguación que restringe la presión ejercida sobre el cráneo”. (Torres, 2017)

Beneficios: “En caso de que ocurra un impacto, distribuye la fuerza a lo largo de la superficie. Los cascos también ofrecen protección contra riesgos eléctricos, exposiciones térmicas y sustancias químicas corrosivas”. (Torres, 2017)

Gráfico 12 Casco de Seguridad



Tomado de la web.

b) Gafas de seguridad

Definición: Las Gafas de seguridad es uno de los equipos de protección personal más indispensables de protección personal ya que protegen los ojos de una gran variedad de

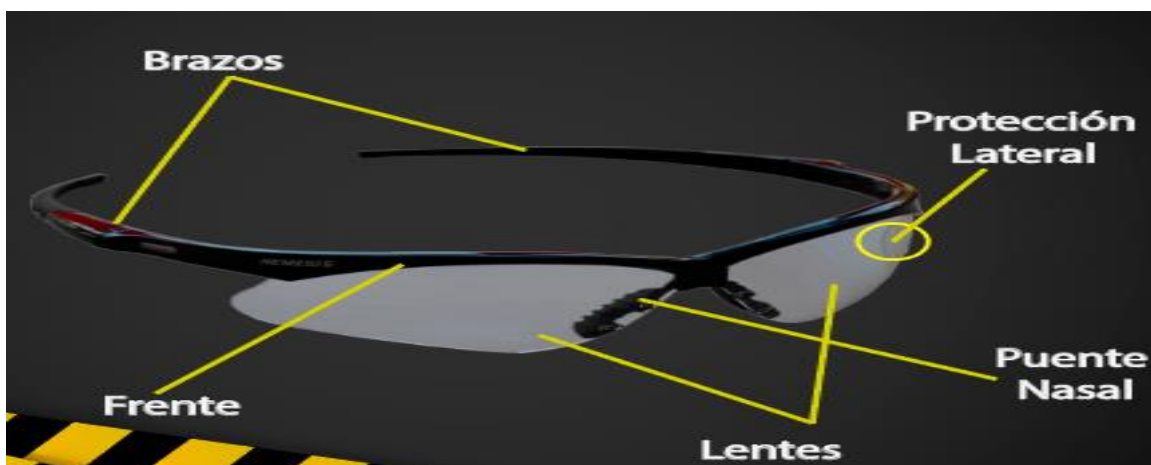
peligros y riesgos.

Características: “El material y la cobertura de los lentes sobre el rostro variarán dependiendo de la tarea a ejecutar por parte del trabajador. Se los fabrica de policarbonato y acetato con protecciones UV”. (Torres, 2017)

Beneficios: “Se recomienda el uso de lentes especiales en caso de que se realicen actividades que impliquen salpicaduras de partículas sólidas a alta velocidad.

También se sugiere su uso al realizar soldaduras, o en caso de estar expuesto a algún tipo de radiación, sustancias químicas o riesgos biológicos”. (Torres, 2017)

Gráfico 13 Gafas de Seguridad



Tomado de la web.

c) Protectores auditivos

Definición: “Los protectores auditivos son equipos de protección personal que ayudan a la atenuación del sonido, reducen los efectos del ruido en la audición y evitan el daño de los oídos”. (Waterfire, 2015)

“El uso de protectores auditivos es de carácter obligatorio si el ambiente laboral está sujeto a niveles de ruido superiores a los 85 decibeles. Este valor es el máximo permitido para niveles normales de audición”. (Torres, 2017)

Características: “Están hechos de una espuma blanda, aunque los hay de silicona, vinilo,

cera, algodón, elastómeros, y otros materiales”. (Eurosone, 2018)

Beneficios: “Estos dispositivos se incrustan en el oído externo, obstruyendo el paso de las ondas sonoras a través del canal de audición”. (Torres, 2017)

Gráfico 14 de Protectores Auditivos



Tomado de la web.

d) Protección Respiratoria

Definición: La protección respiratoria es un equipo que protege el sistema respiratorio de la exposición de agentes contaminantes en forma de partículas pequeñas, gases, polvo, vapores que pueden afectar la salud del trabajador.

Características: “Fabricado con un medio filtrante electrostático, novedoso sistema de retención de partículas que permite mayor eficiencia del filtro con menor caída de presión”. (3M, 2021)

Beneficios: Se emplean como mecanismo de protección para filtrar partículas para que estas no penetren en la nariz o la boca del trabajador. (3M, 2021)

Gráfico 15 Protección Respiratoria



Tomado de la web.

e) Guantes de seguridad

Definición: Son equipos de protección individual más utilizados en toda actividad laboral, estos ofrecen una óptima protección para las manos de los trabajadores contra diversos riesgos como la abrasión, perforación o cortes

Características: “El modelo y el material de elaboración de los guantes dependen específicamente del tipo de protección que proporcionen”. (Duerto, 2021), entre los materiales está el látex, el algodón, el cuero, nitrilo.

Beneficios: “Los guantes protegen a las manos y los antebrazos del trabajador contra riesgos eléctricos, mecánicos, químicos y biológicos”. (Torres, 2017)

Gráfico 16 Guantes de Seguridad



Tomado de la web.

f) Calzado de seguridad

Definición: Este calzado es un equipo de protección especial para las labores en las cuales los trabajadores puedan correr un alto riesgo por el manejo de pesos, productos químicos y descargar eléctricas.

Características: “Para ello las botas de seguridad suelen contar con una estructura a base de cuero grueso y resistente, punta de composite”. (Torres, 2017)

Beneficios: “Este elemento protege los dedos de los pies del trabajador contra el impacto de objetos contundentes, corrientes eléctricas, impactos térmicos, corrosión por químicos o materiales punzantes y/o filosos”. (Torres, 2017)

Gráfico 17 Calzado de Seguridad



Tomado de la web.

3.2 Viabilidad técnica

En la viabilidad técnica hablaremos de la ubicación de la empresa, del tamaño del proyecto y de su constitución de acuerdo al marco legal del país, aquí definiremos, donde se establecerá la empresa, como empezara sus funciones y cuáles serán sus medios que permitan la comercialización y la logística de los productos que la empresa ofertará.

Además, al describir las actividades que se desarrollaran dentro de los procesos nos permitirá determinar los costos que se requiere para la implementación de la empresa, en el

cual nos permitirá establecer el monto de inversión con la que se debe contar y realizar la proyección de presupuesto que nos ayudará a demostrar la viabilidad del proyecto

3.2.1 Estudio de Localización

Este estudio nos permitió analizar algunas alternativas de ubicación. Se eligió un lugar estratégico en la ciudad de Quito, que permite el buen desarrollo de la actividad económica, para ello utilizamos el método de factores ponderados tomando en cuenta los siguientes pasos.

a. Definición de la macro localización.

El proyecto de SISA-GROUP SA. se ubicará en la región sierra del Ecuador, en la provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, debido a que el mercado meta se encuentra en esta ubicación.

b. Definición de la micro localización

Para el análisis se plantea su ubicación en los sectores norte (Calderón), Sur (Villa Flora) y Centro (Iñaquito).

c. Factores más importantes que se deben tomar en cuenta para la selección del lugar ideal.

Facilidad de acceso, seguridad, costo arriendo, disponibilidad de servicios básicos, disponibilidad de infraestructura, transporte.

d. Ponderamos con valor de acuerdo a su importancia

e. Calificación de 1 a 5 donde 5 es lo mejor.

Se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 23 Matriz de Localización

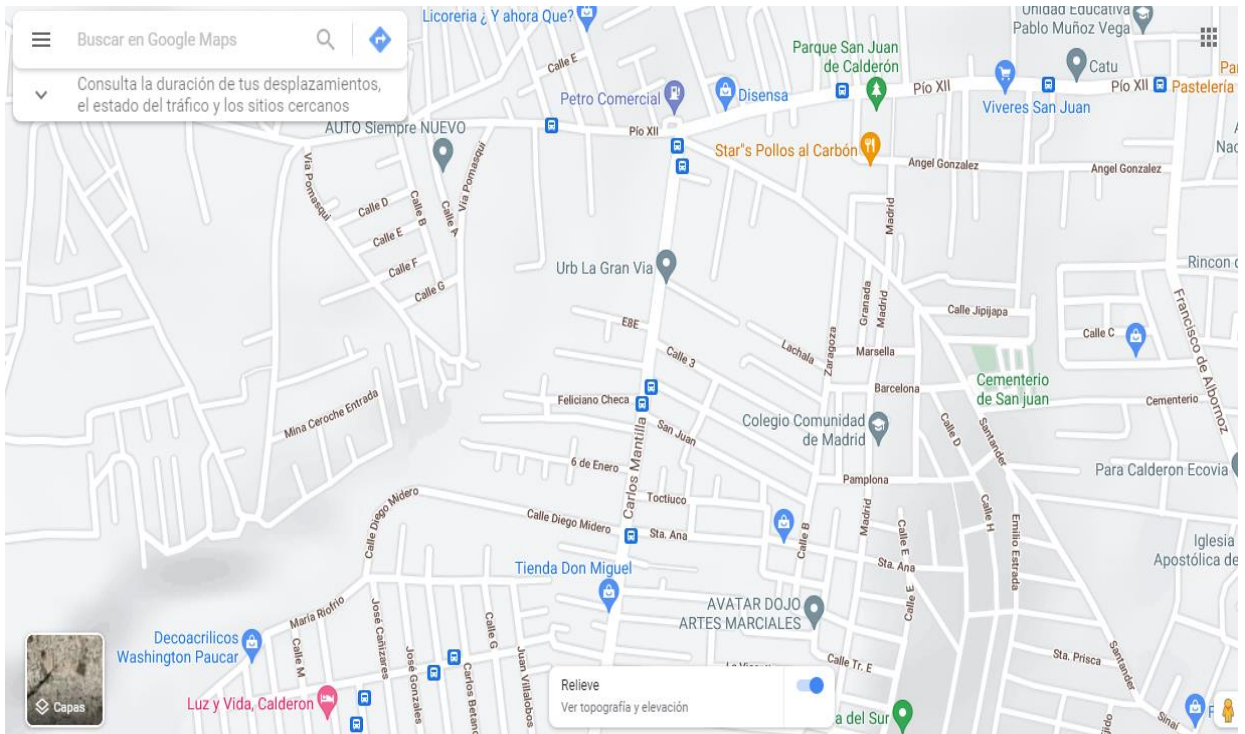
Factor	Puntaje de Localidades			
	Ponderación	Villa Flora	Iñaquito	Calderón
Facilidad de acceso	25	5	5	5
Seguridad	20	3	4	4
Costo arriendo	30	1	1	5
Disponibilidad de servicios básicos	12	5	5	5
Recurso Humano	3	5	5	4
Transporte	10	2	3	5
	100			

Factor	Puntaje de Localidades		
	Villa Flora	Iñaquito	Calderón
Facilidad de acceso	125	125	125
Seguridad	60	80	80
Costo arriendo	30	30	150
Disponibilidad de servicios básicos	60	60	60
Recurso Humano	15	15	12
Transporte	20	30	50
	310	340	477

Autor: Javier Sisa

De acuerdo al análisis realizado se considera que el lugar más apropiado para el establecimiento de la empresa es en la parroquia de Calderón, Sector San José de Moran; zona estratégica que cuenta con alto crecimiento, comercial poblacional e industrial, posee todos los servicios básicos agua, luz, teléfono, internet y energía eléctrica, cuenta con 3 líneas de transporte público y carreteras de primer orden que facilitaran al desarrollo de las operaciones de comercialización y distribución, así como la compra de los productos de seguridad industrial. La dirección exacta del primer local propio es en la Av. Carlos Mantilla y calle tres, a pocos metros de la gasolinera Petro comercial.

