



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE MORONA SANTIAGO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE
ARTÍCULOS DE BAZAR EN JIMBITONO”**

Trabajo de Integración Curricular:

Tipo: Proyecto de Investigación.

Presentado para optar el grado académico de:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTORA:

LOURDES VALERIA RIVERA OCHOA

Macas - Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

SEDE MORONA SANTIAGO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE
ARTÍCULOS DE BAZAR EN JIMBITONO”**

Trabajo de Integración Curricular:

Tipo: Proyecto de Investigación.

Presentado para optar el grado académico de:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTORA: LOURDES VALERIA RIVERA OCHOA

DIRECTOR: Dr. JAIME FLORES DÁVILA Mg.

Macas - Ecuador

2021

©2021, Rivera Ochoa Lourdes Valeria

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Rivera Ochoa Lourdes Valeria, declaro que el presente trabajo de integración curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de integración curricular. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica del Chimborazo

Macas, 17 de septiembre del 2021

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lourdes Valeria Rivera Ochoa', with a small asterisk at the end.

Lourdes Valeria Rivera Ochoa

140089744-1

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE MORONA SANTIAGO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, certifica que: El Trabajo de Integración Curricular tipo: Proyecto de Investigación, con el tema: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE BAZAR EN JIMBITONO**, realizado por la señorita: **LOURDES VALERIA RIVERA OCHOA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Diego Iván Cajamarca Carrasco Mg. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: DIEGO IVAN CAJAMARCA CARRAZCO	2021/09/17
Dr. Jaime Vinicio Flores Dávila Mg. DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	 Firmado digitalmente por JAIME VINICIO FLORES DAVILA Fecha: 2021.10.22 11:03:39 -05'00'	2021/09/17
Ec. Norma Yolanda Villacís Venegas Mg. MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: NORMA YOLANDA VILLACIS VENEGAS	2021/09/17

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Dios, porque siempre ha estado conmigo, cuidándome, guiándome y dándome fuerzas para continuar a pesar de mis tropiezos y obstáculos de mi vida.

A toda mi familia, en especial a mis padres: Manuel y Esther, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar, por ser mi fuente de inspiración personal y ejemplo de superación, esfuerzo y dedicación. Porque me ayudaron a cumplir mis metas profesionales y son motivo de fortaleza para seguir cultivando logros en mi vida.

A mis hermanos Byron y Jessica, por su comprensión y apoyo en momentos difíciles de mi vida.

Lourdes

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecer a Dios, por colmar de bendiciones, sabiduría y permitirme a cumplir un objetivo más en mi vida profesional.

A mis padres Manuel Rivera y Esther Ochoa, por ser el pilar fundamental en mi vida, por su apoyo incondicional, por sus consejos y por ser los principales auspiciantes de mi carrera universitaria, gracias a ellos por darme la seguridad de saber que siempre estarán ahí cuando los necesite.

A mis hermanos Byron y Jessica, agradecimientos infinitos por sus abrazos, cariño, compañía y tolerancia durante esta carrea profesional, juntos por siempre.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por abrirme las puertas y darme la oportunidad de educarme profesionalmente en mi vida, que me servirá de mucho para aportar en el desarrollo económico y social del país.

Al Dr. Jaime Flores y Ec. Yolanda Villacis, por brindarme su aporte profesional en la dirección y desarrollo del presente trabajo, en el cual no hubiese sido posible su culminación.

A todos mis docentes que con sus conocimientos día a día han contribuido a la culminación de este proceso académico, mil gracias porque de alguna manera forman parte de lo que ahora soy, gracias por enseñarme lo que es lealtad y el compañerismo, que fueron la clave para fortalecer mis valores tanto como persona como profesional.

Lourdes

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	2
1.1. Planteamiento del Problema.....	2
1.2. Formulación del problema.....	3
1.3. Sistematización del problema.....	3
1.4. Objetivos.....	3
1.4.1. Objetivo General.....	3
1.4.2. Objetivos Específicos.....	3
1.5. Justificación.....	3
1.5.1. Justificación Teórica.....	3
1.5.2. Justificación Metodológica.....	4
1.5.3. Justificación Práctica.....	4
1.6. Antecedentes de Investigación.....	5
1.7. Marco teórico.....	5
1.7.1. La empresa.....	5
1.7.1.1. Aspectos generales de la empresa.....	6
1.7.1.2. La Misión.....	6
1.7.1.3. La Visión.....	6
1.7.1.4. Organigrama.....	6
1.7.2. Plan de Negocios.....	7
1.7.2.1. Estructura del plan de negocios.....	8
1.7.2.2. Objeto del plan de negocios.....	9
1.7.3. Análisis del Mercado.....	10
1.7.3.1. Investigación de Mercados.....	10
1.7.4. Marketing mix.....	10

1.7.5.	<i>Análisis FODA</i>	11
1.7.5.1.	<i>Componentes del Análisis FODA</i>	11
1.8.	Marco Conceptual	12
1.9.	Marco legal	13
1.10.	Interrogante de Estudio	15

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	16
2.1.	Enfoque de Investigación	16
2.2.	Nivel de Investigación	16
2.3.	Diseño de Investigación	16
2.3.1.	<i>Investigación Transversal</i>	16
2.3.2.	<i>Estudio Descriptivo</i>	16
2.4.	Tipo de Estudio	17
2.5.	Población y muestra	17
2.5.1.	<i>Población</i>	17
2.5.2.	<i>Muestra</i>	17
2.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	18
2.6.1.	<i>Técnicas de recolección de información</i>	18
2.6.2.	<i>Instrumentos de recolección de Información</i>	18
2.7.	Análisis e interpretación de resultados	18

CAPÍTULO III

3.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	19
3.1.	Información de la Comunidad de Jimbitono	19
3.1.1.	<i>Ubicación</i>	19
3.2.	Análisis e Interpretación de Datos	19
3.3.	Comprobación de la Interrogante de estudio	28
3.4.	Discusión del resultado	28

CAPÍTULO IV

4.	MARCO PROPOSITIVO	29
4.1.	Tema	29
4.2.	Justificación	29

4.3.	Objetivos	29
4.3.1.	<i>Objetivo General</i>	29
4.3.2.	<i>Objetivo Específicos</i>	29
4.4.	Análisis de Factibilidad	30
4.4.1.	<i>Económicos</i>	30
4.4.2.	<i>Recursos Humanos</i>	30
4.4.3.	<i>Tecnológicos</i>	30
4.4.4.	<i>Institucional</i>	30
4.5.	Caracterización de la microempresa	31
4.5.1.	<i>Aspectos Generales de la Microempresa</i>	31
4.5.2.	<i>Objetivos de la microempresa</i>	31
4.5.3.	<i>Misión de la microempresa</i>	31
4.5.4.	<i>Visión de la microempresa</i>	32
4.5.5.	<i>Valores de la microempresa</i>	32
4.6.	Modelo Operativo	32
4.7.	Desarrollo de fases	33
4.7.1.	<i>Análisis del Contexto Estratégico</i>	33
4.7.2.	<i>Análisis Situacional</i>	33
4.7.3.	<i>Formulación de estrategias</i>	36
4.7.4.	<i>Monitoreo y Control</i>	36
4.8.	Análisis Financiero	37
	CONCLUSIONES	44
	RECOMENDACIONES	45
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4:	Análisis FODA microempresa bazar en Jimbitono	34
Tabla 2-4:	Cruce fortalezas y oportunidades.....	35
Tabla 3-4:	Cruce debilidades y amenazas.....	35
Tabla 4-4:	Productos a ofertar	37
Tabla 5-4:	Plan de inversión.....	37
Tabla 6-4:	Gastos Administrativos.....	38
Tabla 7-4:	Gastos de Publicidad.....	38
Tabla 8-4:	Flujo de Caja.....	39
Tabla 9-4:	Capital de trabajo.....	41
Tabla 10-4:	Estado de resultados.....	42
Tabla 11-4:	Punto de equilibrio	43
Tabla 12-4:	Payback.....	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1: Componentes del FODA	11
Figura 1-3: Ubicación comunidad Jimbitono	19

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Ejemplo de organigrama.....	7
Gráfico 2-1:	¿Cómo se satisfacen las necesidades del cliente?.....	8
Gráfico 3-1:	La eficacia y la eficiencia del Plan de Negocios.....	9
Gráfico 1-3:	Resultados sobre la necesidad de un bazar en la comunidad Jimbitono	20
Gráfico 2-3:	Resultados sobre productos requeridos en la comunidad Jimbitono.....	21
Gráfico 3-3:	Resultados sobre lugar que adquieren artículos de bazar en Jimbitono	22
Gráfico 4-3:	Resultados sobre el lugar donde adquieren artículos de Bazar en Jimbitono	23
Gráfico 5-3:	Resultados sobre la frecuencia para adquirir artículos de bazar	24
Gráfico 6-3:	Resultados sobre el monto a gastar en artículos bazar	25
Gráfico 7-3:	Resultados sobre la significancia en los servicios de un bazar	26
Gráfico 8-3:	Resultados sobre la aceptación de servicio a domicilio.....	27
Gráfico 1-4:	Modelo operativo de la propuesta.....	32

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA

ANEXO B: ENCUESTA EN EL GOOGLE DRIVE

ANEXO C: ENVIADO EL LINK DE LA ENCUESTA POR WHATSAPP

ANEXO D: SOLICITANDO LOS NÚMEROS DE CELULAR

RESUMEN

El objetivo del proyecto fue desarrollar un plan de negocios para la creación de una microempresa de comercialización de artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono, con el propósito de examinar la viabilidad para su implementación. La investigación tiene enfoques cualitativo y cuantitativo; el primero apoyado en técnicas de observación directa en la comunidad, así como la revisión de bibliografía y literatura actual para la elaboración del marco teórico; y, el segundo mediante la utilización de herramientas tecnológicas como Google Forms, para elaborar la encuesta que permitió el desarrollo del diagnóstico para el proyecto, la misma que generó información expresada en cifras y porcentajes. Se desarrolló además un análisis de mercado mediante la utilización de metodologías y técnicas como el Marketing Mix, análisis FODA, y la caracterización del modelo operativo para una microempresa. Como resultado se determinó que el 99% de la muestra, considera importante la presencia de un bazar en la comunidad de Jimbitono y el 91% expresó su preferencia en útiles escolares por el incremento de la población estudiantil. Se concluye que este negocio es viable financieramente, puesto que el desarrollo del plan prevé que el negocio es rentable. Se recomienda a la autora del proyecto, implementar el plan de negocio elaborado, para la creación de la microempresa.

PALABRAS CLAVE: <PLAN DE NEGOCIOS>, <MICROEMPRESA>, <BAZAR>, <COMUNIDAD JIMBITONO>, <FODA>

INES
ZAPATA
ZUMARRA
GA

Firmado digitalmente por INES
ZAPATA ZUMARRAGA
DN: cn=INES ZAPATA
ZUMARRAGA, o=INES, c=EC,
l=RIOBAMBA, ou=Certificado de
Clase 2 de Persona Física EC,
e=ineszapataz@hotmail.com
Motivo: Apruebo este
documento
Ubicación:
Fecha: 2021-08-02 11:02:05-00



1480-DBRA-UTP-2021

ABSTRACT

The objective of the project was to develop a Business Plan to the creation of a micro-business to the commercialization of bazaar items in the Jimbitono community with the purpose of examining profitability. This research has qualitative and quantitative approaches, the first supported by the techniques of direct observation in the community and the documentary review to the elaboration of the theoretical framework and, the second with the use of the survey directed at the population for the diagnosis of the project through the Google Drive platform, which generated information expressed in figures and percentages. A market analysis was developed applying the Marketing Mix technique, the SWOT analysis, the characterization and operating model to a micro-business. As a result, it was determined that 99% of the sample considers the presence of a bazaar in the Jimbitono community important and 91% expressed their preference for school supplies due to the increase in the student population. It is concluded that this business is feasible and viable because the development of the plan foresees that the entrepreneurship is profitable. The author of the project, who is the entrepreneur of this initiative, is recommended to implement the business plan prepared to the creation of this micro-business.

KEYWORDS: <BUSINESS PLAN>, <MICRO-BUSINESS>, <BAZAR>, <JIMBITONO COMMUNITY>, <SWOT>.



Firmado electrónicamente por:
LUIS ARMANDO QUISHPE HIPO

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación aborda un plan de negocios para la creación de una microempresa de comercialización de artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono; él cual, busca determinar viabilidad financiera; además de apoyar a los habitantes del sector especialmente estudiantes. Actualmente en la comunidad no cuentan con un local o servicio que provea artículos de papelería y bazar; los habitantes tienen que viajar a otros lugares para encontrar artículos de bazar para cubrir sus necesidades. Para esto la investigación se dividió en capítulos, que se detallan a continuación:

En el capítulo I, se determina el marco de referencia, donde se establece los antecedentes de la investigación con base en otros estudios; así como el marco teórico que determina los principales conceptos administrativos a desarrollar; por otra parte, se aborda el marco conceptual con literatura respecto a conceptos relacionados, para poder determinar así la hipótesis a investigar.

En el capítulo II, se plantea el marco metodológico, donde se determina el enfoque, nivel y diseño de investigación a realizar; así como los métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos utilizados en la muestra poblacional determinada

En el capítulo III, se muestran los resultados y discusión de la investigación, lo que permite analizar e interpretar los datos recolectados a través de la encuesta, así como los resultados generados en los análisis financieros.

En el capítulo IV, se desarrolla el marco propositivo donde se detalla la propuesta con los datos descriptivos de la microempresa; así como los objetivos de la propuesta para analizar su factibilidad a través del modelo operativo y desarrollo de las fases.

Finalmente se determinan las conclusiones del proyecto realizado, siendo este documento de gran valor para fuente de consulta de estudiantes.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Planteamiento del Problema

Es difícil determinar de forma exacta la creación del primer negocio tipo bazar pues sus elementos como hilos, botones, etc.; han sido parte de la evolución de la humanidad desde el principio de los tiempos; por lo que se cree que este tipo de negocios nació en la vieja Europa y fue a través de la conquista que llegó a América y se encuentra en cada rincón de la tierra (Medici,2020, p.2).

Actualmente en todo el Ecuador se encuentran este tipo de negocios; en la Parroquia General Proaño, está ubicada la comunidad de Jimbitono, según la Secretaria Técnica Planifica Ecuador (2019), cuenta con una población aproximada de 382 personas, la misma que debido al crecimiento poblacional del sector, ha incrementado la demanda de productos y servicios, del sector educativo-familiar, que entre otros, se encuentra la línea de negocios de bazar, misma que no se dispone dentro de la comunidad.

Es así como nace, la necesidad de un plan de negocios, para crear una microempresa orientada a la comercialización de artículos de bazar, analizar el grado de aceptación dentro del mercado de la comunidad y medir el impacto y beneficios que brindaría el presente proyecto.

El plan de negocios que se plantea estructurar, implica el desarrollo de un diagnóstico situacional, análisis financiero para conocer los flujos de efectivo necesarios, investigación de mercado, análisis de la competencia; así como el portafolio de productos y servicios que se ofrecerá; todo esto permitirá tener una visión clara de la factibilidad del proyecto.

Dado la ubicación de la comunidad y los escasos negocios de este tipo, el presente proyecto es una oportunidad financiera y de mercado que no solo apoyará al desarrollo del sector, sino que permitirá tener un retorno de la inversión.

Este proyecto está delimitado de la siguiente forma:

- Campo de acción: Planeación de Negocios.
- Objeto de Estudio: Proceso Administrativo.
- Línea de Investigación: competitividad, administración estratégica y operativa.
- Delimitación espacial: La presente ejecución se realizará en la Parroquia General Proaño en la Comunidad de Jimbitono, Vía a Riobamba / Km9.
- Delimitación temporal: octubre 2020 – marzo 2021.
- Delimitación académica: El proyecto se centrará en la elaboración de un plan de negocios para la creación de una microempresa que comercialice artículos de bazar.

1.2. Formulación del problema

¿Es factible un plan de negocios para la creación de una microempresa de comercialización de artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono?