Ilustración 3 Localización Empresa Sisa-Group SA



Tomado de la web.

3.2.2 Tamaño del Proyecto

El presente proyecto está basado en la estructura legal, para ello la empresa se constituye como sociedad anónima y el plazo de duración es de 50 años. Su crecimiento dependerá del nivel de ventas que se genere con la comercialización de los productos a ofertar, de las alianzas estratégicas con proveedores y del cálculo estimado de sus ingresos, costos y beneficios futuros procurando la operatividad de la empresa.

La empresa se constituye como sociedad anónima, en donde la responsabilidad de los socios de acuerdo a la ley se limita al capital que han suscrito, su denominación legal es SISA-GROUP SA y su actividad económica es la venta al por mayor y menor de equipos de seguridad industrial.

3.2.3 Conformación de la empresa

“Para la constitución de la compañía es necesario cumplir y obtener varios permisos de los entes de control de Ecuador, entre los cuales podemos nombrar, Superintendencia de

compañías, Servicio de Rentas Internas (SRI), Ministerio del trabajo, Cuerpo de Bomberos y Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, entre otros. La empresa se caracterizará desde sus inicios en cumplir con el marco legal y tributario del país, así como con todas las obligaciones que nacen a partir de su constitución, brindará productos y servicios de calidad para sus clientes y generará plazas de empleo en beneficio del país.” (Información, 2020)

3.2.4 Aspectos jurídicos

La empresa se constituirá con un capital de 2000,00 dólares, conformada por 7 socios. El nombre de la organización es SISA-GROUP SA, el objetivo primordial es la de establecer una empresa solida con reconocimiento en el mercado

“Existe varios tipos de compañías en el Ecuador siendo las más comunes la compañía limitada y la sociedad anónima, en la actualidad la constitución de una empresa en la Superintendencia de Compañías es en línea a través de su portal y puede ser con minuta estándar o propia”. (Superintendencia de Compañías, 2018)

“Constitución en línea es un proceso simplificado que lo realiza el propio ciudadano interesado. Se realiza a través del Portal de Constitución Electrónica, y participan el usuario, el notario, el registrador mercantil, el Servicio de Rentas Internas y la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros”. (Información, 2020)

“El proceso inicia con el usuario llenando la solicitud de constitución de compañías y finaliza cuando la Superintendencia registra información y documentos en la base de datos. Incluye la generación de escrituras por parte del notario, la inscripción de la constitución en Registro Mercantil y la generación del RUC por parte del SRI”. (Información, 2020)

Para constituir electrónicamente la compañía se seguirá las siguientes opciones:

3.2.5 Constitución Electrónica con Minuta Estándar

Para acceder a este tipo de constitución, la compañía cumplió con lo siguiente:

Compañía de tipo anónima.

Compañía con representación legal por parte del Gerente General.

Compañía con aportes en numerario y en especies (excepto automotores y bienes inmuebles).

Minuta de constitución preestablecida por la Superintendencia.

Compañía con domicilio en cualquiera de los cantones habilitados para constitución electrónica.

“Las personas que están obligadas o habilitadas para realizar el trámite son: personas naturales o jurídicas que deseen constituir una compañía de manera electrónica, a través del Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros”. (Superintendencia de Compañías, 2018)

“Para la legalización en la notaria se presenta:

Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)

Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías

Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco

Minuta para constituir la Compañía

Pago derechos Notaría

Luego de elevar la minuta a escritura pública, se debe presentar a la Superintendencia de Compañías:

3 copias certificadas de las Escrituras de constitución

Oficio firmado por el Abogado que suscribe la solicitud (adjuntar cédula y papeleta de votación del abogado)

Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía, para la elaboración del extracto para su publicación con una carta dirigida al Superintendente

La Superintendencia de Compañías en el transcurso de 48 horas responderá sea con oficio

de existir algún error en la escritura o cuando en su objeto se deba obtener otros permisos, de no existir novedades responderá con la resolución

A continuación, se inscribe las escrituras en el registro mercantil, para ello se debe presentar:

Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.

Patente municipal

Certificado de inscripción otorgado por el Municipio

Publicación del extracto

Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes

Inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa, para ello se presentará: acta de junta general en donde se nombran al representante legal y administrador y nombramientos originales de cada uno

Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Superintendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro

La documentación con la que se volverá a re ingresar a la superintendencia de compañías es la siguiente.” (Información, 2020):

“Cedula y papeleta de votación de Gerente y presidente

Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el registro Mercantil

Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía”. (Información, 2020)

3.2.6 Licencia de funcionamiento municipal

“Para desarrollar una actividad comercial en el Distrito Metropolitano de Quito es necesario obtener la licencia o permiso de funcionamiento”. (D.M.Quito, 2021)

“Formulario LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS – LUAE

Copia del RUC

Copia de la Cédula de Identidad y copia de la papeleta de votación del Representante Legal

Informe de Compatibilidad de uso de suelo

Copia de Escritura de Constitución (primera vez)

Requisitos propios para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior”.

(D.M. Quito, 2021)

3.2.7 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

“Para obtener este permiso se contar con los siguientes documentos (Cuerpos de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito)

Solicitud de inspección del local

Informe favorable de la Inspección

Copia del RUC

Copia de la patente municipal”. (D.M. Quito, 2021)

3.2.8 Patente Municipal.

“La Documentación que se debe presentar para obtener la patente y el certificado de existencia legal es:

Formulario de declaración de patente municipal debidamente lleno y suscrito por el representante legal (Éste se puede obtener en la página <https://pam.quito.gob.ec/PAM/>)

Copia de cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal

Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica (en el caso de las empresas nuevas)

Copia del nombramiento del representante legal”. (D.M.Quito, 2021)

3.2.9 Registro patronal Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

“Para la obtener acceso a los servicios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y realizar el registro de sus trabajadores se debe ingresar al portal www.iesgob.ec opción empleadores registrar todos los datos señalados en la misma, una vez finalizado el registro de empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.

Ya registrados los datos en la web se puede acercarse a las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IESS a solicitar la clave de empleador, con los siguientes documentos:

Solicitud de Entrega de Clave (impresión de registro realizado en internet)

Copia del RUC

Copias a color de las cédulas de identidad y papeletas de votación del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave

Copia de pago de un servicio básico (agua, luz o teléfono).

Original de la cédula de ciudadanía

Una vez generada la clave patronal el empleador podrá registrar a sus empleadores dentro de la nómina de colaboradores de su compañía generando los respectivos avisos de entrada para los correspondientes pagos por concepto de aportaciones al IESS”. (IESS, 2021)

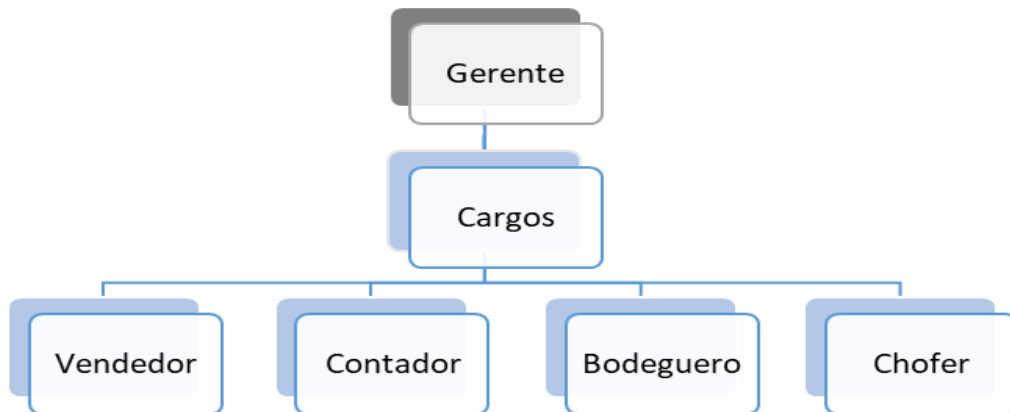
3.2.10 Registro Ministerio de Trabajo

“Se debe obtener la clave del Ministerio de Trabajo ingresar con el usuario y contraseña registrar a cada uno de los trabajadores en el Sistema Único de Trabajo (SUT) se registra todos los datos del nuevo empleado y se obtiene la opción de imprimir el contrato de trabajo. El registro se debe realizar dentro de los 30 días de ingresado el trabajador, caso contrario se genera una multa, por cada mes de atraso, este registro se lo hace a través de la página web del Ministerio de Trabajo”. (MT, 2021)

3.2.11 Ingeniería del Proyecto

Organigrama de la Compañía

Ilustración 4 Organigrama posicional Sisa-Group SA



Autor: Javier Sisa

Visión

Satisfacer en el corto, mediano y largo plazo a los clientes del mercado ecuatoriano con productos de seguridad normados, variados y de alta calidad, generando un crecimiento económico sustentable y sostenible en beneficio de la sociedad y sus colaboradores, que permita gestionar negocios innovadores mediante el uso de la tecnología.