1.3. Sistematización del problema

- ¿Cuál es la situación del mercado actual, para crear una microempresa comercializadora de artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono?
- ¿Cuáles son los estudios que se deben aplicar para conocer la factibilidad del negocio?
- ¿Qué estrategias de marketing se aplicaría para posicionar la microempresa en la comunidad de Jimbitono?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Desarrollar un Plan de Negocios para la creación de una microempresa de comercialización de artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar científicamente los conceptos del Plan de Negocios para la comercialización de artículos de bazar.
- Elaborar el diagnóstico situacional sobre la investigación propuesta para obtener información que sirva como soporte para la creación una microempresa.
- Elaborar un estudio técnico y financiero que permitirá conocer la viabilidad financiera y disponibilidad de recursos materiales, humanos y económicos que necesita la microempresa.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación Teórica

El Plan de Negocios permite estructurar de manera detallada, todos los aspectos que una empresa debe tener para su apertura y permanencia dentro del mercado; para lo cual, fundamenta

teóricamente todos los procesos, actividades, presupuesto y requerimientos necesarios para la comercialización de artículos de bazar.

Para esto, se establecen los conceptos relacionados a la investigación, además que evidencian que la viabilidad y rentabilidad de iniciar el negocio en este sector. La comunidad está habitada por familias de recursos económicos medios, el beneficio de contar con un negocio de tipo bazar dentro del sector ayuda a que la población no tenga que movilizarse a sitios lejanos. Por otra parte, también se determina los requerimientos legales de funcionamiento para este tipo de emprendimientos.

1.5.2. Justificación Metodológica

Para realizar el presente estudio, el enfoque metodológico fue de recolección de datos del entorno actual del sector donde se implementará la microempresa, con el fin de analizar y entender la aceptación hacia el proyecto.

Esta información proviene de dos fuentes, la primaria que muestra la utilización de los instrumentos de investigación como son las encuestas hacia los posibles clientes y la fuente secundaria que son estadísticas oficiales emitidas por otros estudios, con los que se podrían comparar los resultados obtenidos. De esta forma, se debe determinar metodológicamente la aceptación o rechazo del proyecto para conocer los gustos y preferencias del consumidor.

1.5.3. Justificación Práctica

El presente estudio pretende poner en práctica los conocimientos adquiridos dentro de la carrera, puesto que conlleva varias estructuras técnicas administrativas y financieras para crear el Plan de Negocios; así como, cumplir con los objetivos del proyecto.

Para esto se utilizó técnicas como encuestas, que, posteriormente se procesaron los datos a través de herramientas tecnológicas para obtener resultados reales sobre las preferencias de las familias que habitan en la comunidad de Jimbitono; preferencias como necesidades, gustos en cuanto a útiles escolares, artículos en bisutería, plásticos, fiestas, regalos entre otros.

De esta forma se validó la hipótesis y se determinó la factibilidad de instalar una microempresa de artículos de bazar y que se ajuste a los requerimientos del cliente con una línea de productos, costos, publicidad y promoción de ventas, tomando en cuenta la ubicación de la microempresa respecto a los domicilios, esto les permite ahorrar tiempo y dinamizar la economía de la comunidad.

1.6. Antecedentes de Investigación

Para realizar el presente proyecto, se ha revisado varias bibliografías que aportan a la investigación y a continuación se detalla: La puesta en marcha de una empresa, desde su concepción hasta su ejecución final incluye una medición de los alcances y el desarrollo del programa que tenga como meta final la satisfacción de futuros clientes y la generación de utilidades para la empresa creada. Además, dada la competitividad del mercado, es importante analizar opciones que el mercado requiera, para que sirvan para crear fuentes de trabajo y sea viable para el sector (Zumba, 2017, pp. 2-4).

Con base en lo mencionado, se puede aportar que, para la creación de una propuesta de emprendimiento, es necesario realizar la medición y alcances de la empresa, con el objeto de analizar la factibilidad y establecer la rentabilidad estimada, antes de implementar el proyecto.

Mediante el estudio se puede observar que las personas que viven en sectores como urbanizaciones o comunidades no pueden acceder con frecuencia a un bazar por el tiempo y la distancia; por esto en el proyecto se decidió implantar un negocio de este tipo, dentro de la urbanización, debido a que, únicamente dentro de estas se encuentran locales de comida y mini market, lo que no satisface la demanda, especialmente de estudiantes que requieren insumos de papelería y bazar para sus labores académicas y prácticas (Moreno y Vera, 2017, p. 10).

En relación a la tesis mencionada, se puede ver como en este caso, las urbanizaciones y comunidades requieren de negocios relacionados a la comercialización de artículos de bazar, puesto que sus productos de papelería y oficina son necesarios para el uso diario de los habitantes; es aquí donde nuestro proyecto es idóneo para la comunidad de Jimbitono; la cual, poseen un problema similar en la actualidad.

1.7. Marco teórico

Para el desarrollo del marco teórico se define las siguientes conceptualizaciones:

1.7.1. La empresa

Para la creación de una empresa es necesario conocer de forma sólida, eficiente y confiable la estructura que poseerá la empresa establecida para lo cual se determina:

1.7.1.1. Aspectos generales de la empresa

Para la creación de la empresa es necesario definir aspectos generales como:

- Registro Único de Contribuyentes, aspectos legales y nombrar al representante legal de la misma.
- Nombres y apellidos del Representante Legal.
- Razón social o nombre comercial de la empresa.
- Personería Jurídica.
- Dirección o domicilio legal.

1.7.1.2. La Misión

La Misión debe estar determinada por ofrecer a los servicios, productos de óptima calidad a precios accesibles y que pueden competir en el mercado.

1.7.1.3. La Visión

La Visión de la empresa debe ser reconocida en la comunidad como una empresa seria y responsable que está constantemente cubriendo la demanda de los clientes.

1.7.1.4. Organigrama

Organigrama; toda empresa debe tener claro el orden jerárquico para poder estructurar la administración de la misma en la Figura 1

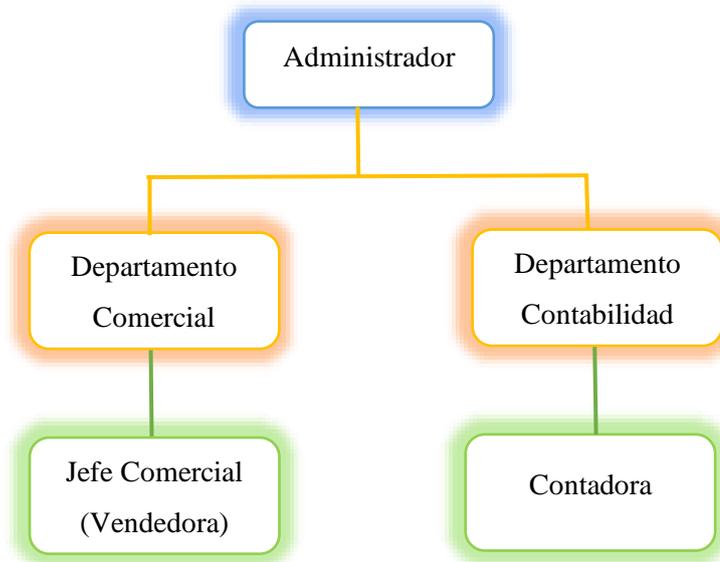


Gráfico 1-1: Ejemplo de organigrama

Fuente: (Moreno & Vera, 2017, p.100).

Para cada una de las funciones establecidas es necesario determinar las responsabilidades y alcances de cada posición, con el fin de tener el personal suficiente y manejo adecuado de los recursos humanos en la organización.

1.7.2. Plan de Negocios

El Plan de negocios es un análisis en donde se detalla sistemáticamente las informaciones del emprendimiento a hacer como ser: el proceso de generación de ideas, la captación y estudio de la información, evaluación de la posibilidad y los peligros, toma de elección sobre la puesta en marcha de un nuevo emprendimiento y cambio de planes en organizaciones constituidas (Oviedo & Yakusik, 2015, p.21).

Bajo tal discernimiento, se puede decir que el plan de negocios no es solo un documento detallado que plantea una idea de desarrollo empresarial, sino que sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán.

Normalmente, un plan de negocios es una forma de describir, claramente las características que tendrá el negocio a futuro, y en ese sentido refleja la visión que el emprendedor tiene del negocio. Se diferencia de una evaluación de proyectos por cuanto contiene la descripción del proyecto de negocios y dentro de ello, una evaluación de su atractivo económico (Perez & Gardey, 2017, p.10).

Se puede conceptuar también un plan de negocios, como un documento desarrollado de una forma clara y precisa, en el cual se fundamenta los mecanismos que se deben ejecutar para alcanzar los objetivos y debe tener como vigencia máxima de un año, es decir, de enero a diciembre, o con el año contable empresarial.

1.7.2.1. Estructura del plan de negocios

Un plan de negocios debe ser utilizado como medio un análisis de factibilidad, también se basa en un esquema donde se describe como se resolverá problemas o necesidades de los futuros cliente. La estructura del plan de negocios se realiza través de una combinación de la planeación estratégica y un plan de empresa, determinando una fusión estratégica de un plan de negocios, con el fin de responder las necesidades de los posibles clientes (Luna, 2016, pp.40-45). A continuación, se detalla en la figura:

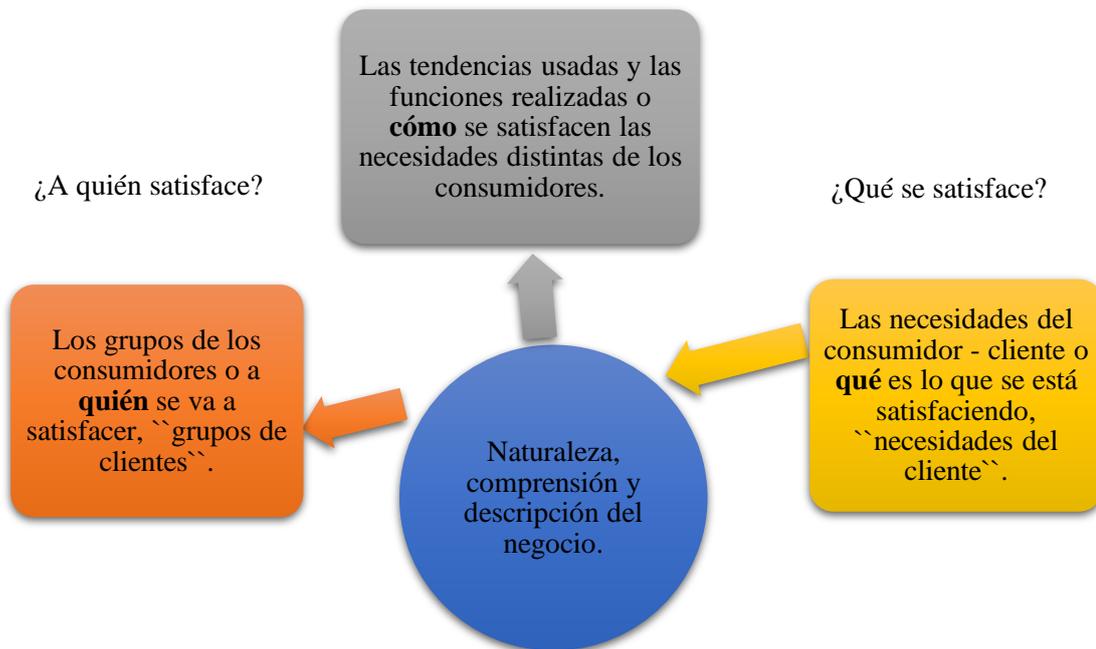


Gráfico 2-1: ¿Cómo se satisfacen las necesidades del cliente?

Fuente: Luna, 2016.

1.7.2.2. Objeto del plan de negocios

Un plan de negocios tiene por objeto estudiar todas las variables necesarias antes de establecer una actividad económica, para medir su factibilidad y rentabilidad; este ayuda a determinar el futuro de una determinada empresa (Koenes,2016, pp. 34-41).

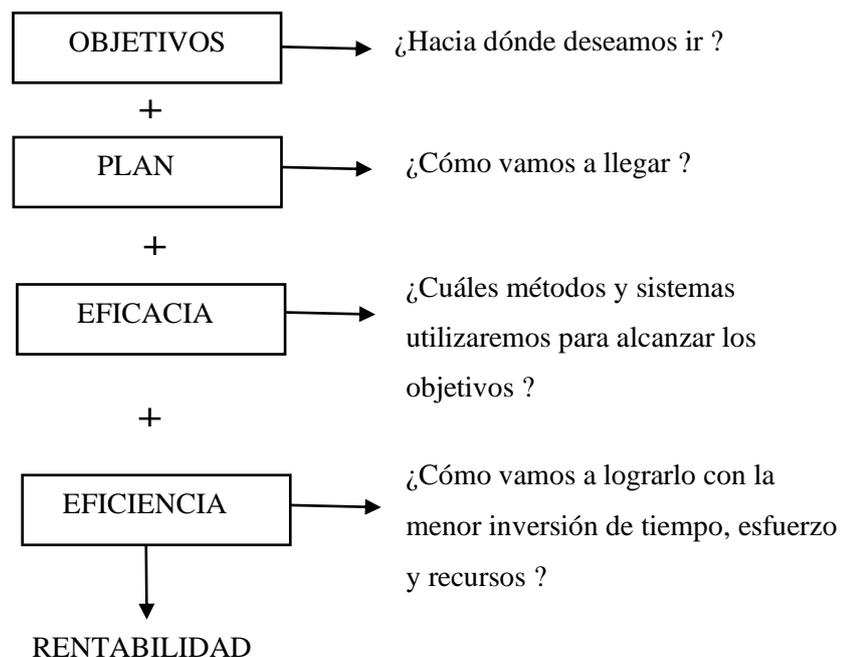


Gráfico 3-1: La eficacia y la eficiencia del Plan de Negocios

Fuente: Koneses,2016.

Al tener un Plan de Negocios efectivo y eficiente, se obtendrá los siguientes beneficios:

- Participar más activamente en aquellos mercados.
- Aporta las bases para dictaminar el tipo de productos o servicios que se tienen que dar a los clientes.
- Que permiten mantener el control de mejor el desarrollo futuro de la compañía.
- Estimula un uso más racional de los recursos.
- Posibilita dedicar responsabilidades concretas y entablar programas de trabajo coordinados.
- Permite revisiones prácticas y eficaces.
- Posibilita llevar a cabo más eficaces tácticas de comercialización desde el verdadero potencial de ventas de la compañía.
- Posibilita examinar el caso de la organización respecto a sus más relevantes participantes.
- Permite la decisión de las cosas que se tienen que mejorar y forma distinta a como las realizan los participantes.

1.7.3. Análisis del Mercado

La investigación de mercado es la base de un plan de negocios porque identifica de manera integral la necesidad o demanda de un producto o servicio en determinado sector, población, mercado, cliente o consumidor.

En la investigación de mercado, la investigación de mercado se aplica para determinar la demanda actual y futura, la oferta para satisfacer la demanda en condiciones óptimas y óptimas para programas, comunicaciones, comunicaciones comerciales, precios, logística, ventas corporativas, etc. Selecciona una estrategia. La investigación de mercado debe aplicarse de manera eficiente y efectiva porque es la base para la continuidad del plan de negocios y puede realizar estudios de viabilidad técnica, financiera y económica. Económico y legal (Luna, 2016, pág. 93).

1.7.3.1. Investigacion de Mercados

Es la aplicación de metodologías al descubrimiento, recolección y análisis de información sobre las necesidades, deseos, preferencias, recursos, actitudes y comportamientos actuales, futuros o potenciales de los consumidores. Apoyamos nuevas oportunidades e innovaciones de mercado, así como el desarrollo e implementación de actividades de marketing. La investigación de mercado son los factores que le permiten aplicar un marketing eficaz y eficiente para crear y retener clientes leales y satisfechos (Luna, 2016, pág. 94).

1.7.4. Marketing mix

El Marketing mix son los lineamientos para establecer estrategias, tácticas y actividades que se deben llevar a cabo en un plan de marketing desarrollado. Para la American Marketing Association ofrece la siguiente definición formal: marketing es la actividad o grupo de entidades y procedimientos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general. Para activar el marketing mix se adaptan cuatro variables como producto, precio, plaza y publicidad. la actividad o grupo de entidades y procedimientos para crear, comunicar, entregar e intercambiar (Luna, 2016. pág.109).

Producto: Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluyen calidad, precio, empaque, marca, diseño y color.

Precio: El valor del producto que vamos a vender es fundamental, para establecer el precio es importante conoce los precios de la competencia, y encontrar ventajas competitivas que permitan marcar diferencia o valor agregado para que los consumidores nos elijan.

Plaza: Son los lugares en donde decidimos vender los productos, así como los canales de distribución de los mismos.

Publicidad: Es la actividad de presentar un mensaje pagado a un espectador sobre un producto u organización identificada por el patrocinador en lugar del individuo.

1.7.5. Análisis FODA

Se trata de una herramienta muy importante antes de realizar cualquiera estrategia comercial. En este sentido, para que una empresa lleve a cabo con éxito dicha estrategia, primeramente, deberá conocer la situación presente de su empresa (Kiziryan, 2020, pp. 1-5).

1.7.5.1. Componentes del Análisis FODA

El análisis FODA se basa en dos componentes:

Análisis Interno: donde se analizan las fortalezas y debilidades que tiene una empresa, para el logro de los objetivos las fortalezas facilita y debilidades obstaculiza.

Análisis Externo: donde se estudian las oportunidades y amenazas del mercado, del sector y la competencia, son las situaciones que se presentan en el entorno, para el logro de los objetivos las oportunidades favorece y amenazas puede afectar negativamente.



Figura 1-1: Componentes del FODA

Fuente: Kiziryan, 2020.

1.8. Marco Conceptual

Entre los principales términos que aborda el proyecto, según la Fundación de Productores Empresarios Salvadoreños (2020), se definen los siguientes:

1.8.1. Administración

Grupo ordenado y sistematizado de principios, técnicas y prácticas que tiene como finalidad beneficiar el alcance de las metas de una organización por medio de la provisión de los medios necesarios para obtener los resultados con la más grande eficiencia, efectividad; así como la óptima coordinación y aprovechamiento del personal y los recursos técnicos, materiales y financieros.

1.8.2. Canal de Distribución

Camino seguido por el producto por medio de los intermediarios a partir del productor al consumidor; este, está construido por todo ese grupo de individuos u empresas que facilitan la circulación del producto realizado hasta llegar a manos del consumidor o cliente.

1.8.3. Costos

Dinero comprometido para pagar los bienes y servicios recibidos durante un periodo de tiempo sin considerar cuando fueron ordenados o pagados.

1.8.4. Analisis del mercado

La investigación de mercado es una herramienta que permite a las empresas conocer los mercados en los que se ofrecen sus productos y servicios, llegar a ellos para comprenderlos y desarrollar estrategias para satisfacerlos.

1.8.5. Empresa

Agrupación de todos los establecimientos propiedad; una organización puede consistir en un exclusivo establecimiento libre o puede integrar sucursales u otros establecimientos bajo el mismo dueño y el mismo control.

1.8.6. Flujo de efectivo

Es el informe en el cual se analiza la fuente actual y proyecta de la disposición de efectivo, durante un periodo contable ya sea pasado o futuro.

1.8.7. Mercado

El mercado es aquel que esté compuesto por un grupo de personas que tiene necesidad de un producto o servicio que posee los medios financieros necesarios para cubrirla y que está interesado en adquirirlos.

1.8.8. Obligaciones

Es la proporción de demandas, hechos, contratos brindados, servicios recibidos y transacciones semejantes a lo largo de una época en el que los pagos son solicitado por aquel lapso u otro lapso futuro.

1.8.9. Estudio de Factibilidad

Se realiza un estudio de viabilidad para determinar la posibilidad de una empresa para desarrollar el negocio o el proyecto que desea realizar. Sin embargo, este tipo de investigación permite a una empresa saber si la empresa o proyecto que quiere emprender es ventajoso o desventajoso. También ayuda a establecer los tipos de estrategias que lo ayudarán a tener éxito.

1.8.10. Rentabilidad

Es sinónimo de ganancia, de beneficio, de utilidad, de lucro. Es un beneficio económico es el rendimiento de la inversión de una empresa. Los estados financieros de la empresa se utilizan para realizar esta medición.

1.9. Marco legal

En el momento que se inicia y puesta en marcha el negocio o empresa se requiere de la obtención de varios procesos legales, entre los cuales se encuentra el Registro Único de Contribuyentes, Patente Municipal, Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos y Permiso de Funcionamiento del Ministerio del Interior, puesto que a continuación se detalla los trámites para la obtención de los documentos mencionados:

1.9.1. Registro Único de Contribuyentes

Para la obtención del (RUC) Registro Único de Contribuyentes, se debe presentar a las instalaciones del (SRI) Servicio de Rentas Internas. Cumpliendo con lo que señala la Ley que dice: “ De la inscripción obligatoria.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el RUC, conforme lo dispuesto en el Art 3 de la Ley del Registro Único de Contribuyentes” (República, 2016). Los trámites no tienen ningún costo y se deben adjuntar los siguientes documentos:

- Original y copia de la cedula de identidad o de ciudadanía.
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos: planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable.

1.9.2. Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Después de obtener el RUC se debe obtener los permisos municipales, trámite que se realiza a través de la página Web municipal, lo que debemos obtener es el certificado de uso del suelo. Una vez que otorgan el certificado del uso del suelo se procede a la obtención del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos .El documento es otorgado después que la entidad realice la debida inspección en la que se debe constatar que las instalaciones sean adecuadas, que cuenten con el extintor de incendios y señalizacion del extintor, letrero ECU 911, lámpara de emergencia y detector de humo. Para el trámite de este documento se debe anexar:

- Copia completa del Registro Único de Contribuyente (RUC) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad económica.
- Copia del certificado de uso del suelo.
- Solicitud de inspección del local.

1.9.3. Permiso de funcionamiento de Ministerio del Interior

Para obtener el permiso por el Ministerio del Interior se debe realizar mediante la página web, el permiso es otro requisito con el que debe cumplir para un correcto funcionamiento. Los requisitos que el Ministerio del Interior exige para concederlo, se detallan a continuación:

- Cédula de identidad y el certificado de votación del último proceso electoral.

- Declaración juramentada fondos y activos ilícitos.
- Patente municipal.
- Permiso de uso del suelo.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- RUC

Para realizar el trámite se debe ingresar a la página web ministeriodegobierno.gob.ec/ permiso funcionamiento primero se ingresa y registrar para obtener una clave de usuario y contraseña, a continuación registrar la información que pide en cada ítems, posterior verificamos los requisitos, anexar y cargar en el sistemas los documentos en PDF que solicita, finalmente nos emiten una notificación sobre la fecha de pago del permiso en el Banco del Pacifico o BanEcuador y adicional el código de pago. Luego de realizar el pago el sistema habilita automáticamente el documento para imprimir el permiso Funcionamiento

1.9.4. Patente municipal

El trámite para este documento se realiza a través de la página web o en la ventanilla de la Municipalidad de la localidad, la tasa varía de acuerdo a la superficie física de la oficina o local comercial, Para obtener este documento se debe cumplir con los siguientes requisitos emitidos por la municipalidad:

- Copia de la cédula de identidad y el certificado de votación del último proceso electoral.
- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos.
- Copia del RUC.
- Copia del certificado del impuesto predial.
- Copia del certificado uso del suelo.

1.10. Interrogante de Estudio

La interrogante del estudio se determina en función de la factibilidad del proyecto:

¿El modelo del negocio es factible para la creación de la microempresa dedicada a la comercialización de artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono?

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de Investigación

El enfoque es mixto; por una parte es cualitativo; debido a que se basa en el estudio y análisis para la creación de una microempresa de comercialización de artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono y por otra parte, es cuantitativo debido a la utilización de la encuesta, el cual generará información expresada en cifras y porcentajes, facilitando su análisis e interpretación.

Por otra parte, el enfoque cuantitativo permite examinar los datos de forma numérica, con apoyo de herramientas matemáticas. El enfoque cualitativo es la recolección de datos sin comprobación numérica (Rojas, 2016, p. 101).

2.2. Nivel de Investigación

El tipo de investigación utilizada en el presente proyecto es la investigación descriptiva, la cual tiene el propósito de determinar la aceptabilidad para la implementación de una microempresa de comercialización de artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono, pues describe los hechos investigativos desde la forma general hasta lo específico.

2.3. Diseño de Investigación

2.3.1. *Investigación Transversal*

Es una investigación transversal porque se define como un tipo de estudio observacional que analiza datos de variables recopilados durante un período de tiempo predefinido en una muestra de población o subconjunto predefinido. Mediante la observación que permitió analizar los datos de las encuestas realizadas a una determinada población.

2.3.2. *Estudio Descriptivo*

La investigación para el desarrollo de este tema es descriptiva, ya que con ello permite entender distintas opiniones y preferencias que se obtendrá de la encuesta, obteniendo así datos reales de la comunidad de Jimbitono.

2.4. Tipo de Estudio

Los tipos de estudio utilizados en la presente investigación son: Investigación de Campo será aplicada cuando se realice las encuestas a la comunidad de Jimbitono, para obtener datos relevantes para el estudio e Investigación documental en este trabajo de investigación será documental; debido a que la información será apoyada en la búsqueda de los libros, revistas, documentos, que ayudo para ir desarrollando el trabajo de integración curricular.

2.5. Población y muestra

2.5.1. Población

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2016), la población en la comunidad de Jimbitono es de 382, de los cuales se tomó como población a investigar en el rango de edad de 15 a 80 años, entre mujeres y hombres, puesto que son los que podrían adquirir los productos, es decir, 264 habitantes.

2.5.2. Muestra

Mediante la fórmula de muestreo poblacional que se muestra a continuación:

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

Con la aplicación de esta fórmula, se obtuvo una muestra de 91 encuestas para ejecutar en la comunidad de Jimbitono.

El significado de los términos es: n= Tamaño de la muestra.

Z = Margen de confiabilidad, 95% constante 1,96;

p = Probabilidad de que el evento ocurra 9%

q = Probabilidad de que el evento no ocurra 10%

E = Error de estimación o error muestra 1% al 3% y del 5% al 6%

N = Población o universo de estudio

N-1 = Factor de corrección: En donde,

$$n = \frac{1.96^2 * 0.90 * 0.10 * 264}{0.05^2 * (264 - 1) + 1.96^2 * 0.90 * 0.10}$$

$$n = \frac{91.2764}{1.003274}$$

$$n = 90.98$$

$$n = 91$$

2.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1. Técnicas de recolección de información

Entre las técnicas de recolección utilizada se encuentra:

Deductiva: puesto que este proceso de investigación paso del aspecto general de la empresa al particular en productos y servicios que ofrece; por lo tanto, el mismo aportó para la elaboración del fundamento teórico, el estudio técnico e interpretación matemática de los datos obtenidos en la investigación.

2.6.2. Instrumentos de recolección de Información

Para el presente proyecto de investigación se realizó:

Encuesta: Se utiliza los cuestionarios para que al finalizar sea posible de existir un análisis estadístico con la información conseguida.

La investigación se presenta en el contexto de la experiencia en el cual la población participará de forma voluntaria y anónima; el cuestionario es en línea y se difundirá a través del grupo de WhatsApp de la comunidad y su objetivo es conocer el resultado de la misma para las necesidades de la población y la aceptación de la creación de una empresa como la establecida en este proyecto.

La encuesta está formulada a través de Google Drive para generar el link correspondiente que le permita ser un formulario de carácter anónimo; la misma aborda un análisis del mercado y los ítems que lo conforman en el marketing mix como son producto, precio, etc. las preguntas son de selección única para que sea un cuestionario de corta duración, pero al mismo tiempo, profunda en la recopilación de la información, importante para el proyecto de investigación.

2.7. Análisis e interpretación de resultados

Luego de realizar la investigación del proyecto a la muestra establecida de 91 habitantes de la comunidad de Jimbitono; con base en la encuesta utilizada (Ver Anexo A), se obtuvieron los resultados que se exponen en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Información de la Comunidad de Jimbitono

3.1.1. Ubicación

La comunidad de Jimbitono, ubicada a 12 kilómetros de la ciudad de Macas, Parroquia General Proaño, en la vía Macas- Riobamba, KM 9. La Parroquia General Proaño está conformada por cinco comunidades de Huacho, Jimbitono, Domono y los sectores alejados como Paccha y Nueva Jerusalén, puesto que la comunidad de Jimbitono tiene una población de 382 habitantes.



Figura 1-3: Ubicación comunidad Jimbitono

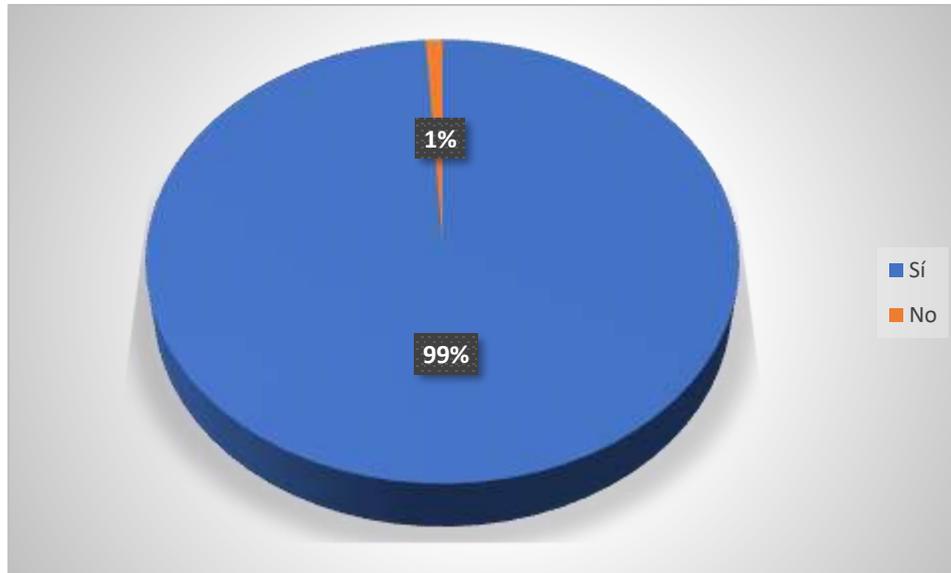
Fuente: Google Maps, 2012.

3.2. Análisis e Interpretación de Datos

Luego de realizar la investigación, a continuación, se presenta los resultados obtenidos en la misma.

Preguntas:

1. ¿Cree usted que exista la necesidad de contar con un lugar donde se expenda o comercialice artículos de bazar en la comunidad Jimbitono?



TABULACIÓN		
RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Sí	90	99%
No	1	1%
TOTAL	91	100%

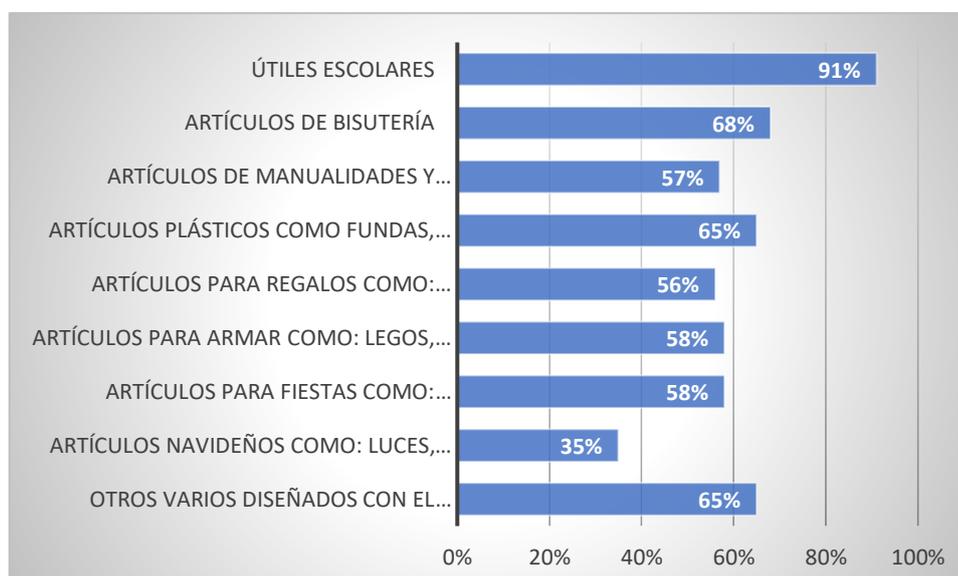
Gráfico 1-3: Resultados sobre la necesidad de un bazar en la comunidad Jimbitono

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Análisis e interpretación:

Como se puede visualizar en la tabla y gráfico presentados, la mayor parte de los encuestados considera que el 99% sí exista un lugar donde se comercialice artículos de bazar y así evitar trasladarse a otros lugares y el 1% indicaron que no, puesto que, de comercializar artículos de bazar, deberían comercializar otros negocios que sean mayor necesidad en la comunidad.