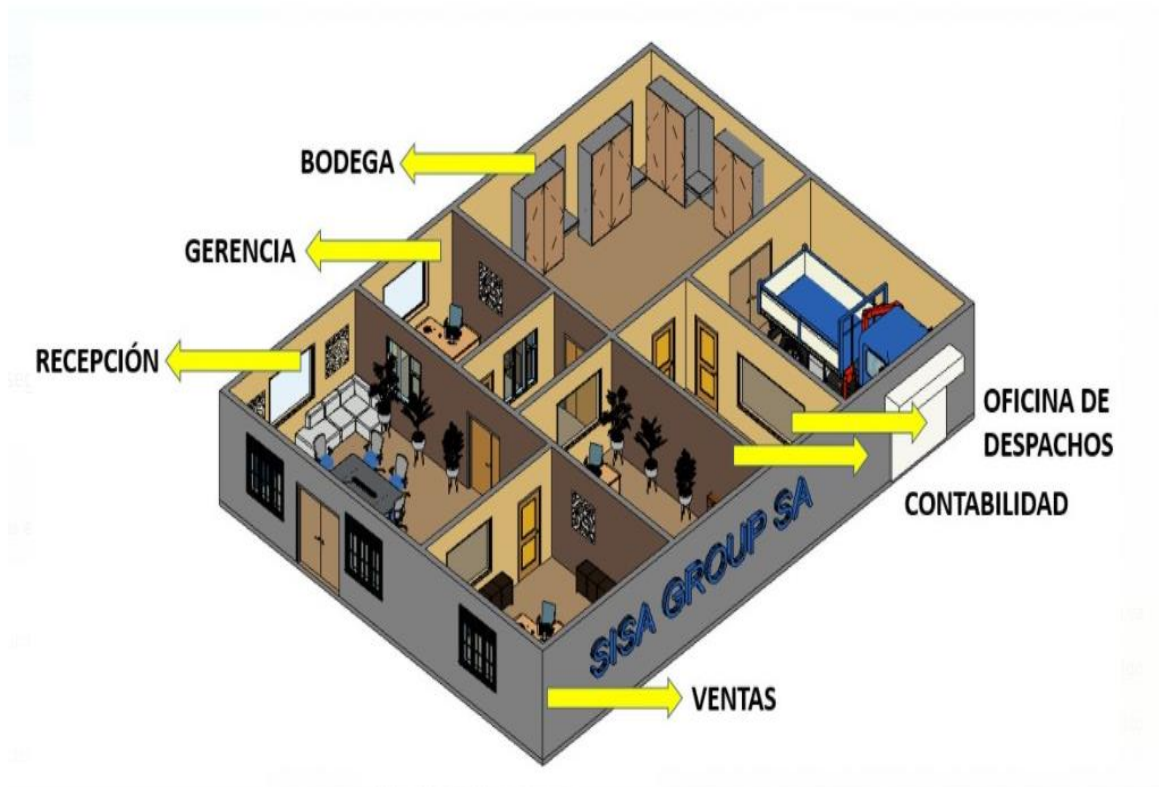
Misión

Contribuir al país con la generación de nuevas fuentes de empleo y satisfacer a los consumidores con la comercialización de productos de protección industrial de calidad garantizado el cuidado del trabajador e incrementando su productividad.

Eslogan

Su eslogan es SEGURIDAD INDUSTRIAL A SU ALCANCE.

Infraestructura



Autor: Javier Sisa

Políticas: entre las principales políticas de la empresa están:

Utilización tecnológica moderna para el rendimiento eficiente en sus actividades económicas.

Garantizar las obligaciones contraídas a corto, mediano y largo plazo con todos sus proveedores

Estar al servicio de nuestros clientes fomentando una cultura de calidad.

Estar comprometidos siempre con la sociedad, el medio ambiente y la seguridad de nuestros colaboradores

Cargos de la empresa. - los principales son:

Gerente: persona responsable de planear y dirigir el trabajo del grupo de empleados de la empresa, se encarga de monitorear su desempeño y tomar acción correctiva cuando es

necesario.

Vendedor: será el encargado de la facturación, atención al cliente, gestión de cobranzas, buscar acuerdos comerciales, establecer objetivos de ventas, planificar estrategias para fidelizar un consumidor, investigar al cliente, conocer al detalle los productos, el mercado y su competencia.

Contador: sus funciones es el registro contable de ingresos y egresos, elaboración balances y la tributación, clasificar las transacciones realizadas por la empresa, su objetivo es la de proporcionar información valiosa y oportuna para la toma de decisiones.

Bodeguero: sus funciones es el manejo adecuado de los productos y el inventario, tiene que garantizar la recepción, almacenamiento y distribución de los artículos para la venta. Sera el encargado de determinar la necesidad del producto, su cotización, manejo de proveedores y de inventarios.

Chofer: su función es conducir bajo condiciones de óptima seguridad entregar de forma oportuna y eficiente la mercadería tanto en las instalaciones de la empresa como en el domicilio de los clientes.

Tabla 24 Proceso de Compra y Comercialización de Productos

PROCESO DE COMPRA Y COMERCIALIZACION PRODUCTOS	
PROCESO	ACTIVIDAD
a. Marketing y Preventa	1. Preventa en local y redes sociales 2. Captación de clientes
b. Gestión de Pedidos	Recepción de orden de Pedido
c. Compra	Emitir orden de Compras a Proveedores locales
d. Bodegaje	Recepción y verificación de documentos de compra y manejo de mercadería adquirida, para su ingreso a sistema contable.
e. Venta	Facturación clientes,
f. Logística	1. Despacho de Mercadería 2. Distribución de Mercadería
g. Servicio posventa	Recepción de documentos, recepción de reclamos y entrega a contabilidad
h. Contabilidad	Recepción, manejo y administración de documentos, contabilización de pagos, manejo de cartera

Autor: Javier Sisa

La empresa ejecutara varios procesos para garantizar la comercialización de los productos de seguridad industrial.