2. Si su respuesta a la pregunta anterior fue sí, responda ¿Qué producto se necesita en el mercado?



TABULACIÓN		
RESPUESTA	FRECUENCIA	%
ÚTILES ESCOLARES	83	91%
ARTÍCULOS DE BISUTERÍA	62	68%
ARTÍCULOS DE MANUALIDADES	52	57%
ARTÍCULOS PLÁSTICOS	59	65%
ARTÍCULOS PARA REGALOS	51	56%
ARTÍCULOS PARA ARMAR	53	58%
ARTÍCULOS PARA FIESTAS	53	58%
ARTÍCULOS NAVIDEÑOS	32	35%
OTROS VARIOS DISEÑADOS	60	65%

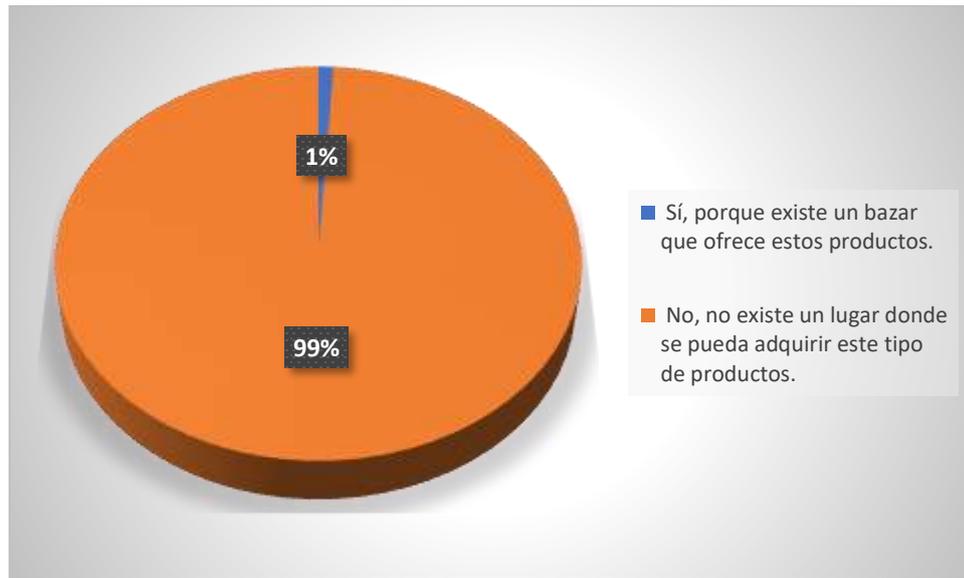
Gráfico 2-3: Resultados sobre productos requeridos en la comunidad Jimbitono

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Análisis e interpretación:

Con la finalidad de establecer los artículos que se ofreceran en el mercado, que mayor interés causan en ellos, a lo que la mayor de los encuestados mencionó que es los útiles escolares con el 91%, puesto que existen estudiantes en el sector y no pueden adquirir fácilmente este tipo de artículos cuando lo requieren. Seguido los artículos de bisutería con el 68% indicaron que existe una necesidad; debido a que, cuando existe eventos de la comunidad y el 35% consideran que los artículos navideños. Es evidente que los productos deben estar dirigidos a la población estudiantil, por lo que se deberá incluir este tipo de artículos.

3. ¿Conoce usted si en la comunidad Jimbitono se comercializa productos como los mencionados anteriormente?



TABULACIÓN		
RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Sí	1	1%
No	90	99%
TOTAL	91	100%

Gráfico 3-3: Resultados sobre lugar que adquieren artículos de bazar en Jimbitono

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Análisis e interpretación:

Con respecto a la pregunta conoce usted si en la comunidad de Jimbitono se comercializa productos como mencionados anteriormente. De los encuestados el 99% indicó que no existe lugar donde se pueda adquirir estos artículos, y el 1% dijo que, si porque ciertas tiendas poseen algunos de estos artículos.

4. Si su respuesta fue NO, podría usted indicarnos ¿En qué lugar, suele comprar los artículos de bazar?



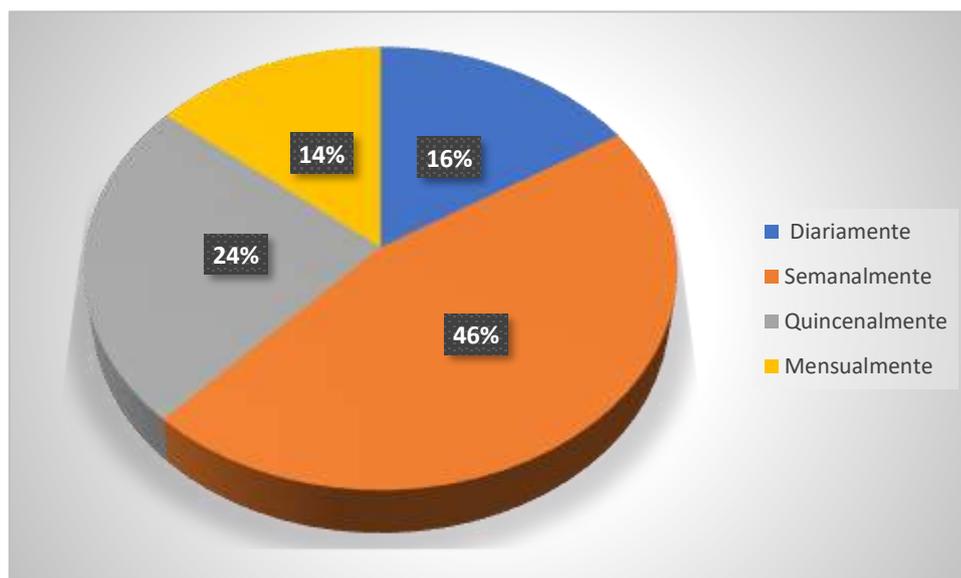
Gráfico 4-3: Resultados sobre el lugar donde adquieren artículos de Bazar en Jimbitono

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Análisis e interpretación:

Ante la pregunta en qué lugar suele comprar los artículos de bazar. De los encuestados el 85% estos artículos lo adquieren en la ciudad de Macas porque es el lugar en donde se puede encontrar todo tipo de artículos de bazar, el 11% se dirige a parroquias aledañas para adquirir este tipo de artículos, sobre todo cuando son requeridos por una ocasión imprevista y el 4% se dirige a otros cantones de la provincia para poder adquirir este tipo de artículos.

5. ¿Con qué frecuencia, adquiere usted artículos de bazar?



TABULACIÓN		
RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Diariamente	14	16%
Semanalmente	42	46%
Quincenalmente	22	24%
Mensualmente	13	14%
TOTAL	91	100%

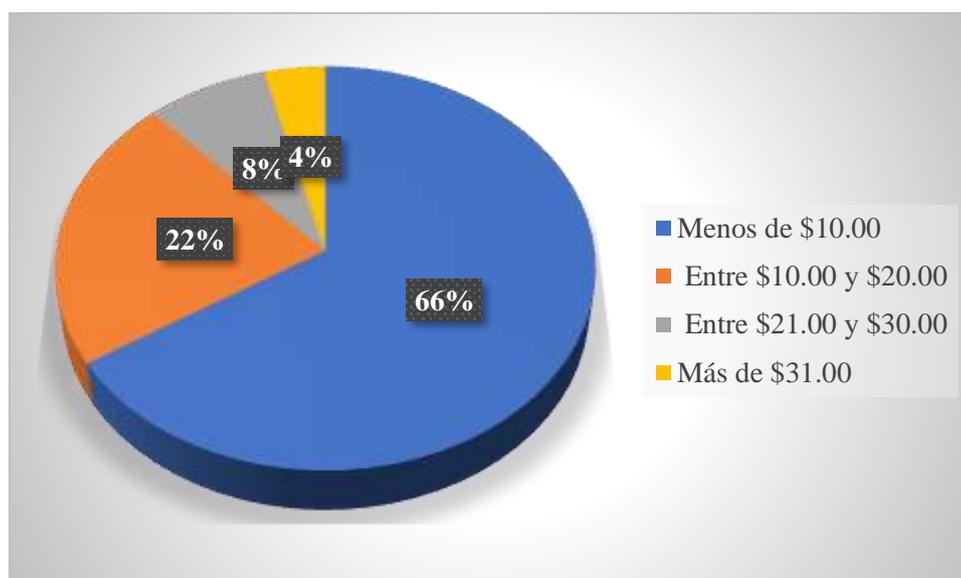
Gráfico 5-3: Resultados sobre la frecuencia para adquirir artículos de bazar

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Análisis e interpretación:

Para determinar la frecuencia con que los habitantes de la comunidad de Jimbitono asisten a un bazar, se consultó sobre el tema. A ello, el 46% de la muestra tienen la necesidad de adquirir estos productos semanalmente porque se considera que tienen un plazo de entregar los trabajos escolares, el 24% lo adquiere quincenalmente, el 16% diariamente porque tiene que entregar sus trabajos de un día para otro y el 14% adquiere los artículos mensualmente porque tienen más facilidad al momento de entregar sus trabajos, y compran en grandes cantidades para no estar en la necesidad de adquirir estos artículos cada semana o quincena.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en cada compra de artículos de bazar?



TABULACIÓN		
RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Menos de \$10.00	60	66%
Entre \$10.00 y \$20.00	20	22%
Entre \$21.00 y \$30.00	7	8%
Más de \$31.00	4	4%
TOTAL	91	100%

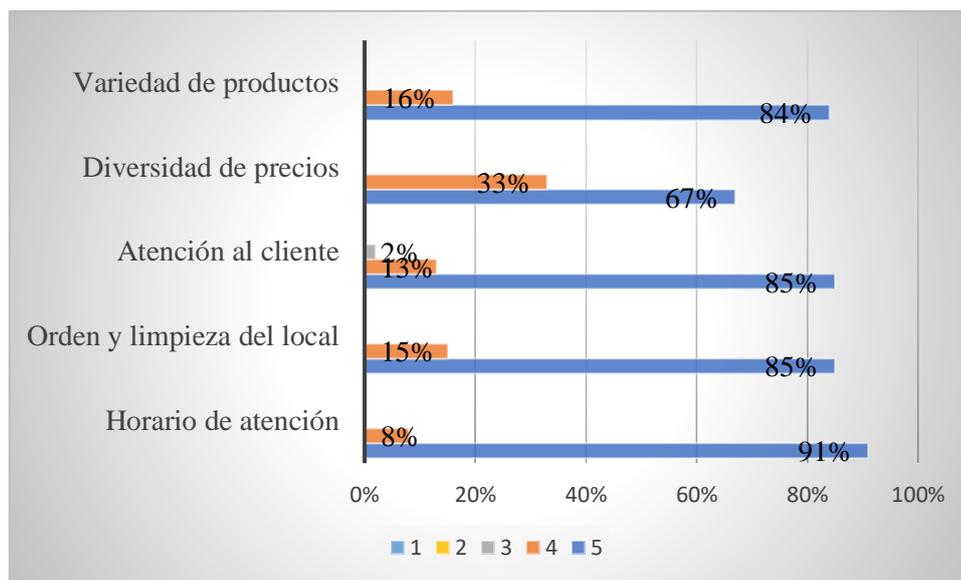
Gráfico 6-3: Resultados sobre el monto a gastar en artículos de bazar

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Análisis e interpretación:

Según los datos obtenidos en el estudio, con la pregunta cuánto estaría dispuesto a gastar en cada compra de artículos de bazar. La mayor parte de los habitantes de la comunidad de Jimbitono, gastan un promedio de menos de 10 dólares en cada compra con el 66%, en diferencia de otros habitantes gasta el 22% entre \$10.00 y \$20.00 y ocasionalmente el 4% gastaría más de \$31.00. El precio es un factor importante para determinar la creación de un producto o servicio, para esta investigación el precio es de gran utilidad al momento de establecer los precios de los productos que se expendirá la microempresa de bazar.

7. Podría usted calificar las características que considera más importante para un local de bazar. En una escala del 1 al 5 (donde 5 es la más significativa)



TABULACIÓN			
RESPUESTA	FRECUENCIA		
	3	4	5
Variedad de productos		15	76
Diversidad de precios		30	61
Atención al cliente	2	12	77
Orden y limpieza del local	1	12	78
Horario de atención		8	83

Gráfico 7-3: Resultados sobre la significancia en los servicios de un bazar

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Análisis e interpretación:

Ante la pregunta podría usted calificar las características que considera más importante para un local de bazar. De los encuestados el 84% indicó la variedad de productos porque debe haber productos variados para que puedan adquirir todo lo que necesitan, la diversidad de precios el 67% indicó porque debido a la crisis sanitaria que estamos cursando afectó y afectará a la economía de la comunidad por eso los precios deben ser accesibles para los clientes, atención al cliente y orden y limpieza del local con el 85% en ambas porque un lugar que tenga buena relación con el cliente y el espacio este limpio y ordenado genera confianza al cliente, y en el horario de atención es el asunto más importante para los habitantes del sector. El 91% lo que implica que a los clientes les interesa el adquirir los productos con horarios amplios.

8. Considera usted importante que el local que comercialice artículos de bazar, ofrezca servicio a domicilio a un precio razonable.



Gráfico 8-3: Resultados sobre la aceptación de servicio a domicilio

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Análisis e interpretación:

Ante la pregunta considera usted importante que el local que comercialice artículos de bazar, ofrezca servicio a domicilio a un precio razonable. De los encuestados el 92% indicó que sí porque por esto de la pandemia no quieren correr riesgo saliendo de sus hogares por eso optan el servicio a domicilio y el 8% indicó que no porque el que hace la entrega a domicilio puede traer consigo el virus de la COVID 19 a sus hogares.

3.3. Comprobación de la Interrogante de estudio

La interrogante de estudio hipótesis planteada es: ¿El modelo del negocio es factible para la creación de la microempresa dedicada a la comercialización de artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono?. Luego de analizado los datos resultantes del cuestionario, se puede observar que la interrogante es aceptada, pues en la comunidad Jimbitono existe la necesidad de crear una microempresa tipo bazar, para satisfacer las necesidades de los habitantes del sector con lo que se valida la viabilidad del presente proyecto, esto es, desarrollar una propuesta innovadora que permita abordar todos los aspectos de un Plan de Negocios especializado para la creación de la microempresa.

3.4. Discusión del resultado

La investigación realizada determino la factibilidad del proyecto al tener una aceptación para la creación de una microempresa de Jimbitono del 99% de la muestra; adicional a esto es notable la necesidad de los productos que ofrecería el proyecto, debido a la existencia de estudiantes que diariamente requieren útiles escolares y materiales para sus proyectos estudiantiles.

Por otra parte, a través de los resultados, se determinó que no existen este tipo de materiales en otros sitios como una alternativa para la población, por lo que la aceptación a la microempresa es alta; considerando además que alrededor del 50% de la muestra adquiere estos artículos semanalmente y que no existe negocios de este tipo y con la variedad de productos que requieren en las parroquias aledañas, por lo que prefieren comprar en el cantón capital de la Provincia.