Ilustración 5 Diagrama de Procesos de Compra y Venta de Productos

DIAGRAMA DE PROCESOS DE COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS

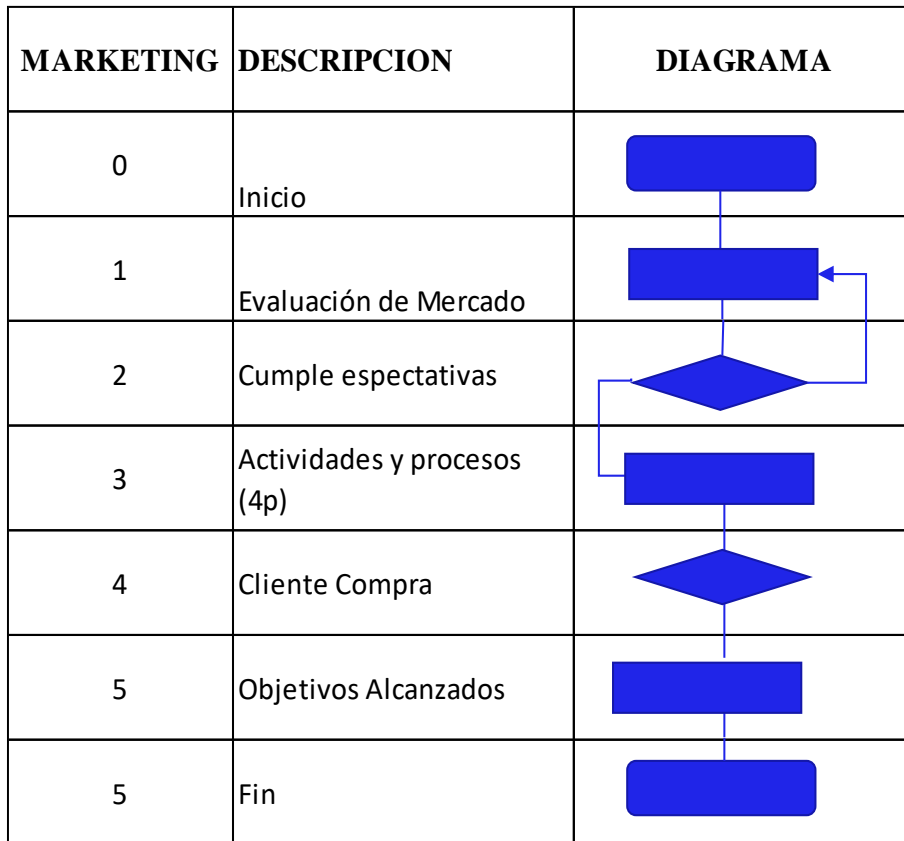
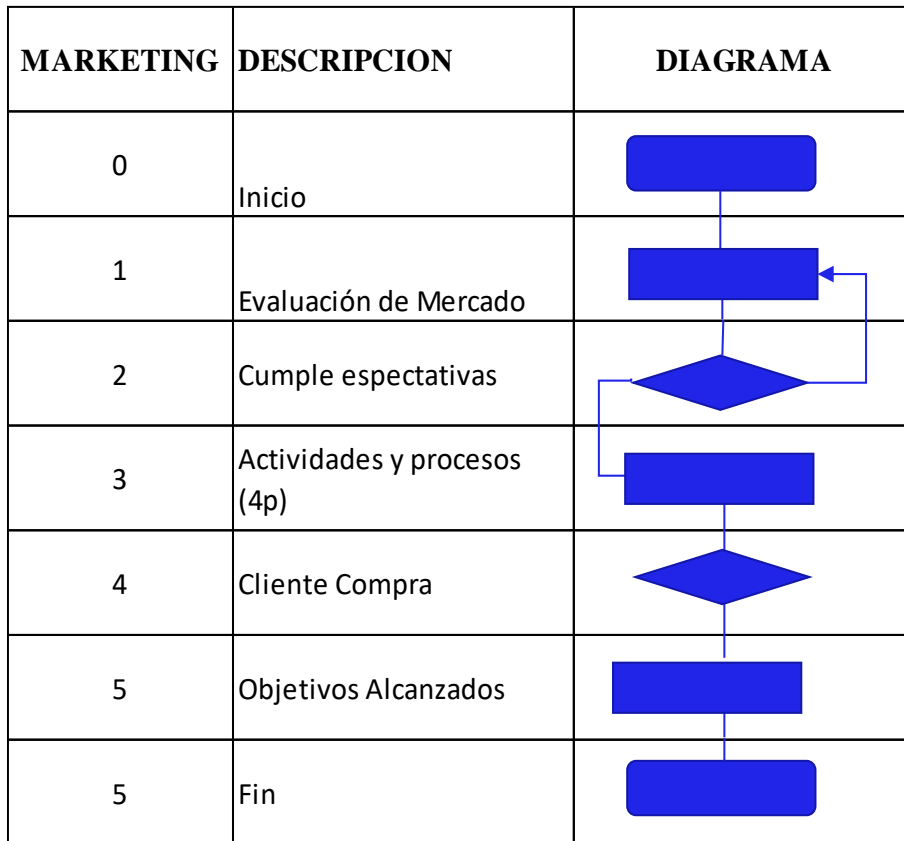
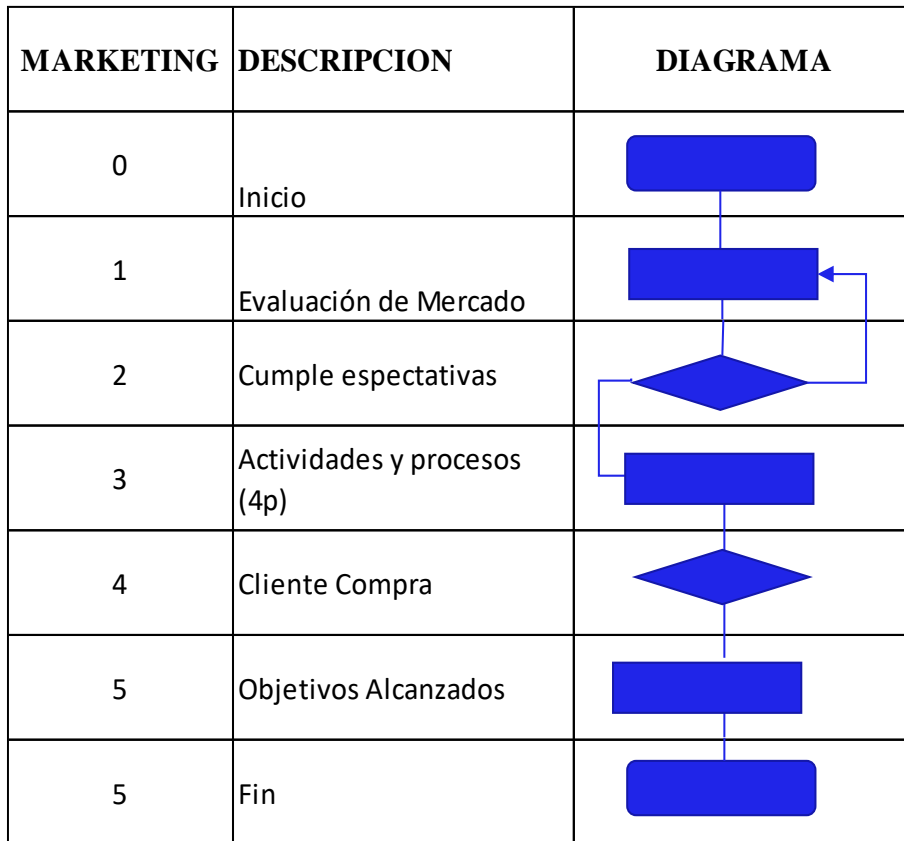
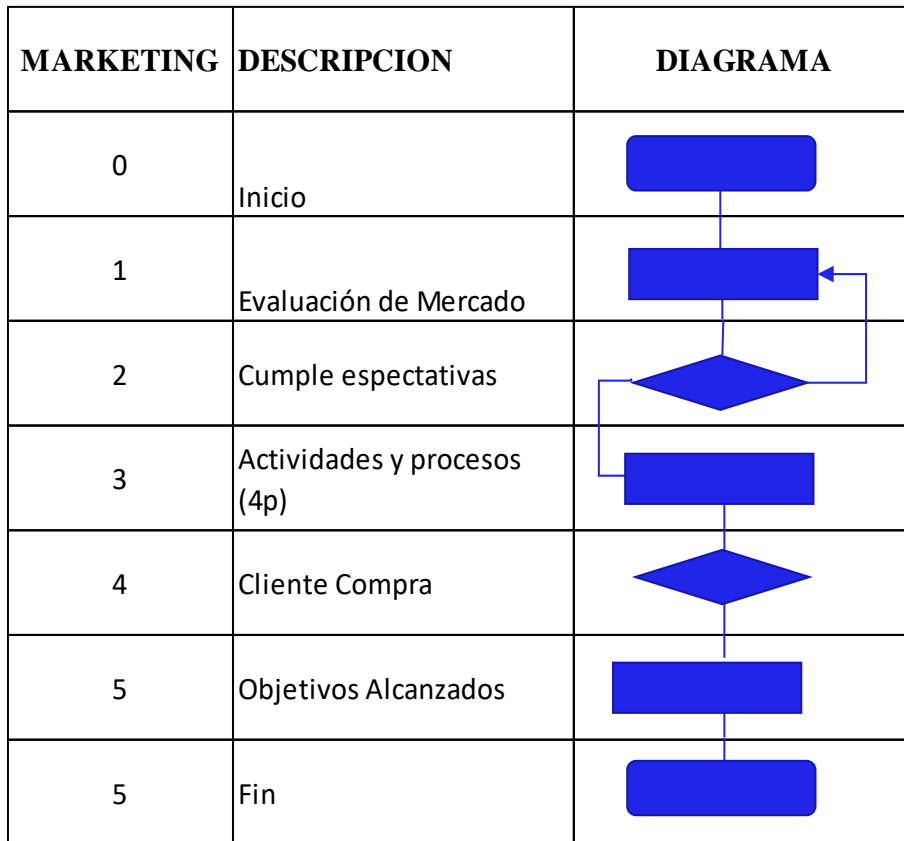
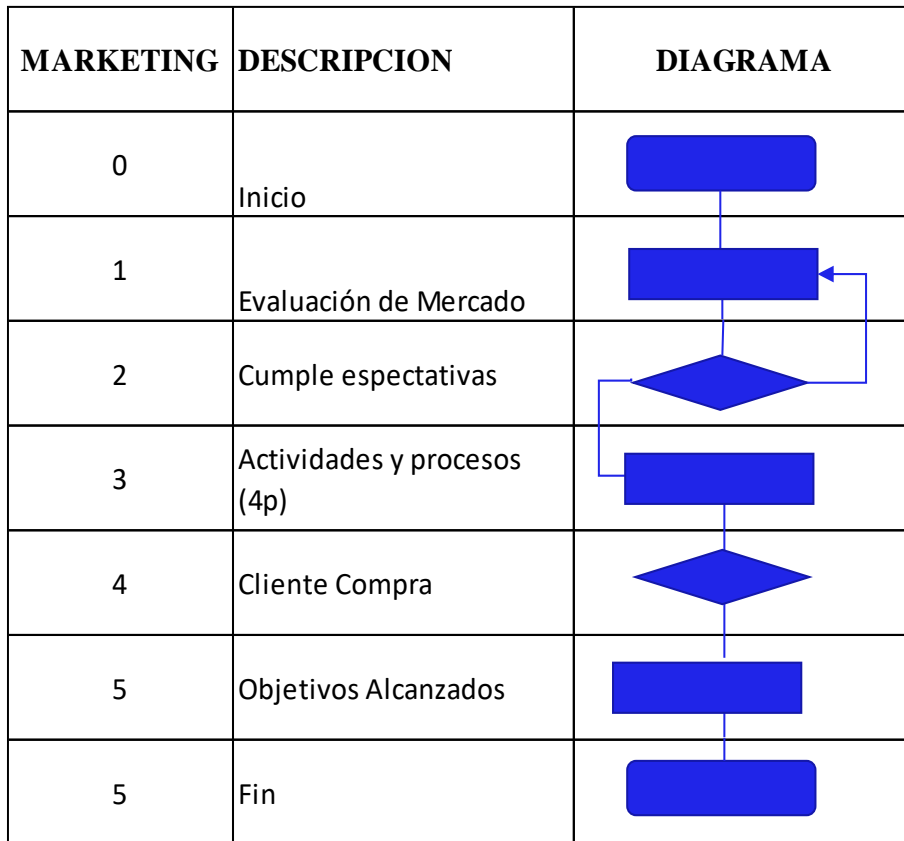
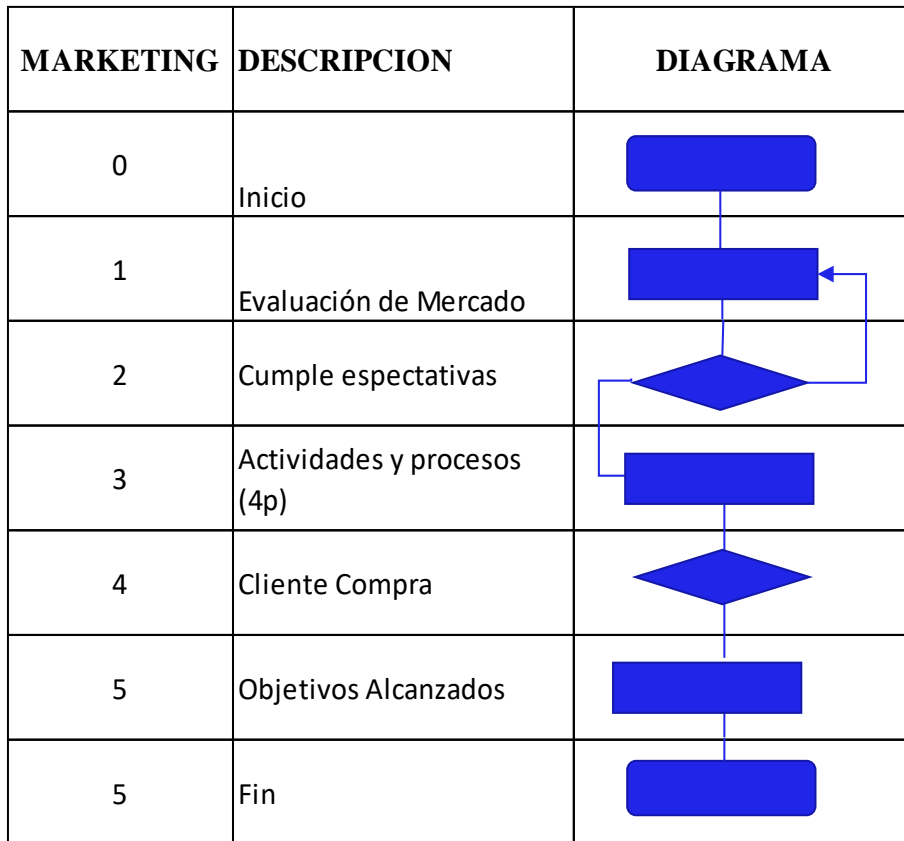
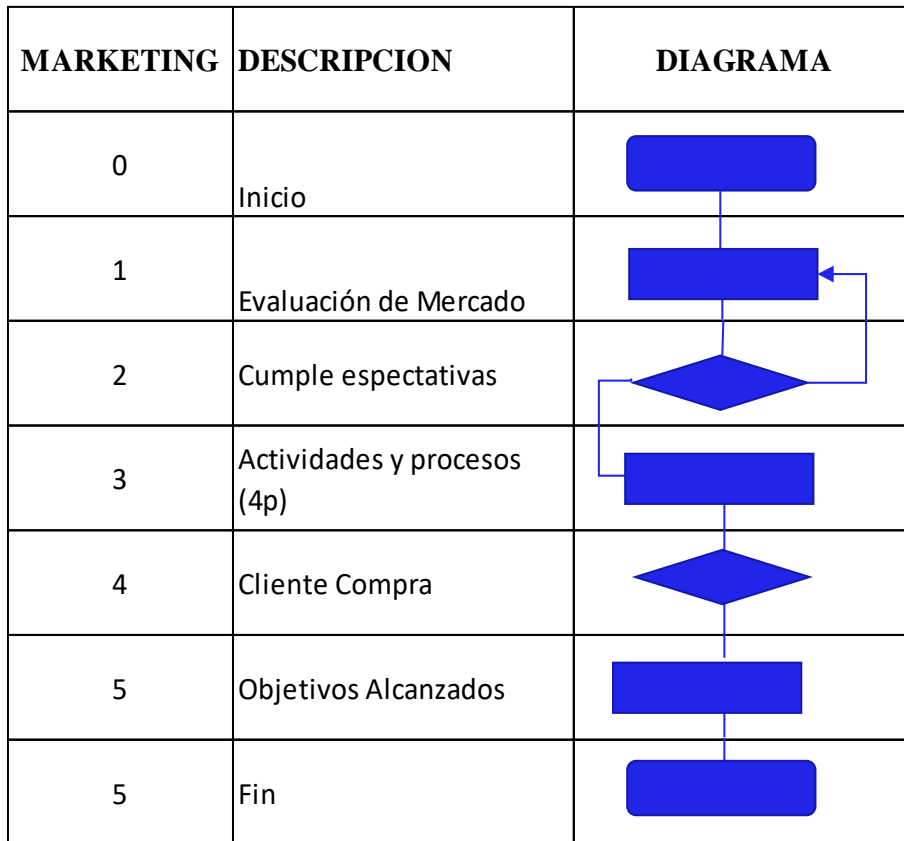
NUMERO DE PROCESO	DESCRIPCION	DIAGRAMA
0	Inicio	
1	Marketing y Preventa	
2	Gestión de Pedidos	
3	Compra	
4	Bodegaje	
5	Venta	
6	Logística	
7	Servicio posventa	
8	Contabilidad	
9	Fin	