La proyección de este proyecto inicialmente ubicado en la comunidad de Jimbitono, permitirá un retorno de inversión óptimo; además que tiene prospección de crecimiento a las parroquias aledañas, dada la necesidad del sector.

CAPÍTULO IV

4. MARCO PROPOSITIVO

4.1. Tema

Plan de Negocio para la creación de una microempresa de Bazar en la comunidad Jimbitono.

4.2. Justificación

Para iniciar un emprendimiento es indispensable preparar un Plan de Negocio, el cual plasma de manera cuantitativa y cualitativa la iniciativa de comercio que tiene en su mente el emprendedor; siendo este la base necesaria para la creación de este proyecto al determinar los componentes necesarios para la apertura de una microempresa de bazar en la comunidad de Jimbitono.

Esta planeación formal permitirá obtener varios beneficios al proyecto; como son detallar los factores a considerar para la creación y gestión administrativa del proyecto, verificaciones, mejoras o diseño de estrategias en función de las circunstancias que se vayan desarrollando dentro del mismo.

El enfoque a desarrollar en el Plan de Negocios, es primordial a la creación de una microempresa de bazar en la comunidad y está centrado en las necesidades del mercado, establecidas en la investigación, lo cual determino factores importantes a considerar dentro del planteamiento del plan, siendo así que a continuación se detalla el plan a estructurar.

4.3. Objetivos

4.3.1. Objetivo General

Establecer un Plan de Negocio para la creación de una microempresa de bazar en la comunidad Jimbitono

4.3.2. Objetivo Específicos

- Caracterizar los principales datos de la microempresa tipo bazar en la comunidad Jimbitono.
- Plantear un modelo operativo que permita crear una microempresa bazar en la comunidad de Jimbitono.
- Desarrollar las fases a considerar para la implementación de la propuesta.

4.4. Análisis de Factibilidad

Al realizar la investigación del proyecto evidencie resultados para la creación de una microempresa de bazar en la comunidad de Jimbitono, por la falta de un lugar que ofrezcan estos artículos en el sector; la propuesta busca soluciones para los habitantes del sector; además de considerar no solo el aspecto financiero o de rentabilidad; sino también, el de prestar un servicio eficiente a la comunidad.

Considerando los datos estadísticos de la investigación, el cual determino que el 99% de la muestra confirma que la comunidad requiere una microempresa de bazar; por lo que a través de este resultado se determina que el proyecto es factible y de urgente implementación en el sector. Al analizar la factibilidad del proyecto se determina aspectos como:

4.4.1. Económicos

La factibilidad del proyecto es de índole económico, a través del plan de negocios se establece lineamientos como flujos financieros, presupuestos requeridos, adquisiciones y gastos estimados para mantener un equilibrio financiero y evitar pérdidas innecesarias.

4.4.2. Recursos Humanos

El proyecto es factible desde el punto de vista del recursos humano, partiendo desde el concepto de generar nuevas plazas de trabajo para la atención al cliente, entrega a domicilio y registro contable; lo que apoyara el desarrollo del sector; sin contar con la activación del sector.

4.4.3. Tecnológicos

La utilización de herramientas tecnológicas en la empresa es un factor principal, para el control y manejo de la misma, en aspectos financieros, inventario y contable.

4.4.4. Institucional

La influencia del proyecto en la comunidad, genera un impacto económico, social e institucional para las autoridades de la Paroquia, el fortalecimiento económico se evidencia al ver microempresas que inician operaciones en el territorio.

4.5. Caracterización de la microempresa

4.5.1. Aspectos Generales de la Microempresa

Entre los aspectos Generales de la empresa se debe iniciar con sacar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) para poder ir adquiriendo el inventario y realizando los gastos correspondientes a la apertura de la microempresa; a continuación, se detalla la caracterización de la microempresa:

Número de RUC:	En trámite
Apellidos y Nombres:	Rivera Ochoa Lourdes Valeria
Razón social:	Despensa del ahorro
Personería Jurídica:	En trámite
Provincia:	Morona Santiago
Cantón:	Macas
Comunidad:	Jimbitono
Dirección:	Vía a Riobamba / Km 9

4.5.2. Objetivos de la microempresa

Los principales objetivos de la microempresa son:

- Ser una microempresa solvente que garantice sus actividades administrativas y de comercialización para el personal y propietarios.
- Registrar todas las actividades económicas, a fin de tener estados financieros reales para la toma de decisiones y el cumplimiento con las instituciones de control.
- Manejar de manera adecuada los inventarios de tal forma que exista el stock necesario para la atención al cliente.
- Desarrollar y actualizar permanentemente el Plan de Negocios para el cumplimiento de objetivos establecidos.

4.5.3. Misión de la microempresa

La Misión de la microempresa es: “Ofrecer artículos de bazar de alta calidad, mediante una atención adecuada y excelentes condiciones para el cliente, con un personal comprometido con el servicio brindado”

4.5.4. Visión de la microempresa

La Visión de la microempresa es: “Ser el mejor bazar en la comunidad de Jimbitono, mejorando cada día su servicio y variedad de productos”

4.5.5. Valores de la microempresa

Entre los principales valores se establecen los siguientes:

- Transparencia en la calidad de productos.
- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad Social.
- Normas y políticas establecidas y claras.
- Calidad en la atención al cliente.

4.6. Modelo Operativo

El modelo operativo permite establecer estrategias a implementar para mejorar la comercialización de los artículos ofrecidos y de esta forma sostener financieramente la microempresa de bazar en la comunidad de Jimbitono; este modelo operativo.



Gráfico 1-4: Modelo operativo de la propuesta

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

4.7. Desarrollo de fases

Las fases para el desarrollo de la propuesta son cuatro, que se describen a continuación:

4.7.1. Análisis del Contexto Estratégico

Entre las principales necesidades y problemas que presenta la creación de la microempresa de bazar están las siguientes:

Necesidades: Determinar la ubicación del local comercial en la comunidad; diseñar y remodelar la infraestructura del local para mejorar la presentación de las cualidades de la microempresa y la adquisición del inventario y perchado correspondiente.

Problemas: Necesidad de recursos financieros para la creación de la microempresa de bazar en la comunidad Jimbitono, así como el tiempo requerido para la adecuación del local, entrega de inmobiliario, representa costos de constitución en la microempresa, los cuales deben ser reducidos.

4.7.2. Análisis Situacional

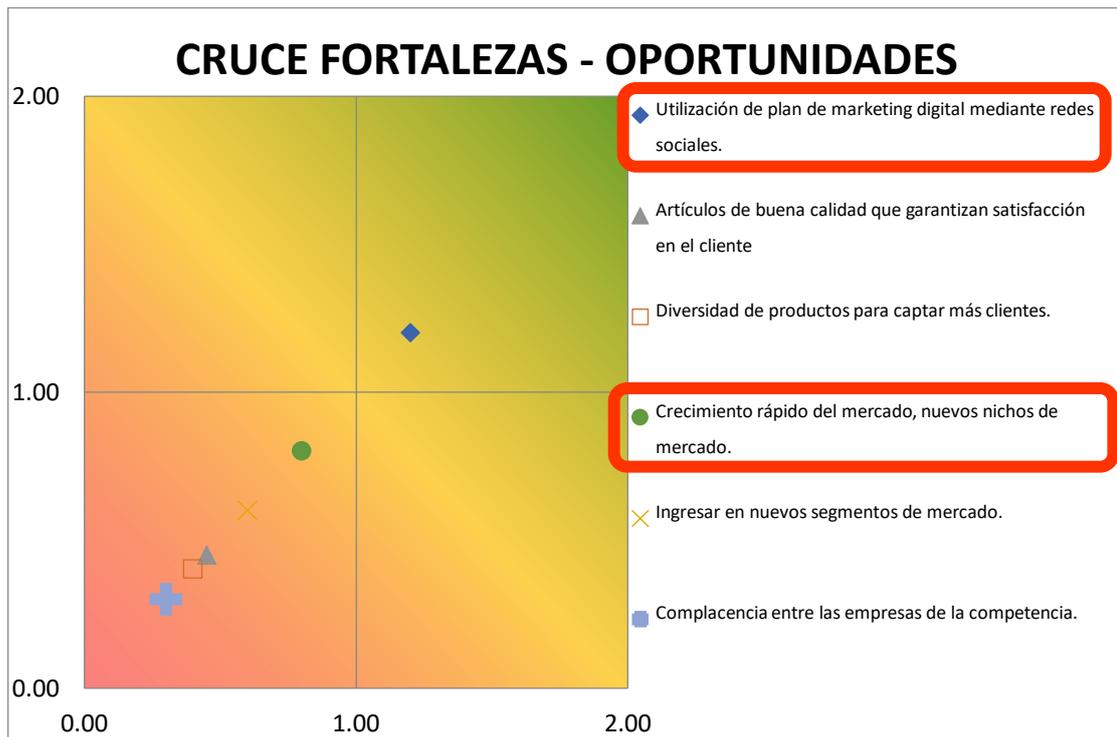
A través de la investigación del sector, se realizó un análisis interno y externo del entorno para poder determinar un análisis FODA, que permita establecer las fortalezas y debilidades; así como las oportunidades y amenazas del proyecto.

Tabla 1-4: Análisis FODA microempresa bazar en Jimbitono

ANÁLISIS DE AMBIENTE INTERNO		
Se muestran los resultados para cada una de las dimensiones de análisis del ambiente interno determinadas, mostrando al respecto al tipo de influencia y el impacto que generan.		
Cliente	Marketing	Cliente
Fortalezas	Fortalezas	Fortalezas
Artículos de buena calidad que garantizan satisfacción en el cliente	Utilización de plan de marketing digital mediante redes sociales.	Diversidad de productos para captar más clientes.
Debilidades	Debilidades	Debilidades
Mala atención del personal con clientes.	No existe un plan estratégico que seguir por la empresa.	No se cuenta con herramientas tecnológicas para manejo contable, financiero y de inventario.
ANÁLISIS DE AMBIENTE EXTERNO		
Se muestran los resultados para cada una de las dimensiones de análisis del entorno determinadas, mostrando al respecto al tipo de influencia y el impacto que generan.		
Mercado	Mercado	Mercado
Oportunidades	Oportunidades	Oportunidades
Crecimiento rápido del mercado, nuevos nichos de mercado.	Ingresar en nuevos segmentos de mercado.	Complacencia entre las empresas de la competencia.
Amenazas	Amenazas	Amenazas
Entrada de nuevos competidores.	Cambios de las necesidades y gustos de los competidores.	Obligación de facturación electrónica y no estar preparados.

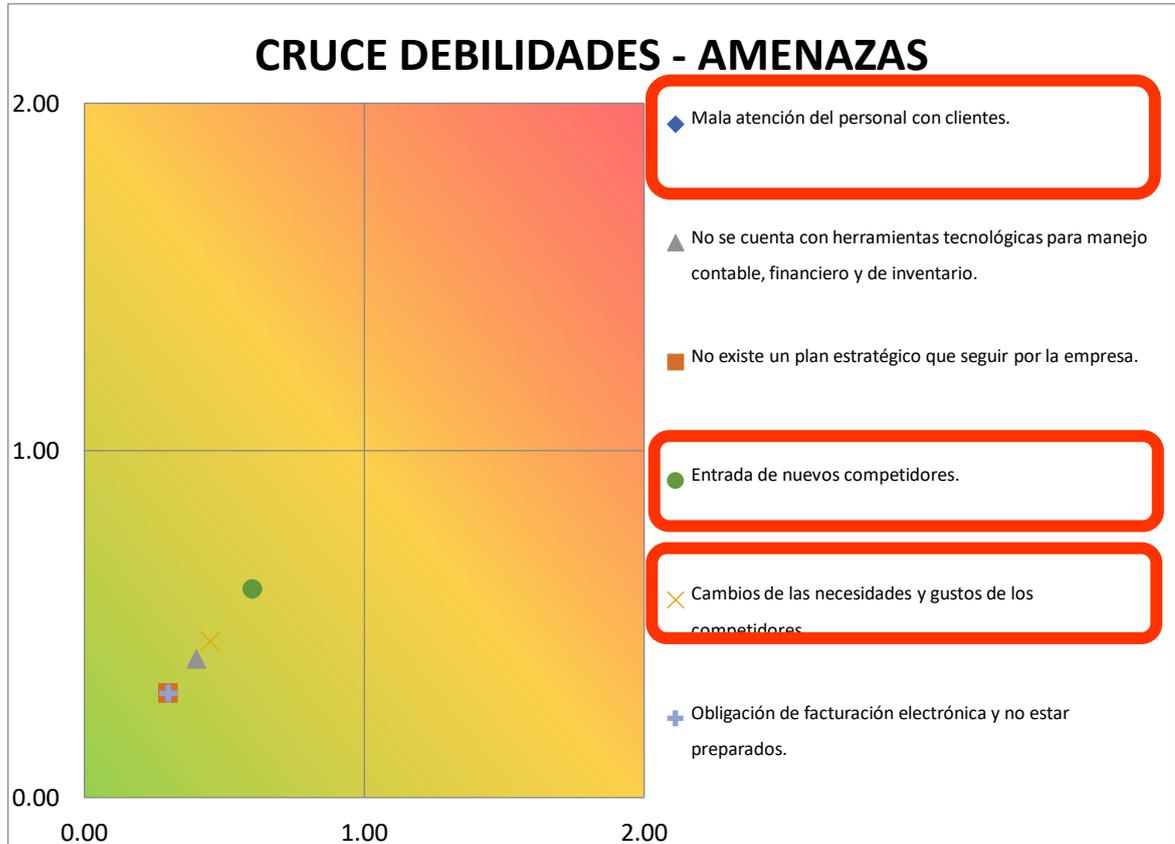
Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Tabla 2-4: Cruce fortalezas y oportunidades



Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Tabla 3-4: Cruce debilidades y amenazas



Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

4.7.3. Formulación de estrategias

Para la realización del proyecto es necesario establecer las mejores estrategias para el posicionamiento del mercado y la creación de la microempresa en sí; para lo cual se debe:

- Estrategias de Marketing: las cuales aborden campañas publicitarias en línea por redes sociales, así como diseños vistosos para la imagen de la microempresa.
- Estrategias Comercial: como la calidad en la atención al cliente, diversificación de productos y ofertas atrayentes.
- Estrategias de Recursos Humanos: donde se evalúe y se capacite al personal para la atención adecuada al cliente.
- Estrategias Financieras: Para el uso adecuado de los recursos, así como el registro y actualización de balances que permitirá tomar decisiones reales en función a los resultados de la gestión comercial y administrativa.

4.7.4. Monitoreo y Control

Para el buen desarrollo del proyecto, debe ejercerse actividades de monitoreo y control como última fase en la creación de la microempresa de bazar en Jimbitono; para lo cual se debe considerar:

- Establecimiento de un Reglamento Interno para el personal que labora dentro de la microempresa, el cual aborde datos importantes como el uso correcto del uniforme, horarios de atención y valores dentro de la convivencia diaria.
- Conocimiento sobre la misión, visión y valores empresariales hacia el personal y los clientes para fomentar la cultura empresarial activa.
- Reuniones administrativas de entrega de resultados para establecer el camino que está siguiendo el emprendimiento.
- Seguimiento de los resultados esperados versus los obtenidos para poder tomar decisiones oportunas.