Autor: Javier Sisa

Se detalla a continuación los procesos de la empresa y empezaremos con el más importante que es el de llegar al cliente a través del marketing.

Detalle Proceso de Marketing

Ilustración 6 Diagrama de Proceso de marketing

MARKETING	DESCRIPCION	DIAGRAMA
0	Inicio	
1	Evaluación de Mercado	
2	Cumple expectativas	
3	Actividades y procesos (4p)	
4	Cliente Compra	
5	Objetivos Alcanzados	
5	Fin	

Autor: Javier Sisa

Luego de realizar la gestión del marketing y la captación de los pedidos por parte de nuestros clientes pasaremos al detalle del proceso de compra de mercadería para posteriormente recibirla en la bodega y proceder a la venta de la mercadería.

Detalle Proceso de compra

Ilustración 7 Diagrama de Proceso de compra








COMPRA	DESCRIPCION	DIAGRAMA
0	Inicio	
1	Emision de Pedido	
2	Solicitar Cotización	
3	Enviar Cotizacion	
4	Evaluar Cotizaciones	
5	Crear orden de Compra	
6	Compra	
7	Recepcion de Mercadería y documentos	
8	Registro de Documentos	
9	Contabilidad	
10	Fin	

Autor: Javier Sisa

El proceso de compra identificara los requerimientos de los clientes, solicitará cotizaciones a proveedores y aprobara los presupuestos para realizar las compras, se encargará de la negociación de los productos necesarios.

Detalle Proceso de Bodega

Ilustración 8 Diagrama de Proceso de bodega

BODEGA	DESCRIPCION	DIAGRAMA
0	Inicio	
1	Recepcion de Pedidos	
2	Verificacion de Mercadería	
3	Perchar la Mercadería	
4	Recepción de Facturas de venta	
5	Despachar Mercadería	
5	Fin	

Autor: Javier Sisa

La bodega se encargará de la recepción de la documentación legal de la mercadería, la recepción y verificación del estado de los productos y será el encargado de notificar las novedades al departamento de compras.

Detalle Proceso de Venta

Ilustración 9 Detalle proceso de Venta

NUMERO DE PROCESO	DESCRIPCION	DIAGRAMA
0	Inicio	
1	Atención al cliente	
2	Recepcion de Pedidos	
3	Verificacion de existencias	
4	Facturación	
5	Cobranzas	
6	Despachos y Logistica	
9	Entrega de documentos Contabilidad	
10	Fin	

Autor: Javier Sisa

Las ventas se las realizara previa recepción de los pedidos por parte de los clientes, se debe verificar la existencia de la mercadería para lo cual se cuenta con un sistema contable y la información veras y oportuna del departamento de bodega.

3.3 Viabilidad Financiera / Económica

La viabilidad financiera trata el análisis para determinar la existencia de suficientes recursos económicos para cubrir los gastos y las inversiones que implica la puesta en marcha de la empresa.

3.3.1 Inversión propiedad planta y equipo y capital suscrito y pagado

Tabla 25 Inversión en Propiedad, Planta y Equipo

INVERSION PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO				
ACTIVO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
EDIFICIOS	LOCALCOMERCIAL	1	43,000.00	43,000.00
EQUIPOS DE COMPUTACION	LAPTOS	2	500.00	1,000.00
	IMPRESORAS	2	250.00	500.00
VEHICULOS	CAMIONETA DMAX	1	29,999.00	29,999.00
MUEBLES Y ENSERES	ESTACION DE TRABAJO Y SILLAS	6	200.00	1,200.00
	CAJA	1	300.00	300.00
	EXIBIDORES	3	500.00	1,500.00
TOTAL PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO				77,499.00
CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO				2,000.00
TOTAL INVERSION				79,499.00

Autor: Javier Sisa

La empresa se constituirá con un capital de 2000 dólares y como sociedad anónima, se está gestionando la compra de un local comercial con un costo de 43000.00 dólares y la de una camioneta con un valor de 29999 dólares, con opción de compra de otro vehículo para la comercialización y distribución de los productos a ofertarse. En equipos de computación y muebles de trabajo se invertirá 4500.00 dólares. La Inversión total y el capital de trabajo asciende a 79499.00 dólares asumida por los socios para poner en marcha el negocio; el aporte de los socios estará dentro del patrimonio como futuras capitalizaciones.

4. Presupuestos

4.1.1 Capital de trabajo

El capital de trabajo al inicio de las actividades es de 5214.18 y está conformado por su activo corriente menos el pasivo corriente que correspondiente al capital suscrito más el Impuesto al Valor Agregado (IVA) por la adquisición de la camioneta, en el caso de que los recursos monetarios no sean suficientes para el funcionamiento óptimo de la empresa buscaremos financiamientos a corto plazo.

Costos y Gastos para establecerlos se determinará los presupuestos que garanticen su

operatividad, los gastos representan los valores pagados por los bienes adquiridos y servicios recibidos necesarios para sus operaciones y mantener el buen funcionamiento. Existen gastos de administración, de ventas y financieros. Para el presupuesto de ventas se determinará los ingresos con los cuales se debe contar para cualquier acción económica en la empresa.

4.1.2 Sueldos y Salarios

Tabla 26 Sueldos Administrativos

SUELDOS MENSUAL EMPRESA SISA-GROUP SA ADMINISTRATIVO										
Datos Generales				Provisión de beneficios sociales						
#	Empleado	Departamento	Días	SUELDO MENSUAL	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo	Aportes Patronales	Vacaciones	Fondos de reserva	Total Sueldos
1	GERENTE	GERENCIA	30	810.00	67.50	33.33	98.42	22.58	0.00	1031.83
2	CONTADOR	CONTABILIDAD	30	625.17	52.10	33.33	75.96	23.97	0.00	810.53
3	BODEGUERO	BODEGA	30	575.17	47.93	33.33	69.88	23.97	0.00	750.28
4	CHOFER	LOGISTICA	30	575.17	47.93	33.33	69.88	23.97	0.00	750.28
									TOTAL	3342.92

Autor: Javier Sisa

Tabla 27 Sueldos Ventas

SUELDOS MENSUAL EMPRESA SISA-GROUP SA VENTAS										
Datos Generales				Provisión de beneficios sociales						
#	Empleado	Departamento	Días	SUELDO MENSUAL	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo	Aportes Patronales	Vacaciones	Fondos de reserva	Total Sueldos
1	VENDEDOR	VENTAS	30	960.00	80.00	33.33	116.64	18.75	0.00	1208.72
									TOTAL	1208.72

Autor: Javier Sisa

El gasto de sueldos y salarios en el primer período de funcionamiento de la compañía se clasifica en administrativo y de ventas, el total de este rubro para el departamento administrativo es de 3342.92 dólares mensuales, frente al sueldo de venta que es de 1208.72 dólares mensuales, para el segundo año se estima un crecimiento del 5% y se toma en consideración el pago de los fondos de reserva para las personas que laboren más de un año

en la empresa.