4.8. Análisis Financiero

Tabla 4-4: Productos a ofertar

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS	PRECIO UNITARIO
Cuaderno	0,80
Esfero	0,40
Pintura de 12 colores	3,00
Lápiz	0,24
Carpeta plástica	0,35
Collar fantasía con dije	1,25
Pinta uñas mixtos	0,45
Labiales Mixtos	0,50
Aretes Cortos	0,15

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Tabla 5-4: Plan de inversión

ADECUACIONES DE LOCAL			
Descripción	Cantidad m2	Costo Unitario (dólares)	Costo Total (dólares)
Adecuaciones del local	10	17,00	170,00
TOTAL		17,00	170,00

EQUIPOS & MAQUINARIAS			
Equipo	Cantidad (unidades)	Costo Unitario (dólares)	Costo Total (dólares)
Computadora	1	500,00	500,00
Impresora	1	60,00	60,00
TOTAL		560,00	560,00

MUEBLES Y ENSERES			
Activo	Cantidad (unidades)	Costo Unitario (dólares)	Costo Total (dólares)
Escritorio	1	50,00	50,00
Silla	2	15,00	30,00
Estanterías	5	85,00	425,00
TOTAL			505,00

OTROS GASTOS DE INVERSION			
Descripción	Cantidad (unidades)	Costo Unitario (dólares)	Costo Total (dólares)
Certificado de Funcionamiento y Permisos	1	150,00	150,00
Capital Social	1	1.000,00	1.000,00
TOTAL			1.150,00
INVERSION TOTAL			3.235,00

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Tabla 6-4: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Rubro	Mensual	Anual
Teléfono	30,00	360,00
Luz	80,00	960,00
Agua	20,00	240,00
Internet	10,00	120,00
Publicidad	50,00	600,00
Suministros de oficina	30,00	360,00
TOTAL	220,00	2.640,00

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Tabla 7-4: Gastos de Publicidad

PUBLICIDAD			
	Costo	Tiempo al Año	Total
Banners Publicitarios	10,00	2	20,00
Volantes	15,00	6	90,00
TOTAL			110,00

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Tabla 8-4: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA							
Crecimiento	4%	0	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos	PRECIOS						
Cuaderno	\$ 0,80		2.304,00	2.396,16	2.492,01	2.591,69	2.695,35
Esfero	\$ 0,40		1.440,00	1.497,60	1.557,50	1.619,80	1.684,60
Pintura de 12 colores	\$ 3,00		3.600,00	3.744,00	3.893,76	4.049,51	4.211,49
Lápiz	\$ 0,24		691,20	718,85	747,60	777,51	808,61
Carpeta plástica	\$ 0,35		336,00	349,44	363,42	377,95	393,07
Collar fantasía con dije	\$ 1,25		600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
Pinta uñas mixtos	\$ 0,45		972,00	1.010,88	1.051,32	1.093,37	1.137,10
Labiales Mixtos	\$ 0,50		600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
Aretes Cortos	\$ 0,15		216,00	224,64	233,63	242,97	252,69
Total, Ingresos			15.022,49	15.623,39	16.248,32	16.898,26	17.574,19
Costos de Venta							
Cuaderno	\$ 0,50		2.304,00	2.396,16	2.492,01	2.591,69	2.695,35
Esfero	\$ 0,20		1.440,00	1.497,60	1.557,50	1.619,80	1.684,60
Pintura de 12 colores	\$ 2,10		3.600,00	3.744,00	3.893,76	4.049,51	4.211,49
Lápiz	\$ 0,15		691,20	718,85	747,60	777,51	808,61
Carpeta plástica	\$ 0,20		336,00	349,44	363,42	377,95	393,07
Collar fantasía con dije	\$ 0,65		600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
Pinta uñas mixtos	\$ 0,22		972,00	1.010,88	1.051,32	1.093,37	1.137,10
Labiales Mixtos	\$ 0,30		600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
Aretes Cortos	\$ 0,08		216,00	224,64	233,63	242,97	252,69
Total, Costos			9.972,00	10.370,88	10.785,72	11.217,14	11.665,83
Utilidad Bruta			5.050,49	5.252,51	5.462,61	5.681,11	5.908,36

FLUJO DE CAJA							
Gastos Administrativos							
Teléfono			360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Luz			960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Agua			240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Internet			120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Publicidad			600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Suministros de oficina			360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Total, Gasto Administrativos			2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00	2.640,00
Otros Gastos							
Interés			\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación Anual de Activos			\$ 352,80	\$ 352,80	\$ 352,80	\$ 352,80	\$ 352,80
Total, Otros Gastos			\$ 352,80				
Utilidad Antes de Particip. e Impto.			\$ 2.057,69	\$ 2.259,71	\$ 2.469,81	\$ 2.688,31	\$ 2.915,56
Participación de Trabajadores	15%		\$ 308,65	\$ 338,96	\$ 370,47	\$ 403,25	\$ 437,33
Impuesto a la Renta	25%		\$ 437,26	\$ 480,19	\$ 524,83	\$ 571,27	\$ 619,56
Utilidad Liquida			\$ 1.311,78	\$ 1.440,56	\$ 1.574,50	\$ 1.713,80	\$ 1.858,67
(-) Depreciación			\$ 352,80	\$ 352,80	\$ 352,80	\$ 352,80	\$ 352,80
(-) Amortización							
(-) Inversión Inicial		-\$ 3.265					
(-) (+) Capital de trabajo		-\$ 1.000					
(+) Préstamo		\$ 0					
(+) Valor de Desecho							
(=) FLUJO DE CAJA (\$)		-\$ 4.265	\$ 958,98	\$ 1.087,76	\$ 1.221,70	\$ 1.361,00	\$ 1.505,87
TASA	12,0%						
VAN	4.266,08						
TIR	33,1%						

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Tabla 9-4: Capital de trabajo

MÉTODO DE DEFICIT ACUMULADO														
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS	PRECIOS													
Cuaderno	\$ 0.80		192.00	195.84	199.76	203.75	207.83	211.98	216.22	220.55	224.96	229.46	234.05	238.73
Esfero	\$ 0.40		120.00	122.40	124.85	127.34	129.89	132.49	135.14	137.84	140.60	143.41	146.28	149.20
Pintura de 12 colores	\$ 3.00		300.00	306.00	312.12	318.36	324.73	331.22	337.85	344.61	351.50	358.53	365.70	373.01
Lápiz	\$ 0.24		57.60	58.75	59.93	61.13	62.35	63.60	64.87	66.16	67.49	68.84	70.21	71.62
Carpeta plástica	\$ 0.35		28.00	28.56	29.13	29.71	30.31	30.91	31.53	32.16	32.81	33.46	34.13	34.81
Collar fantasía con dije	\$ 1.25		50.00	51.00	52.02	53.06	54.12	55.20	56.31	57.43	58.58	59.75	60.95	62.17
Pinta uñas mixtos	\$ 0.45		81.00	82.62	84.27	85.96	87.68	89.43	91.22	93.04	94.90	96.80	98.74	100.71
Labiales Mixtos	\$ 0.50		50.00	51.00	52.02	53.06	54.12	55.20	56.31	57.43	58.58	59.75	60.95	62.17
Aretes Cortos	\$ 0.15		18.00	18.36	18.73	19.10	19.48	19.87	20.27	20.68	21.09	21.51	21.94	22.38
Total Ingresos			1,203.87	1,227.95	1,252.51	1,277.56	1,303.11	1,329.17	1,355.76	1,382.87	1,410.53	1,438.74	1,467.52	1,496.87
Costos de Venta														
Cuaderno	\$ 0.50		192.00	195.84	199.76	203.75	207.83	211.98	216.22	220.55	224.96	229.46	234.05	238.73
Esfero	\$ 0.20		120.00	122.40	124.85	127.34	129.89	132.49	135.14	137.84	140.60	143.41	146.28	149.20
Pintura de 12 colores	\$ 2.10		300.00	306.00	312.12	318.36	324.73	331.22	337.85	344.61	351.50	358.53	365.70	373.01
Lápiz	\$ 0.15		57.60	58.75	59.93	61.13	62.35	63.60	64.87	66.16	67.49	68.84	70.21	71.62
Carpeta plástica	\$ 0.20		28.00	28.56	29.13	29.71	30.31	30.91	31.53	32.16	32.81	33.46	34.13	34.81
Collar fantasía con dije	\$ 0.65		50.00	51.00	52.02	53.06	54.12	55.20	56.31	57.43	58.58	59.75	60.95	62.17
Pinta uñas mixtos	\$ 0.22		81.00	82.62	84.27	85.96	87.68	89.43	91.22	93.04	94.90	96.80	98.74	100.71
Labiales Mixtos	\$ 0.30		50.00	51.00	52.02	53.06	54.12	55.20	56.31	57.43	58.58	59.75	60.95	62.17
Aretes Cortos	\$ 0.08		18.00	18.36	18.73	19.10	19.48	19.87	20.27	20.68	21.09	21.51	21.94	22.38
Total Costos			831.00	847.62	864.57	881.86	899.50	917.49	935.84	954.56	973.65	993.12	1,012.98	1,033.24
Utilidad Bruta			372.87	380.33	387.94	395.70	403.61	411.68	419.92	428.32	436.88	445.62	454.53	463.62
INGRESOS														
70% al contado	100%		\$ 1,204	\$ 1,228	\$ 1,253	\$ 1,278	\$ 1,303	\$ 1,329	\$ 1,356	\$ 1,383	\$ 1,411	\$ 1,439	\$ 1,468	\$ 1,497
Ingreso Mensual			\$ 1,204	\$ 1,228	\$ 1,253	\$ 1,278	\$ 1,303	\$ 1,329	\$ 1,356	\$ 1,383	\$ 1,411	\$ 1,439	\$ 1,468	\$ 1,497
Gastos Administrativos														
Teléfono		\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Luz		\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Agua		\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Internet		\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
Publicidad		\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Suministros de oficina		\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Total GastoAdministrativos		\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 220
Ingresos			\$ 1,204	\$ 1,228	\$ 1,253	\$ 1,278	\$ 1,303	\$ 1,329	\$ 1,356	\$ 1,383	\$ 1,411	\$ 1,439	\$ 1,468	\$ 1,497
Gastos		\$ 220	\$1,051.00	\$ 1,067.62	\$ 1,084.57	\$ 1,101.86	\$ 1,119.50	\$ 1,137.49	\$ 1,155.84	\$1,174.56	\$ 1,193.65	\$1,213.12	\$ 1,232.98	\$ 1,253.24
Total Liquido Efectivo		-\$ 220	\$ 152.87	\$ 160.33	\$ 167.94	\$ 175.70	\$ 183.61	\$ 191.68	\$ 199.92	\$ 208.32	\$ 216.88	\$ 225.62	\$ 234.53	\$ 243.62
Déficit Acumulado		-\$ 67.13	\$ 313.21	\$ 328.27	\$ 343.63	\$ 359.31	\$ 375.29	\$ 391.60	\$ 408.23	\$ 425.20	\$ 442.50	\$ 460.15	\$ 478.15	\$ 243.62

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Tabla 10-4: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS												
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	1.203,87	1.227,95	1.252,51	1.277,56	1.303,11	1.329,17	1.355,76	1.382,87	1.410,53	1.438,74	1.467,52	1.496,87
(-) Costo de Ventas	831,00	847,62	864,57	881,86	899,50	917,49	935,84	954,56	973,65	993,12	1.012,98	1.033,24
(=) Utilidad Bruta	372,87	380,33	387,94	395,70	403,61	411,68	419,92	428,32	436,88	445,62	454,53	463,62
% Utilidad Bruta	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%	31%
(-) Gastos Administrativos	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00
(-) Depreciaciones	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40
(=) Total de Gastos	249,40	249,40	249,40	249,40	249,40	249,40	249,40	249,40	249,40	249,40	249,40	249,40
(=) Utilidad Antes de Int. e Imp.	123,47	130,93	138,54	146,30	154,21	162,28	170,52	178,92	187,48	196,22	205,13	214,22
(-) Interés (11,33%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad Antes de Imp.	123,47	130,93	138,54	146,30	154,21	162,28	170,52	178,92	187,48	196,22	205,13	214,22
(-) Part. a Trabajadores (15%)	18,52	19,64	20,78	21,94	23,13	24,34	25,58	26,84	28,12	29,43	30,77	32,13
(-) Impuesto a la Renta (25%)	30,87	32,73	34,63	36,57	38,55	40,57	42,63	44,73	46,87	49,05	51,28	53,56
(=) Utilidad Neta	74,08	78,56	83,12	87,78	92,53	97,37	102,31	107,35	112,49	117,73	123,08	128,53
Utilidad Acumulada	74,08	152,64	235,77	323,54	416,07	489,90	599,68	709,66	819,84	930,22	1040,81	1151,61

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Punto de equilibrio:

$$\text{Punto de Equilibrio Global} = \frac{\text{costos Fijos Totales}}{\frac{1- \text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Netas}}}$$

Tabla 11-4: Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio en Ventas	
Ventas Netas	15.022,49
Costos Variables Totales	9.972,00
Costos Fijos Totales	2.640,00
Punto de Equilibrio	7.852,58

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

Tabla 12-4: Payback

PAYBACK				
PERIODO	SALDO DE INVER.	FLUJO DE CAJA	RENTAB. EXIGIDA	RECUPER. DE INVERSIÓN
0				
1	4.265,00	1.664,58	792,38	872
2	3.392,80	1.793,36	630,33	1.163
3	2.229,77	1.927,30	414,26	1.513
4	716,73	2.066,60	133,16	1.933
5	-1.216,71	2.211,47	-226,05	2.438

TMAR	18,6%
-------------	-------

Realizado por: Rivera Lourdes, 2021.

CONCLUSIONES

Luego de la investigación del proyecto se establecieron las siguientes conclusiones:

Luego de abordar la fundamentación científica se pudo establecer los principales parámetros para plantear el Plan de Negocios para la microempresa de bazar en la comunidad de Jimbitono, lo que permitió plantear la propuesta del proyecto. La investigación metodológica establece que existe un 99% de la población que tienen aceptación al proyecto lo que, valida la factibilidad del mismo, así como elementos importantes que permitieron el desarrollo de la propuesta establecida. El Plan de Negocios, permitió ahondar más en cuestiones particulares del entorno interno y externo a través del análisis FODA lo que estableció datos de mercado a considerar dentro de la propuesta planteada y que deben seguirse en la creación de la microempresa. Basados en la factibilidad del proyecto, esta tendrá un retorno de inversión adecuado, además de un margen de rentabilidad aceptable. Implementar estrategias de marketing para la promoción de la microempresa de Bazar en la comunidad de Jimbitono y de esta forma potenciar el mercado y apertura nuevos clientes. Financieramente el proyecto es viable, la recuperación de la inversión se da al tercer año.