Tabla 28 Sueldo Total Mensual

SUELDOS EMPRESA SISA-GROUP SA

Datos Generales				Provisión de beneficios sociales					Total Sueldos
#	Empleado	Departamento	Días	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo	Aportes Patronales	Vacaciones	Fondos de reserva	
1	GERENTE	GERENCIA	30	67.50	33.33	98.42	22.58	0.00	1031.83
2	CONTADOR	CONTABILIDAD	30	52.10	33.33	75.96	23.97	0.00	810.53
3	VENDEDOR	VENTAS	30	80.00	33.33	116.64	18.75	0.00	1208.72
4	BODEGUERO	BODEGA	30	47.93	33.33	69.88	23.97	0.00	750.28
5	CHOFER	LOGISTICA	30	47.93	33.33	69.88	23.97	0.00	750.28
								TOTAL	4551.64

Autor: Javier Sisa

El total mensual en general de sueldos y salarios será de 4551.64 dólares.

Tabla 29 Proyección de Sueldos

SUELDOS EMPRESA SISA-GROUP SA

Datos Generales				PROYECCION							
#	Empleado	Departamento	Días	Total Sueldos	TOTAL SUELDO 2021	FONDOS DE RESERVA	TOTAL CON FONDOS DE RESERVA	2022	2023	2024	2025
1	GERENTE	GERENCIA	30	1031.83	12381.90	1031.41	13413.31	14083.98	14788.18	15527.59	16303.96
2	CONTADOR	CONTABILIDAD	30	810.53	9726.31	810.20	10536.51	11063.33	11616.50	12197.33	12807.19
3	VENDEDOR	VENTAS	30	1208.72	14504.64	1208.24	15712.88	16498.52	17323.45	18189.62	19099.10
4	BODEGUERO	BODEGA	30	750.28	9003.41	749.98	9753.39	10241.06	10753.11	11290.77	11855.31
5	CHOFER	LOGISTICA	30	750.28	9003.41	749.98	9753.39	10241.06	10753.11	11290.77	11855.31
				4551.64	54619.66	4549.82	59169.48	62127.96	65234.35	68496.07	71920.87

Autor: Javier Sisa

Para las proyecciones de sueldos de la empresa se tomó en consideración los fondos de reserva que de acuerdo al código de trabajo les corresponde a los trabajadores que cumple más de un año de trabajo y el incremento salarial se considera en un 5% anual.

4.1.3 Gastos Generales

Tabla 30 Gastos Generales

Gastos Generales SISA GROUP S.A.						
Cuenta	Mensual	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Gastos Administrativos						
Sueldos Administrativos	3342.92	40115.02	45629.44	45629.44	45629.44	45629.44
Combustible	255.00	3060.00	3213.00	3373.65	3542.33	3719.45
Servicios básicos	75.00	900.00	945.00	992.25	1041.86	1093.96
Internet	34.00	408.00	428.40	449.82	472.31	495.93
Celulares	48.00	576.00	604.80	635.04	666.79	700.13
Mantenimientos	198.00	2376.00	2494.80	2619.54	2750.52	2888.04
Utiles y suministros de oficina	45.00	540.00	567.00	595.35	625.12	656.37
Poliza de Seguro	77.00	924.00	970.20	1018.71	1069.65	1123.13
Sistema Contable	50.00	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
Gasto Constitución	700.00	700.00				
Depreciación	692.25	8306.96	8306.96	8306.96	8306.96	8306.96
Varios	100.00	1200.00	1260.00	1323.00	1389.15	1458.61
Total	5617.17	59705.99	65049.60	65605.26	66188.70	66801.32
Gasto de Ventas						
Sueldo de Ventas	1208.72	14504.64	16498.52	16498.52	16498.52	16498.52
Publicidad y Promoción	50.00	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
Encomendas	80.00	960.00	1008.00	1058.40	1111.32	1166.89
Celulares	48.00	576.00	604.80	635.04	666.79	700.13
Varios	100.00	1200.00	1260.00	1323.00	1389.15	1458.61
Total	1486.72	17840.64	20001.32	20176.46	20360.36	20553.45

Autor: Javier Sisa

Los gastos generales que tiene que cubrir mensualmente la compañía se dividen en gastos administrativos por 5617.17 dólares mensuales dándonos un total de 59705.99 dólares para el primer año, los gastos de ventas ascienden a 1486.72 dólares mensuales con un total de 17840.64 para el periodo inicial, se estima de crecimiento del 5% para los siguientes años.

4.1.4 Depreciación Propiedad, Planta y Equipo

Tabla 31 Depreciación de Propiedad, Planta y Equipo

DEPRECIACION PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO						
ACTIVO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO	TOTAL	AÑOS DE VIDA	DEPRECIACION ANUAL 2021
EDIFICIOS	LOCAL COMERCIAL	1	43,000.00	43,000.00	20	2150.00
EQUIPOS DE COMPUTACION	LAPTOS	2	500.00	1,000.00	3	333.33
	IMPRESORAS	2	250.00	500.00	3	166.67
VEHICULOS	CAMIONETA DMAX	1	26,784.82	26,784.82	5	5356.96
MUEBLES Y ENSERES	ESTACION DE TRABAJO Y SILLAS	6	200.00	1,200.00	10	120.00
	CAJA	1	300.00	300.00	10	30.00
	EXIBIDORES	3	500.00	1,500.00	10	150.00
TOTAL				74,284.82		8306.96

Autor: Javier Sisa

Para esta cuenta la empresa toma en consideración los porcentajes establecidos por ley y

de acuerdo a los años de vida de los activos fijos, con la finalidad de ser reemplazados por su desgaste y pérdida de valor. Los equipos que más rápido se deprecian son los equipos de computación, seguido por los vehículos, por lo cual es prescindible llevar un adecuado registro.

Tabla 32 Presupuesto total de Gastos

PRESUPUESTO TOTAL SISA GROUP S.A.

Cuenta	Mensual	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Gastos Administrativos						
Sueldos Administrativos	3342.92	40115.02	45629.44	45629.44	45629.44	45629.44
Combustible	255.00	3060.00	3213.00	3373.65	3542.33	3719.45
Servicios básicos	75.00	900.00	945.00	992.25	1041.86	1093.96
Internet	34.00	408.00	428.40	449.82	472.31	495.93
Celulares	48.00	576.00	604.80	635.04	666.79	700.13
Mantenimientos	198.00	2376.00	2494.80	2619.54	2750.52	2888.04
Útiles y suministros de oficina	45.00	540.00	567.00	595.35	625.12	656.37
Poliza de Seguro	77.00	924.00	970.20	1018.71	1069.65	1123.13
Sistema Contable	50.00	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
Gasto Constitución	700.00	700.00				
Depreciación	692.25	8306.96	8306.96	8306.96	8306.96	8306.96
Varios	100.00	1200.00	1260.00	1323.00	1389.15	1458.61
Total	5617.17	59705.99	65049.60	65605.26	66188.70	66801.32
Gasto de Ventas						
Sueldo de Ventas	1208.72	14504.64	16498.52	16498.52	16498.52	16498.52
Publicidad y Promoción	50.00	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
Encomiendas	80.00	960.00	1008.00	1058.40	1111.32	1166.89
Celulares	48.00	576.00	604.80	635.04	666.79	700.13
Varios	100.00	1200.00	1260.00	1323.00	1389.15	1458.61
Total	1486.72	17840.64	20001.32	20176.46	20360.36	20553.45
TOTAL	7103.89	77546.63	85050.92	85781.72	86549.06	87354.77

Autor: Javier Sisa

Los gastos presupuestados para el normal desarrollo de la empresa de manera mensual se estiman en 7103.89 dólares, con un gran total de 77546.63 dólares para el año 2021 y se estima con una variación del 5% para los años siguientes.

4.1.5 Presupuesto de Ventas año

Para establecer el presupuesto de ventas se determinó el número de clientes potenciales, establecidos de acuerdo a la información obtenida en las encuestas y que es de 17063 de un total de 23855 empresas, para nuestro estudio se establece un mercado meta inicial de 306 empresas que representa el 1.28% de los posibles clientes potenciales.

Tabla 33 Proyección del Mercado Meta

Tamaño de empresa	Promedio de empleados	Precio dotación básica	Precio por promedio de empleados expresado en dólares	Número de Empresas	Número de Empleados	Precio por número de empleados expresado en dólares	Mercado Meta Expresado en Empresas	Mercado Meta Expresado en # de Empleados
Microempresa	5	94.73	473.63	6977	34885	3304501.33	89	447
Pequeña Empresa	25	94.73	2368.14	13761	344025	32587962.43	177	4413
Mediana Empresa	75	94.73	7104.42	2178	163350	15473421.01	28	2095
Grandes Empresas	200	94.73	18945.11	939	187800	17789461.07	12	2409
			28891.30	23855	730060	69155345.84	306	9364

Empresas Meta	306	Porcentaje	1.28%	Unidades promedio a vender	780
---------------	-----	------------	-------	----------------------------	-----

Autor: Javier Sisa

Las 306 empresas representan un mercado meta de 9464 trabajadores y para nuestro estudio se elaboro un listado estimado de productos a vender de forma mensual y que representa de 780 unidades en promedio, cantidad en ventas que nos permitirán cubrir nuestros costos y gastos.

Tabla 34 Presupuesto de Ventas año 1

PRODUCTOS	PVP	UNIDADES	COSTO DE VENTAS	VENTA MENSUAL	COSTO DE VENTAS ANUAL	TOTAL VENTAS ANUAL
CASCOS	4.22	780	2940.60	3293.47	35287.20	39521.66
GAFAS	1.28	780	890.01	996.81	10680.13	11961.75
PANTALONES	9.50	780	6614.40	7408.13	79372.80	88897.54
CAMISAS	9.50	780	6614.40	7408.13	79372.80	88897.54
ZAPATOS DE TRABAJO	47.04	780	32760.00	36691.20	393120.00	440294.40
GUANTES	3.23	780	2246.40	2515.97	26956.80	30191.62
Otros (Ares, impermeables,	37.56	780	26159.83	29299.01	313917.95	351588.10
		TOTAL	78225.64	87612.72	938707.68	1051352.60

Autor: Javier Sisa

Con el objetivo de financiar los desembolsos de dinero la empresa presupuesta que necesita el ingreso mensual de 87612.72 dólares y al año de 1051352.60 dólares.

4.1.6 Estado de Situación Financiera

Presentamos el Estado de Situación Financiera con el que comenzara la empresa SISA-GROUP SA sus actividades para el año 2021, en este podemos observar que la empresa comienza sus operaciones con un activo de 79499. Cuenta con una inversión inicial de 43000 dólares en Edificios, y vehículos por 26784 rubros significativos para empezar de forma veraz y oportuna las operaciones. El aporte corresponde en su totalidad a aportes de los socios.

Tabla 35 Estado de Situación Financiera

SISA GROUP S.A.
Estado de Situación Financiera
AL 1 de enero de 2021

1	Activos	79,499.00
1.1	Activo Corriente	5,214.18
1.1.1	Efectivo y Equivalentes a Efectivo	2,000.00
1.1.1.1	Caja	0.00
1.1.1.3	Bancos	2,000.00
1.1.1.3.1	Banco Produbanco Cta Cte 2005276744	2,000.00
1.1.5.1	IVA sobre Compras	3,214.18
1.1.5.1.1	IVA sobre Compras	3,214.18
1.2	Activos No Corrientes	74,284.82
1.2.1	Propiedad, Planta y Equipos	74,284.82
1.2.1.1	Edificios	43,000.00
1.2.1.2	Equipos de Computación	1,500.00
1.2.1.3	Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	26,784.82
1.2.1.4	Muebles y Enseres	3,000.00
2	Pasivos	0.00
2.1	Pasivo Corriente	0.00
2.2	Pasivo No Corriente	0.00
3	Patrimonio	79,499.00
3.1	Patrimonio Atribuible a Propietarios	79,499.00
3.1.1	Capital Social	79,499.00
3.1.1.1	Capital Social suscrito o pagado	2,000.00
3.1.1.2	Aporte Socios Futuras capitalizaciones	77,499.00

El Patrimonio de la compañía corresponde al capital conformado en su 100% por aportaciones de los socios, 2000 dólares de capital suscrito y pagado y 77499 en aportes para futuras capitalizaciones. Para puesta en marcha de la empresa no se ha generado préstamos bancarios, pero no se descarta esta opción en un futuro, todo dependerá de su parte financiera y administrativa.

4.1.7 Estado de Resultados Projectado

Tabla 36 Estado de Resultados Projectado

A continuación, se presenta el Estado de Resultados año 2021 y proyectado para los siguientes años.

ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1 DE ENERO DE 2021 AL 31 DICIEMBRE 2026
EXPRESADO EN DOLARES

PERIODOS	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
VENTAS	1,051,352.60	1,103,920.23	1,159,116.24	1,217,072.06	1,277,925.66
(-) COSTO DE VENTAS	938,707.68	985,643.06	1,034,925.22	1,086,671.48	1,141,005.05
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	112,644.92	118,277.17	124,191.03	130,400.58	136,920.61
(-) GASTOS OPERACIONALES	77,546.63	85,050.92	85,781.72	86,549.06	87,354.77
GASTOS DE ADMINISTRACION	59,705.99	65,049.60	65,605.26	66,188.70	66,801.32
Sueldos Administrativos	40,115.02	45,629.44	45,629.44	45,629.44	45,629.44
Combustible	3,060.00	3,213.00	3,373.65	3,542.33	3,719.45
Servicios básicos	900.00	945.00	992.25	1,041.86	1,093.96
Internet	408.00	428.40	449.82	472.31	495.93
Celulares	576.00	604.80	635.04	666.79	700.13
Mantenimientos	2,376.00	2,494.80	2,619.54	2,750.52	2,888.04
Utiles y suministros de oficina	540.00	567.00	595.35	625.12	656.37
Poliza de Seguro	924.00	970.20	1,018.71	1,069.65	1,123.13
Sistema Contable	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
Gasto Constitución	700.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación	8,306.96	8,306.96	8,306.96	8,306.96	8,306.96
Varios	1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61
GASTOS DE VENTAS	17,840.64	20,001.32	20,176.46	20,360.36	20,553.45
Sueldo de Ventas	14,504.64	16,498.52	16,498.52	16,498.52	16,498.52
Publicidad y Promoción	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
Encomiendas	960.00	1,008.00	1,058.40	1,111.32	1,166.89
Celulares	576.00	604.80	635.04	666.79	700.13
Varios	1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	35,098.29	33,226.25	38,409.31	43,851.52	49,565.84
(-) GASTOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=)UTILIDAD ANTES DE PAGO A TRABAJADORES	35,098.29	33,226.25	38,409.31	43,851.52	49,565.84
15% A TRABAJADORES	5,264.74	4,983.94	5,761.40	6,577.73	7,434.88
(=) UTILIDAD GRAVABLE	29,833.55	28,242.31	32,647.91	37,273.79	42,130.96
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$7,458	\$7,061	\$8,162	\$9,318	\$10,533
(=) UTILIDAD NETA	22,375.16	21,181.73	24,485.93	27,955.34	31,598.22

Autor: Javier Sisa

Este estado corresponde a las proyecciones desde el 1 de enero 2021 al 31 de diciembre del año 2022 de los cuales se depende para cumplir con el objetivo de la empresa que es la de obtener beneficios económicos sustentables en el tiempo.

4.1.8 Flujo de Caja

Tabla 37 Flujo de Caja Proyectado

A continuación, se presenta los flujos de efectivo proyectados para los próximos 5 años con una inversión inicial de 74284.82 dólares.

**ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1 DE ENERO DE 2021 AL 31 DICIEMBRE 2026
EXPRESADO EN DOLARES**

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
VENTAS		1,051,352.60	1,103,920.23	1,159,116.24	1,217,072.06	1,277,925.66
(-) COSTO DE VENTAS		938,707.68	985,643.06	1,034,925.22	1,086,671.48	1,141,005.05
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		112,644.92	118,277.17	124,191.03	130,400.58	136,920.61
(-) GASTOS OPERACIONALES		77,546.63	85,050.92	85,781.72	86,549.06	87,354.77
GASTOS DE ADMINISTRACION		59,705.99	65,049.60	65,605.26	66,188.70	66,801.32
GASTOS DE VENTAS		17,840.64	20,001.32	20,176.46	20,360.36	20,553.45
(=)UTILIDAD OPERACIONAL		35,098.29	33,226.25	38,409.31	43,851.52	49,565.84
(-) GASTOS FINANCIEROS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=)UTILIDAD ANTES DE PAGO A TRABAJADOR		35,098.29	33,226.25	38,409.31	43,851.52	49,565.84
15% A TRABAJADORES		5,264.74	4,983.94	5,761.40	6,577.73	7,434.88
(=) UTILIDAD GRAVABLE		29,833.55	28,242.31	32,647.91	37,273.79	42,130.96
25% IMPUESTO A LA RENTA		\$7,458	\$7,061	\$8,162	\$9,318	\$10,533
(=) UTILIDAD NETA		22,375.16	21,181.73	24,485.93	27,955.34	31,598.22
(+) DEPRECIACION		\$8,306.96	\$8,306.96	\$8,306.96	\$8,306.96	\$8,306.96
(-) INVERSION	-79,499.00					
(+) PRESTAMOS						
(-) AMORTIZACION DEL CAPITAL						
(+) VALOR DE SALVAMENTO						
(=) FLUJO NETO DE EFECTIV	-79499.00	30,682.13	29,488.70	32,792.90	36,262.31	39,905.19

TMAR	20.04%
VALOR DEL VAN	18951.89
VALOR DE LA TIR	29.95%

Autor: Javier Sisa

4.1.9 Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR)

Es el rendimiento que solicita un inversionista al colocar su dinero en una empresa, esta tasa también es conocida como premio al riesgo. El valor que se asigne depende de tres factores la estabilidad de la venta de productos, de la estabilidad o inestabilidad macroeconómicas de un país y de las condiciones de competencia en el mercado, su fórmula es

$$\text{TMAR} = i + f + if \text{ donde:}$$

f= inflación y I= premio al riesgo

Tabla 38 Cálculo de la TMAR

#	Año	Inflación Acumulada al 31 de dic BCE	100% + Inflación Anual Acumulada
1	2016	1.12	101.12
2	2017	-0.20	99.8
3	2018	0.27	100.27
4	2019	-0.07	99.93
5	2020	-0.93	99.07
f= inflación media anual			0.04%
i=premio al riesgo anual			20%
TMAR=			20.04%

Autor: Javier Sisa

Para el proyecto la tasa mínima aceptable de retorno es de 20.04% rentabilidad que el inversionista espera obtener de la inversión.

4.1.10 Determinación del Valor Actual Neto (VAN).

“Valor presente neto (VPN) o valor actual neto (VAN) El valor presente neto es la diferencia del valor presente neto de los flujos netos de efectivo y el valor actual de la inversión, cuyo resultado se expresa en dinero. Se define como la suma de los valores actuales o presentes de los flujos netos de efectivo, menos la suma de los valores presentes de

las inversiones netas. En esencia, los flujos netos de efectivo se descuentan de la tasa mínima de rendimiento requerida⁹ y se suman. Al resultado se le resta la inversión inicial neta.”

(Morales & Arturo, 2009) Su fórmula es:

$$VAN = -II + \sum \frac{FNE}{(1 + TMAR)^n} \quad \text{donde:}$$

VAN = Valor actual neto. II = Inversión inicial. FNE = Flujos netos de efectivo. TMAR = Tasa mínima aceptable de retorno. n = Número de periodos.

Tabla 39 Cálculo del VAN

VALOR ACTUAL NETO (VAN)						
	INVERSION INICIAL	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-79499.00	30682.13	29488.70	32792.90	36262.31	39905.19
TMAR				20.04%		
VAN				18,951.89		

Autor: Javier Sisa

El resultado obtenido del valor actual neto es de 18952 resultado positivo que nos indica en primera instancia que el proyecto es viable.

4.1.11 La Tasa Interna de retorno (TIR)

“Ésta es la tasa de descuento a la que el valor presente neto de una inversión arroja un resultado de cero, o la tasa de descuento que hace que los flujos netos de efectivo igualen el monto de la inversión. Esta tasa tiene que ser mayor que la tasa mínima de rendimiento exigida al proyecto de inversión. En términos generales también se interpreta como la tasa máxima de rendimiento que produce una alternativa de inversión dados ciertos flujos de efectivo”. (Morales & Arturo, 2009) Para calcular la TIR se utilizó la siguiente fórmula.

$$TIR = -II + \sum \frac{FNE}{(1 + i)^n} \quad \text{donde:}$$

TIR = Tasa interna de retorno. II = Inversión inicial. FNE = Flujos netos de efectivo.

i = Tasa de descuento. n = Número de periodos.