RECOMENDACIONES

Entre las principales recomendaciones se establece:

Implementar una estrategia negocios fundamentado científicamente como es el presente Plan de Negocios, debido a que cumple con los parámetros requeridos para la creación de una microempresa de bazar en Jimbitono. Mantener y actualizar el presente Plan de negocios ya que es una herramienta que facilita el análisis del contorno empresarial para la optimización de recursos. Considerar la retroalimentación de los clientes ya que permitirá contrarrestar las amenazas estimadas en el presente estudio; diseñando estrategias acordes a las necesidades de la microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, M. (24 de Enero de 2020). *¿Qué es el Control Interno y por qué es importante?* Recuperado el 30 de Octubre de 2020, de Marsh y McLennan: <https://www.marsh.com/pe/es/insights/risk-in-context/control-interno-empresarial.html>
- Aguilar Jara, I. (2019). Análisis del riesgo desde el punto de vista de la auditoría. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 28, 27-42. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020, de <https://accid.org/wp-content/uploads/2020/03/2-1.pdf?fbclid=IwAR1APQMijPc4Tu1VfUU0UmOLdvfciWtF836719X5ujuShN0BgGsm2-O4UvA>
- Arévalo, M. C. (05 de Octubre de 2020). *Cómo realizar la Evaluación del Sistema del Control Interno*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2020, de Opirani: <https://www.piranirisk.com/es/blog/como-realizar-la-evaluacion-del-sistema-del-control-interno>
- Arias Villalta, J. (2016). *Diseño y Propuesta de una Auditoría de Gestión Operativa, para la evaluación y control del desempeño de los procesos productivos de la microempresas manufactura de ropa de bebé "Creaciones Gabby", unificada en el sector sur de Quito, año 2015*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2020, de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12242/Tesis%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR0dMXpGOy4rh-k5rs3tUSudxf0FrqUyxkdvenjqIxYZdb4ckEL2NsQOCyA>
- Bermúdez Ramirez, J. (s.f.). *El riesgo en la Auditoría de cuentas: Estudio en empresas del Sector Público*. (2018, Ed.) Recuperado el 05 de Diciembre de 2020, de Universidad de Barcelona: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/125209/1/TFM-CiF_Bermudez%20Ramirez.pdf?fbclid=IwAR0MwmxKJU3qA51yARTiFrpa7FDIe5KnJi07DQavWqwWe-yEOMAF8qixK7E
- Buele Guamantario, T., & Díaz Bermeo, M. (2018). *Evaluación y propuesta de mejora del sistema de control interno de la empresa artesana CÍA.LTDA*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de Universidad de Cuenca:

file:///C:/Users/Maria%20Pe%C3%B1a/Downloads/TRABAJO%20DE%20TITULACION.pdf

Caivinagua Peñafiel, J. (2013). *Evaluación del Control Interno al Proceso de Tesorería en el Departamento Financiera del Gobierno Descentralizado Municipal del Cantón Pastaza, para determinar el adecuado control en los procesos por el segundo semestre del ejercicio fiscal 2012*. Recuperado el 19 de Marzo de 2021, de Universidad Regional Autónoma de los Andes "UNIANDES": <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2020/1/TUPCYA007-2013.pdf>

Campos Muñoz, A., Castañeda Audiffred, R., Holguín Maillard, F., López Prado, A., & Tejero Ginzález, A. (2018). *Auditoría de Estados Financieros y su Documentación: con énfasis en riesgos* (primera ed.). México. Recuperado el 04 de Enero de 2021, de <http://elibro.net/es/ereader/esepoch/116938?page=193>

Campoverde, A., & Remache, D. (2015). *Evaluación y mejora del sistema de control interno del Área Contable de la empresa "Agrota Cía. Ltda"*. Recuperado el 20 de Marzo de 2020, de Universidad de Cuenca: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23514/1/tesis.pdf>

Campoverde, A., & Remache, D. (2015). *Evaluación y mejora del sistema de control interno del area contable de la empresa "Agrota CÍA. LTDA."*. Recuperado el 20 de Marzo de 2021, de Universidad de Cuenca: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23514/1/tesis.pdf>

Cataya, M. (2017). *Riesgo de Auditoría*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2020, de COFAE: http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ven_ries_aud_2014.pdf

Cedeño, G. (2012). *Evaluación de Control Interno de al Organizacion Radial Amazonas*. Recuperado el 20 de Marzo de 2021, de Universidad Centro del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/730/1/T-UCE-0003-55.pdf>

Cevallos, P., & Lino, L. (2017). *Evaluación de Control Interno y su impacto en el área inventario Redima*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2020, de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17361/1/TESIS%20DE%20GRADO%20EVALUACION%20DE%20CONTROL%20INTERNO%20Y%20SU%20IMPACTO%20EN%20INVENTARIOS%20REDIMA.pdf>

- Chong, S. (2019). *Evaluación del Control Interno del departamento financiero del Gad Parroquial Bellavista del Contron 24 de Mayo*. Recuperado el 19 de Marzo de 2021, de Universidad Estatal del Sur de Manabí: <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1939/1/UNESUM-ECUADOR-AUDI-2019-25.pdf>
- Comisión de Investigación en Contabilidad y Auditoría Gubernamental Pública de México. (2020). *Análisis de Contabilidad y Auditoría Gubernamental*. Instituto Mexicano de Contabilidad Pública. Recuperado el 28 de Diciembre de 2020, de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/130930?page246>
- COOTAD. (11 de Agosto de 2010). *Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía Descentralización*. Recuperado el 2020 de Octubre de 2020, de Ministerio de Economía y Finanzas del Ecuador: https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_ORGANIZACION_TERRITORIAL.pdf
- Cubero, T. (2019). *Manual de Auditoría de Gestión. Enfoque empresarial de riesgos*. Recuperado el 25 de Octubre de 2020, de Universidad del Azuay: <http://publicaciones.uazuay.edu.ec/index.php/ceazuay/catalog/download/82/76/674-1?inline=1>
- EALDE. (20 de Julio de 2017). *La evaluación de controles de Gestión de riesgos*. Recuperado el 27 de Febrero de 2021, de EALDE: <https://www.ealde.es/evaluacion-controles-gestion-de-riesgos/>
- EALDE. (2020 de Abril de 2020). *Cómo hacer un Mapa de Calor en gestión de riesgos*. Recuperado el 02 de Marzo de 2021, de EALDE: https://www.youtube.com/watch?v=WJh4s2JKOL4&list=RDCMUCK0DKtgMc6ZRjFisKKqCQLA&start_radio=1&t=6&t=6
- Ferrari, A. (23 de Agosto de 2018). *Tipos de Riesgos de Auditoría*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2020, de <https://www.cuidatudinero.com/13176564/tipos-de-riesgos-de-auditoria>
- Frías Harcés, M. (Octubre de 2018). *Auditoría Operativa para la cuenta inventarios. Caso Jos Talleres*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2020, de Pontificia Universidad Católica

del Ecuador:
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2499/1/76782.pdf?fbclid=IwAR2AMleTAPBakwzzPUyItQzBKI8LlsR8Mn8NVgi0RQoKof4D4khkVVqR1DY>

GAD. (2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Río Blanco*. Recuperado el 28 de Octubre de 2020, de Página Oficial del GAD Parroquial Rural de Río Blanco: <https://www.rioblanco.gob.ec/lotaip/>.

Galaz, Yamazaki; Ruiz Urquiza, S.C. (2015). *Marco de referencia para la Implementación del Control Interno*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2020, de Deloitte: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/COSO-Sesion1.pdf>

Google Maps. (05 de 03 de 2021). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps.

INEC. (2016). *Censo de Poblacion y Vivienda 2010*. Ecuador: INEC.

ISTAI. (Agosto de 2017). *Manual General de Contabilidad Gubernamental*. Recuperado el 24 de Marzo de 2021, de Instituto Sonorense de Transparencia, Acceso a la Información Pública y protección de datos personales: <http://transparenciasonora.org/pdf/MANUAL%20GENERAL%20DE%20CONTABILIDAD%20GUBERNAMENTAL%20ISTAI.pdf>

Kiziryan, M. (2020). *Analisis FODA*. Mexico: Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-dafo.html>

Koenes, A. (2016). *Plan de Negocios Ventajas y Beneficios*. Madrid - España: Diaz de Santos.

Lanagores, O. (2018). *Matriz Probabilidad- Impacto*. Recuperado el 03 de Marzo de 2021, de Activo Conocimiento: <http://activaconocimiento.es/matriz-probabilidad-impacto/>

Laski, J. (11 de Diciembre de 2018). *La Auditoría basada en riesgos en la práctica*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2020, de AUDITOOL: <https://www.auditool.org/blog/auditoria-externa/6316-la-auditoria-basada-en-riesgos-en-la-practica>

Luna G., A. (2018). *Plan Estrategico de Negocios*. Riobamba: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/40472>.

- Mantilla, S. (2018). *Auditoría del Control Interno* (Cuarta ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Matamoros, E., & Cirino, A. (Marzo de 2015). *Auditoría de Control Interno a la empresa TULICORP S.A. de la ciudad de Guayaquil - año 2014*. Recuperado el 20 de Octubre de 2020, de Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9059/1/UPS-GT000904.pdf>
- Medina, W., & Morocho, Z. (2015). *Cintabilidad Gubernamental I* (UTMACH ed.). Machala, Ecuador: Editorisl de la Universidad Técnica de Machala. Recuperado el 24 de Marzo de 2021, de <file:///C:/Users/usuari/Downloads/61%20CONTABILIDAD%20GUBERNAMENTAL%20I.pdf>
- Meléndez, J. (2016). *Control Interno* (ULADECH ed.). (U. C. Chimbote, Ed.) Lima, Perú. Recuperado el 18 de Noviembre de 2020, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6392/LIBRO%20DE%20CONTROL%20INTERNO%20CON%20LOGO%20UTEX%20Y%20CODIGO%20DE%20BARRA%20-%20TERMINADO%20FINAL%202016%20SETIEMBRE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mendoza, W., Delgado, M., García, T., & Barreiro, I. (28 de Octubre de 2018). El Control Inerno y su influencia en la Gestión Administrativa del sector público. *Revista Científica Dominio de las Ciencias - Dialnet*, 4(4), 206-240. doi:<http://dx.doi.org/10-23857/dom.cien.pocaip.2018.vol.4.n.4.206-240>
- Mora, L. (14 de Octubre de 2016). *Armado una Precisa matriz de riesgos*. Recuperado el 25 de Marzo de 2021, de Asociacion de Especialistas Certificados en Delitos Financieros: https://www.flexcompliance.com/repository/LUCIO_MORA_GUIA_PRACTICA_PARA_EL_ARMADO_DE_UNA_PRECISA_MATRIZ_DE_RIESGOS.pdf
- Moreira Reyes, L. (2017). *Auditoría Financiera para la empresa comercializadora de Luis Teneda Codelitesa S.A., unicada en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2020, de http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/588/1/PROYECTO_MOREIRA_REYES_JOSELYN.pdf?fbclid=IwAR1fdrcHfp5AGx5PdR-RYaJQAmwa3bV73Toa_F8IE7O0hcpChp83uIa7tXg

- Moreno Velasquez, G., & Vera Loor, A. (2017). *Proyecto de Creacion de una Papeleria en la Zona Residencial*. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral - Facultad de Economia y Negocios - Carrera en Ingenieria en Negocios Internacionales.
- Murillo Samaniego, A., & Ordóñez Ramírez, A. (Agosto de 2016). *Evaluación del Control Interno del Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial San José de Alluriquín, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2020, de Pontifica Universidad Católica del Ecuador SEDE Santo Domingo (ISSUU): https://issuu.com/pucesd/docs/trabajo_de_titulaci__n_pucesd_evalu?fbclid=IwAR3Mad7U1q4sd2x9Lq5auIhkiP6JmcCaaEPBKspZJrL6MIdivgTD96ZpOgg
- National Geographic. (2020). *El apasionante mundo de los Bazares*. USA: National Geographic. Obtenido de https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/apasionante-mundo-bazares_15854
- Omecaña, J. (2017). *Contabilidad General* (13a. ed.). (Deusto, Ed.) Barcelona, España. Recuperado el 24 de Marzo de 2021
- Oviedo, A., & Yakusik, A. (2015). *Guia Practica para la elaboracion de un Plan de Negocios*. Montevideo - Paraguay: JICA. Obtenido de Jica: https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf
- Paredes, Á. (2018). *Evaluación del control interno mediante la metodologia COSO 2013 al Departamento Financiero del Instituto Rcuatoriano de Seguridad Social, Centro de Especialidades Latamendi en el período 2016-2017*. Recuperado el 20 de Marzo de 2021, de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10921/1/T-UCSG-POS-MAE-179.pdf>
- Paredes, J. (2018). *Auditoría I* (UPeU ed., Vols. Unión, Unidad Peruana). (C. PROESAD, Ed.) Lima, Perú. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1myhbJLszg8z1kLVGeAHLqYyEz1gOeBtl/view?fbclid=IwAR2QQujYRyss66S7sXmAkhLc3krxwIpffBDtwiXiVm5bA2E249TuJZHpv3I>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2017). *Definicion de Negocios y Bazar*. Mexico: Definicion.com.

- Prado, E. (13 de Febrero de 2018). *Control Interno y Auditoría*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2020, de Audalia Nexa: <https://www.audalianexia.com/blog/auditoria/control-interno-y-auditoria/>
- PROESA. (2020). *Glosario Empresarial*. 2019: Fundacion Promotra de Productores Empresarios Salvadoreños PROESA. Obtenido de http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/9.1.pdf
- Rivera, L. (2021). *Plan de Negocios para la Creacion de una Microempresa de Comercializacion de articulos de Bazar*. Riobamba: Escuela Politécnica de Chimborazo.
- Rivera, L. (2021). *Plan de Negocios para la Creación de una Microempresa de Comercialización de artículos de Bazar*. Macas: Escuela Politécnica de Chimborazo.
- Rodríguez, J. (17 de Febrero de 2017). Informe de Control. *ISSUU*, 1-10. Recuperado el 18 de Diciembre de 2020, de https://issuu.com/jairorodriguez31/docs/concepto_de_control_interno_informe?fbclid=IwAR2japkcZsspPOXbk-EIba1xIJzkhA067yyVhTTOAfCV2CsyIPeOWeVKnKc
- Rojas, E. (2016). *Metodologia Economica*. Obtenido de Metodologia Economica: www.metodologiaeconomica/investigacioncuantitativa
- Sánchez, C. (2015). *Contabilidad Gubernamental II*. (E. UCE, Ed.) Quito, Ecuador. Recuperado el 25 de Marzo de 2021
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2019). *Planificacion 2019*. Quito - Ecuador: <https://www.planificacion.gob.ec/zona-de-planificacion-6-austro/>. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/zona-de-planificacion-6-austro/>
- Servín, L. (2021). *¿Por qué es importante el Control Interno en las empresas?* Recuperado el 14 de Diciembre de 2020, de Auditoría Deloitte LATCO - Paraguay: <https://www2.deloitte.com/py/es/pages/audit/articles/opinion-control-interno-empresas.html>
- Sotomayor, R. (01 de Septiembre de 2015). *Evaluación del Control Interno y sus componentes en la Auditoría de Estados Financieros*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de

Contaduría Pública de México: <http://contaduriapublica.org.mx/2015/09/01/evaluacion-del-control-interno-y-sus-componentes-en-la-auditoria-de-estados-financieros/>

Trujillo, G. (Julio de 2019). *Auditoría de Gestión y la calidad en el servicio de transportacion de carga pesada de la compañía de transporte pesado "COTALÓ S.A."*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de Universidad Regional Autónomo de los Andes Uniandes: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10277/1/TUAEXCOMCYA017-2019.pdf?fbclid=IwAR2K0CVj0rxJZ5m-VVBW3Nh3ielK00V5WvEdtfXYDUdbb5i4U2jMZEEhpKY>

Zumba, A. (2017). *Estudio de Factibilidad para la Creacion de una empresa Grafica en la Ciudad de Riobamba*. Riobamba: Escuela Superior Politecnica de Chimborazo - Facultad de Informatica y Electronica - Escuela de Diseño Grafico.

ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO SEDE MORONA SANTIAGO

Encuesta para el análisis de la creación de una microempresa de artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono.

OBJETIVO

La presente encuesta tiene el propósito de conocer las oportunidades de mercado y su percepción sobre artículos de bazar en la comunidad de Jimbitono.

INSTRUCCIONES

Esta encuesta es confidencial y anónima.

Lea detenidamente cada pregunta.

Dar su respuesta con la mayor transparencia y veracidad a las diversas preguntas del cuestionario.

En cada pregunta señale con un aspa (x) en la casilla que usted considere adecuada.

Agradezco por su colaboración.

PREGUNTAS:

1. ¿Cree usted que exista la necesidad de contar con un lugar donde se expenda o comercialice artículos de bazar en la comunidad Jimbitono?

Sí

No

2. Si su respuesta a la pregunta anterior fue si, responda ¿Qué producto se necesita en el mercado?

Útiles Escolares

Artículos de bisutería

Artículos de manualidades y costura

Artículos plásticos como fundas, platos, baldes, recipientes, etc.

Artículos para regalos como: cintas decorativas, peluches, fundas de regalo, adornos, etc.

Artículos para armar como: legos, rompecabezas, etc.

Artículos para fiestas como: gorros, velas de cumpleaños, tarjetas, decoraciones, etc.

Artículos Navideños como: luces, decoraciones, bombillos, etc.

Otros varios diseñados con fómix, cartulina, etc.

3. ¿Conoce usted si en la comunidad Jimbitono se comercializa productos como los mencionados anteriormente?

Sí, porque existe un bazar que ofrece estos productos

No, no existe un lugar donde se pueda adquirir este tipo de productos

4. Si su respuesta fue NO, podría usted indicarnos ¿En qué lugar, suele comprar los artículos de bazar?

Parroquias aledañas

Ciudad de Macas

Otros cantones de la provincia

5. ¿Con qué frecuencia, adquiere usted artículos de bazar?