Tabla 40 Cálculo de la TIR

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)						
	INVERSION INICIAL	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-79499.00	30682.13	29488.70	32792.90	36262.31	39905.19
TMAR	20.04%					
TIR	29.95%					

Autor: Javier Sisa

La tasa interna de retorno del proyecto es de 29.95% rendimiento que hace que el valor actual neto sea cero, considerando que la tasa es mayor que la tasa mínima aceptable de retorno se determina que el proyecto es viable.

4.1.12 Costo Beneficio (C/B)

El costo-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. “También es conocido como índice neto de rentabilidad y su valor se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos Totales Netos o beneficios netos entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC)”. (Morales & Arturo, 2009)

Tabla 41 Cálculo de Costo Beneficio

COSTO - BENEFICIO						
VAN INGRESOS	3410692.12					
		1016254.31	1070693.98	1120706.94	1173220.54	1228359.82
VAN EGRESOS	3295191.84					
VNA EGRESOS + INVERSION	3369476.66					
COSTO-BENEFICIO	1.01					

Autor: Javier Sisa

El costo beneficio es superior a 1 por lo que se determina que se está generando beneficios sobre la inversión.

5. Estrategia de Ejecución

5.1 Estrategia de Operativa

La estrategia operativa de la empresa se basa en primer lugar contar con un local propio para no pagar arriendo, ya que son desembolsos de dinero que se los puede dedicar a la inversión de otro nuevo local. En segundo lugar, negociar créditos de productos a 60 días plazo y cobrarlos en su mayoría a 30 días. Ventas a crédito respetando el bloqueo de despachos por falta de pagos. Crear una página web confiable y fácil de usar para atraer a los clientes con precios y promociones.

5.2 Cronograma Valorado por componente y actividad

Tabla 42 Cronograma Valorado por componente y actividad

Componentes/ Rubros	CRONOGRAMA VALORADO POR COMPONENTES Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO (dólares)				
	EXTERNAS		INTERNAS		TOTAL
	CREDITO	FISCALES	CREDITO	PROPIOS	
Constitución de la Compañía					
Honorarios asesor	0.00	0.00	0.00	200.00	200.00
Gastos Notariales	0.00	0.00	0.00	500.00	500.00
Aporte Socios					0.00
Capital Pagado	0.00	0.00	0.00	2000.00	2000.00
Aporte Futuras Capitalizaciones	0.00	0.00	0.00	77499.00	77499.00
Total				80199.00	80199.00

Autor: Javier Sisa

6. Conclusiones

Los productos y equipos de seguridad industrial son herramientas necesarias para la prevención de accidentes, estos permiten mejorar las condiciones laborales y de salud de los trabajadores es por ello que la empresa se constituye por visualizar un mercado potencial.

En el Ecuador existe un incremento en el desempleo haciendo evidente la necesidad de emprender nuevos negocios y para ello el gobierno debe promover leyes que permitan la reactivación de la economía del país incentivando la inversión local por lo que se logra determinar la viabilidad de la creación de la empresa.

De acuerdo a las nuevas normativas del país se puede constituir una compañía mediante la utilización de plataformas en línea que permiten el ahorro de recursos y la pérdida de tiempo en tramitologías, la empresa cumple con los requisitos legales y se constituye como sociedad anónima bajo el control de la Superintendencia de Compañías.

Del levantamiento de información mediante el estudio de mercado se determina que la ciudad Quito es nuestro mercado objetivo ya que concentra la mayor cantidad de empresas de la provincia de Pichincha y cuenta con una ubicación estratégica para proyectarnos hacia todo el país.

Los resultados obtenidos verifican la viabilidad económica financiera los resultados son positivos mediante el cálculo de los índices Costo Beneficio, la Tasa Interna de Retorno (TIR) y del Valor Actual Neto (VAN), que respaldan la sostenibilidad de la empresa en el futuro.

Este proyecto espera ayudar a dinamizar la economía de país, luego de convivir con la mayor crisis económica por la crisis de salud, la inversión manejada de forma eficiente dará buenos rendimientos en el corto plazo y de acuerdo a la información obtenida se recuperará al tercer año.

7. Recomendaciones

Ejecutar y controlar constantemente el cumplimiento de los presupuestos de ingresos, costos y gastos que permita la ejecución correcta del proyecto.

Analizar los movimientos financieros de la empresa para evitar una posible iliquidez y que permita la toma de decisiones oportunas.

Analizar constantemente el grado de satisfacción de los clientes, identificando los puntos críticos que pueden perjudicar a la empresa. Fidelizarlos con excelente atención y precios competitivos.

Utilizar el marketing digital como potencializador para darnos a conocer en el mercado a través del internet, las redes sociales y la creación de la página web, optimizando los recursos en la búsqueda constantemente nuevos clientes.

Una vez que este instalada la empresa y de acuerdo a su acogida se debe planificar la compra de un local en Quitumbe.

8. Referencias Bibliográficas

Este apartado contiene el listado de referencias empleadas para la elaboración del documento, de preferencia en formato APA u otros formatos Preconocidos.

Urbina, G. B., & Castellanos, M. Á. T. (2006). Evaluación de proyectos (Vol. 3). McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2002). Administración de los nuevos tiempos. (2002). Editorial Mc. Graw Hill.

Flórez, J. A. (2015). Proyectos de inversión para las PYME. Eco Ediciones.

Hernández Hernández, A., Hernández Villalobos, A., & Hernández Suárez, A. (2005). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cengage Learning Editores.

Antonio, B. E. L. (2019). Proyectos De Inversión.

Chain, N. S. (2007). Proyectos de inversión: formulación y evaluación. Pearson Educación.

Miranda, J. J. M. (2005). Gestión de proyectos. MMEditores.

Wilson, M. H. (2005). Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados (Vol. 147). Convenio Andrés Bello.

Lara, B. (2010). Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso. B. Lara, Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso, 3.

Padilla, M. C. (2013). Formulación y evaluación de proyectos. Ecoe ediciones.

Escudero, A. (2004). Metodología de Formulación de Proyectos. Guía Auto instructiva

Padilla, M. C. (2013). Formulación y evaluación de proyectos. Ecoe. Ediciones.

Kushell, J. (2001). Solo para emprendedores. Norma.

González, A. C. L. (2016). Plan estratégico de negocios. Grupo Editorial Patria.

Amaru Maximiano, A. C. (2008). Administración para emprendedores: Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios.

- Asfahl, C. R. (2000). Seguridad industrial y salud. Pearson Educación.
- Cavassa, C. R. (1991). Seguridad industrial: un enfoque integral. Editorial Limusa.
- Miranda, J. J. M. (2005). Gestión de proyectos. MMEditores.
- <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/cvn-148-Protección-de-los-Trabajadores-Contra-Riesgos-Profesionales.pdf>
- Estallo, M. D. L. A. G., & De la Fuente, F. G. (2013). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Esic. Editorial.
- Bassat, L. (2017). El libro rojo de las marcas: cómo construir marcas de éxito. DEBOLS! LLO.
- Suárez, F. (2015). La gestión estratégica en el éxito organizacional. Las PYME. CICAG, 13(1), 208-222.
- De Jesús, M. O. J. (2017). Evaluación financiera de proyectos. ECOE ediciones.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., & Sánchez, M. Á. (2007). Administración estratégica y política de negocios (Vol. 10). Pearson Educación.
- Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland, A. (2012). Administración Estratégica: Teoría y casos 18va ed. México DF: The McGraw-Hill Companies.
- Basurto Gustines, L. M. (2015). Incidencia de la política económica del Ecuador en el nivel de entrada de flujos de inversión extranjera directa IED y su influencia en el desarrollo de la economía en los últimos siete años 2007 2013 desde la perspectiva descriptiva (Master's thesis, Universidad de Guayaquil. Instituto Superior de Postgrado en Ciencias Internacionales" Dr. Antonio Parra Velasco").
- Administrativo, M. D.–S. (04 de 2015). Postulación de Proyectos. *Postulación de Proyectos*. Chile.
- Álvarez, S. G., & Patricio, A. G. (2021). *Ecuador: Situación*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Proyecto/mae/Perspectivas-Macroeconomicas-Ecuador-

2020-y-2021%20(1)profe.pdf

Brenes, C. (16 de 03 de 2017). *Universidad para la Cooperación Internacional*. Obtenido de Universidad para la Cooperación Internacional: <https://uci.ac.cr/gspm/que-son-y-como-construir-lineas-base-de-direccion-proyectos/>

Catapulta. (2011). *Cimientos de emprendimiento en Ecuador*. Obtenido de <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/04/cimientos-de-emprendimiento-en-el-ecuador.pdf>

Cides. (28 de 08 de 2014). *Cides*. Obtenido de Cides: <https://www.cides.cl/historia-de-la-seguridad-industrial-y-su-legislacion-diversa/>

Cordova, M. (2015). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Ecoe. Ediciones.

Corrillo Machicado, F. &. (2016). Estudio de localización de un proyecto. *Revista Ventana Científica*, 29.

D.M.Quito, D. M. (2021). *Portal de Servicios Municipales*. Obtenido de portal de servicios municipales: <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Inicio.aspx>

Einstein, A. (1935). *The World As I See It*. Alemania.

Einstein, A. (s.f.). *La Crisis Según Albert Einstein*. Obtenido de la Crisis según Albert Einstein.

Erikverdale. (1 de 12 de 2010). *Negocios y Empresa*. Obtenido de La Viabilidad Financiera: <https://todoparaemprendedores.wordpress.com/2010/12/01/la-viabilidad-financiera/>

INEC. (2020). Quito.

INEC. (2021). *Encuesta Nacional de*. Quito.

Morales, J., & Aruro, M. (2009). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. México: McGrawGill.

MT. (2021). <https://www.trabajo.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/>:

<https://www.trabajo.gob.ec/>

Ocaña, V. E. (22 de 01 de 2019). *Salud Ocupacional y Seguridad Industrial*. Obtenido de salud ocupacional y seguridad industrial: <https://www.revistamasseguridad.com.mx/salud-ocupacional-seguridad-industrial/>

Primicias. (06 de 08 de 2020). *Primicias*. Obtenido de Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/companias-cierre-disolucion-liquidacion-junio-2020/>

Superintendencia de Compañías, V. y. (10 de 2018). *Constitución electrónica de compañías*. Obtenido de Constitución electrónica de compañías: <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-electronica-companias>

Trabajo, M. d. (12 de 2012). Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente del Trabajo. Ecuador.

TRABAJO, M. D. (2021). <https://www.trabajo.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/>.

Meza, J. (2017). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Ecoe. Ediciones.

Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador.

Espacios, 3.