Diariamente

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en cada compra de artículos de bazar?

Menos de \$10.00

Entre \$10.00 y \$20.00

Entre \$21.00 y \$30.00

Más de \$31.00

7. Podría usted calificar las características que considera más importante para un local de bazar. En una escala del 1 al 5 (donde 5 es la más significativa) *

Variedad de productos

Diversidad de precios

Atención al cliente

Orden y limpieza del local

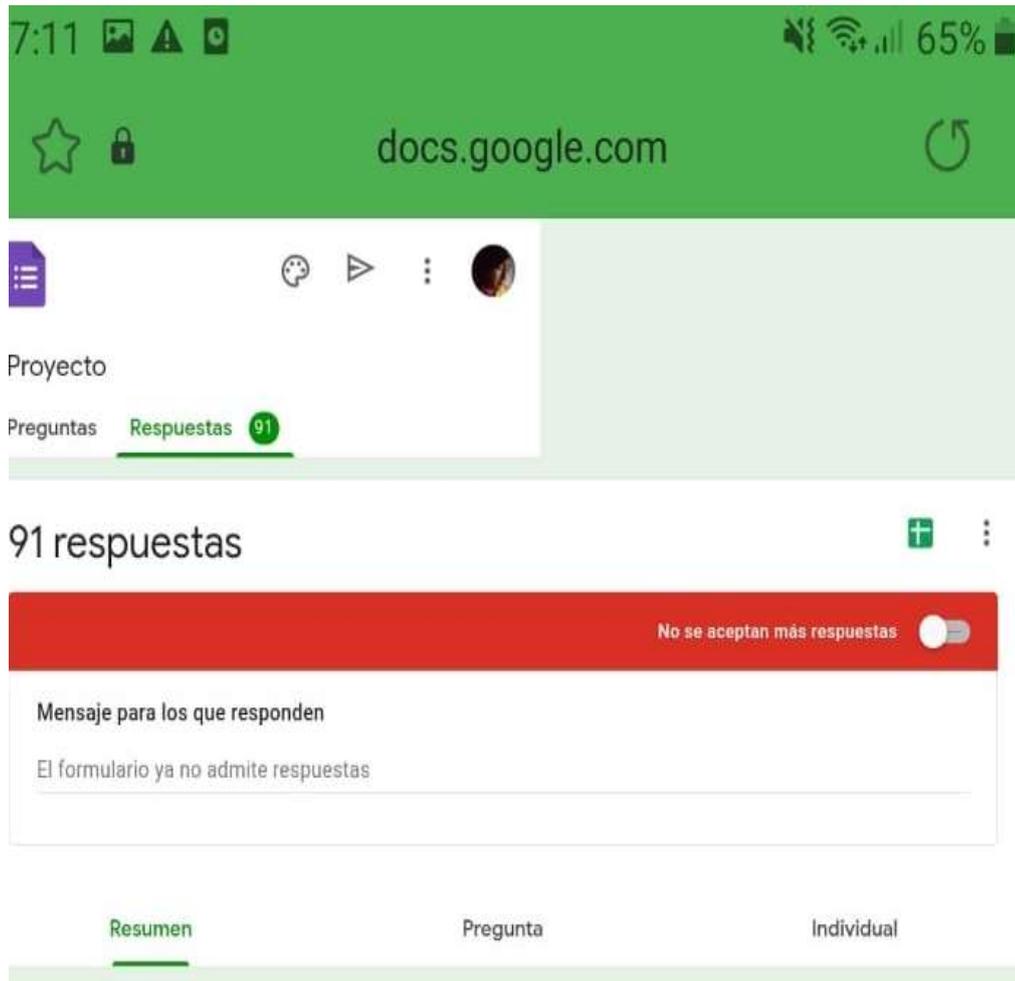
Horario de atención

8. Considera usted importante que el local que comercialice artículos de bazar, ofrezca servicio a domicilio a un precio razonable

Sí

No

ANEXO B: ENCUESTA EN EL GOOGLE DRIVE



7:11 65%

docs.google.com

Proyecto

Preguntas Respuestas 91

91 respuestas

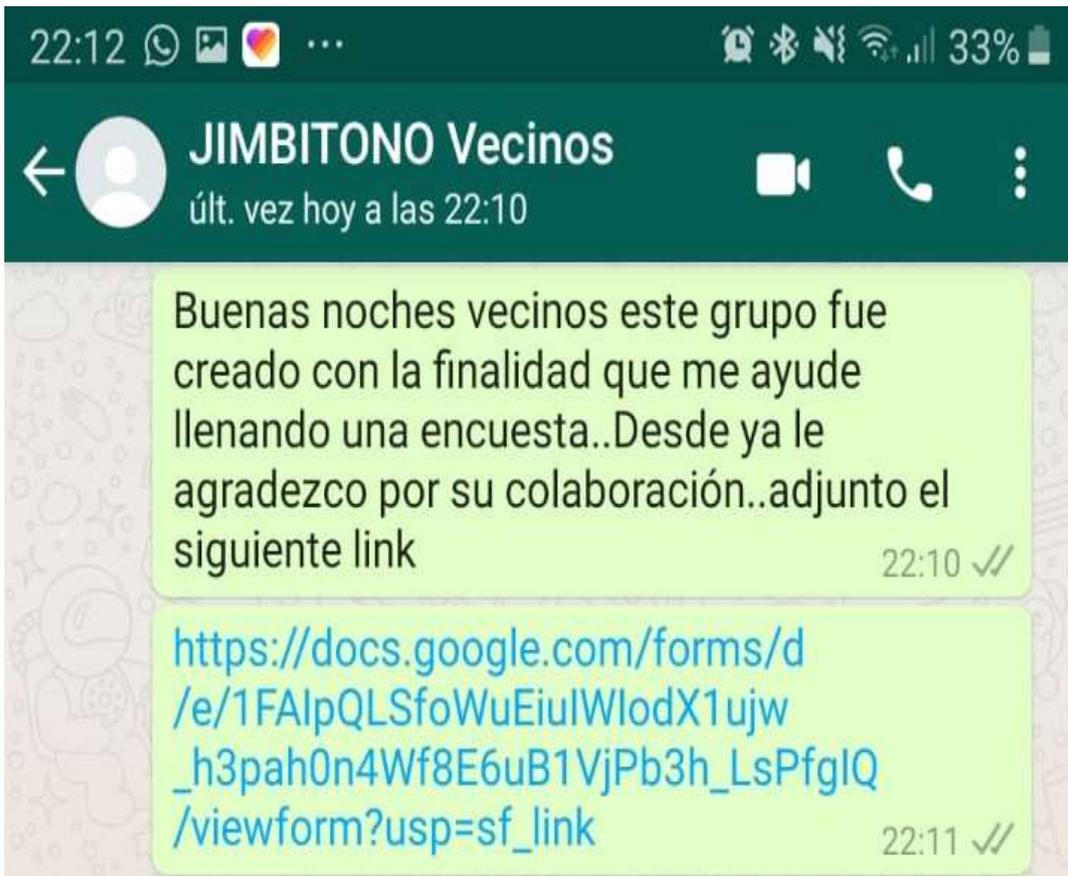
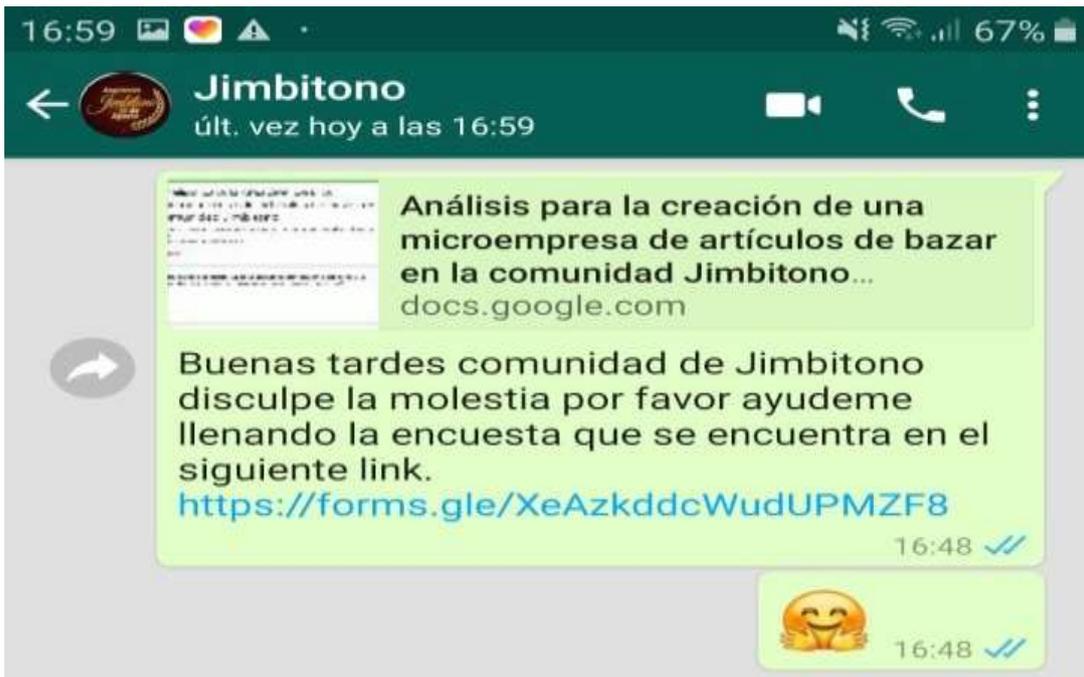
No se aceptan más respuestas

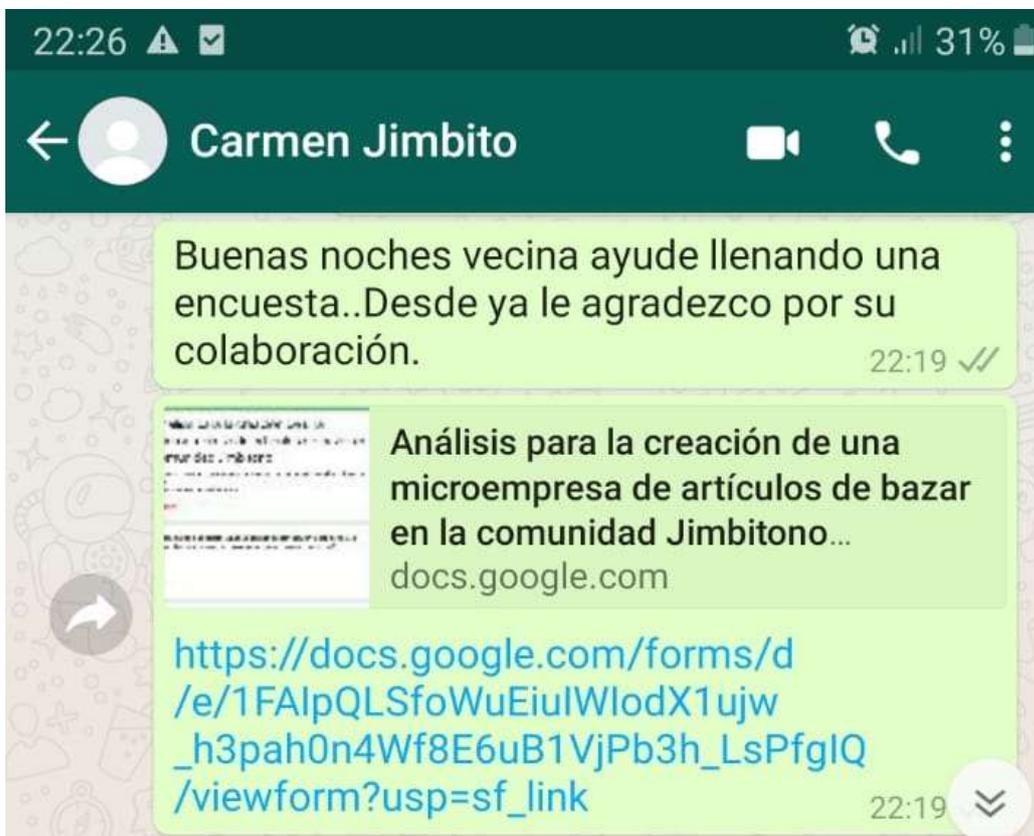
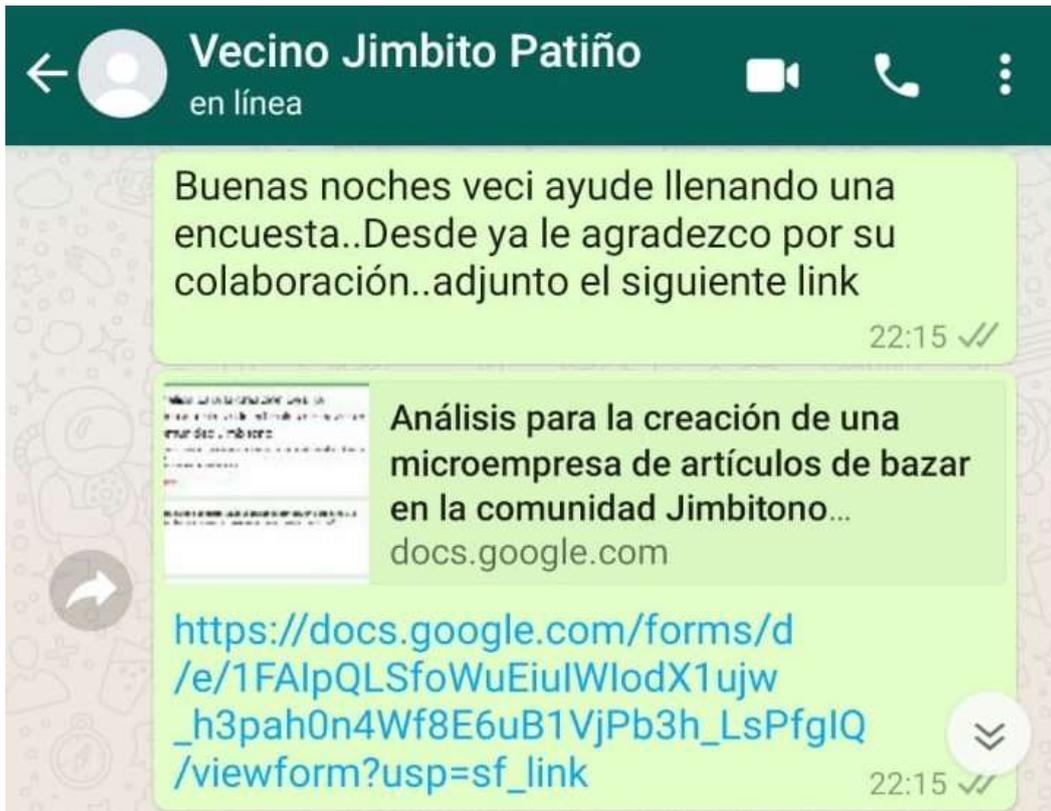
Mensaje para los que responden

El formulario ya no admite respuestas

Resumen Pregunta Individual

ANEXO C: ENVIADO EL LINK DE LA ENCUESTA POR WHATSAPP





ANEXO D: SOLICITANDO LOS NÚMEROS DE CELULAR







ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS
PARA EL APRENDIZAJE



UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y
BIBLIOGRAFÍA

FECHA DE ENTREGA: 26 / 10 / 2021

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
NOMBRES – APELLIDOS: LOURDES VALERIA RIVERA OCHOA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
FACULTAD: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA: LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
TÍTULO A OPTAR: LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
F. ANALISTA DE BIBLIOTECA RESPONSABLE: Lcda. INÉS ZAPATA ZUMÁRRAGA Mgtr.
<p>INES ZAPATA ZUMARRAGA</p> <p><small>Formato digitalizado por UICG UNIVERSIDAD DE CHIMBORAZO DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA 18 años Fecha: 2021-10-26 15:10:45:06</small></p>  <p>26-10-2021 1480-DBRA-UPT-2021</p>