



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
ESPECIALIDAD MARKETING

TEMA

“Estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de ventas de libros de la Empresa Diseli en el cantón Quevedo”

AUTOR

Jimmy Joel Saltos Véliz

DIRECTOR

ING. Antonio Gonzalo Álava Murillo, M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Jimmy Joel Saltos Véliz**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Jimmy Joel Saltos Véliz

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

El suscrito, **Ing. Antonio Álava Murillo, M.Sc.**, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresado **Jimmy Joel Saltos Véliz**, realizó el proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial, titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE VENTAS DE LIBROS DE LA EMPRESA DISELI EN EL CANTÓN QUEVEDO”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Antonio Álava Murillo, M.Sc.
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

Presentado a la Comisión Académica como requisito previo para la obtención
del título de:

INGENIERO COMERCIAL

TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE
VENTAS DE LIBROS DE LA EMPRESA DISELI EN EL CANTÓN QUEVEDO”**

Aprobado:

Lic. Francisco Liberio Roca, M.Sc.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Ronald Andagoya Arechua, M.Sc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lic. Fernanda Rizzo Alcívar, MBA

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO - ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Es un honor muy especial para mí, en primer lugar agradecer al Ser Superior que es Dios, el cual me ha dado la capacidad de salir adelante.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo que me ha abierto sus puertas y ha dejado en mí, huellas imborrables que quedarán en el fondo de mi conciencia.

Manifiesto mis más sincera gratitud a:

Al Dr. Eduardo Díaz Ocampo, M.Sc. Rector de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

A la Ing. Guadalupe del Pilar Murillo Campuzano, M.Sc. Vicerrectora Académica de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Al Ing. Bolívar Roberto Pico Saltos, M.Sc. Vicerrector Administrativo de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

A la Ing. Mariana del Rocío Reyes Bermeo, M.Sc. Directora de la Unidad de Estudios a Distancia de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Al Ing. Guido Rodolfo Álvarez Perdomo, M.Sc, Subdirector Unidad De Estudios A Distancia de la UTEQ.

Al Ing. Antonio Álava Murillo, M.Sc, Director de Tesis.

Al Presidente del Tribunal de Tesis, Lic. Francisco Liberio Roca, M.Sc.

A los miembros del Tribunal de Tesis: Ing. Ronald Andagoya Arechua, M.Sc, y Lic. Fernanda Rizzo Alcívar, MBA.

A todos los maestros que me guiaron en esta labor de esfuerzo y sacrificio por el camino de la superación y el progreso.

A mis seres queridos, en especial a mi esposa que me ha ayudado en todos los momentos que la necesité, por darme todo su apoyo, estar a mi lado y enseñarme a ser perseverante.

A mi madre que me enseñó a andar con pie firme y seguir luchando para conseguir las metas deseadas.

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico a Dios, porque me ha dado la vida, la fortaleza, la inteligencia y la sabiduría necesaria a través de su inmenso amor, pues con sus bendiciones he tenido la capacidad y la constancia para llegar a la cumbre de esta meta, sin importar las dificultades a las cuales haya tenido que enfrentarme.

Y en forma especial y con todo mi amor dedico este principio a mi esposa, la cual ha sido mi inspiración en todo momento, quien ha puesto una sonrisa donde había una lágrima y que por su afán y sacrificio fue posible culminar esta etapa de estudios que me he capacitado para un futuro mejor y que siempre pondré al servicio del bien, la verdad y la justicia.

Jimmy

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Página
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS	iii
TRIBUNAL DE TESIS	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT.....	xviii

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.2.1. Formulación del problema	4
1.2.2. Delimitación del problema	4
1.3. Justificación.....	4
1.4. Objetivos	6
1.4.1. General.....	6
1.4.2. Específicos	6
1.5. Hipótesis.....	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	7
2.1. Fundamentación teórica.....	8
2.1.1. Proyecto de inversión.....	8
2.1.2. Estudio de factibilidad	9

2.1.2.1.	Estudio de mercado	9
2.1.2.2.	Estudio técnico.....	12
2.1.2.3.	Estudio económico.....	16
2.1.2.4.	Estudio financiero.....	18
2.1.3.	La empresa	20
2.1.3.1.	La empresa como sistema.....	20
2.1.3.2.	Objetivo empresarial	21
2.1.3.3.	Importancia empresarial.....	21
2.1.3.4.	Funcionalidad empresarial	21
2.1.3.5.	Clasificación empresarial	22
2.1.3.6.	Empresa comercial	23
2.1.3.7.	Distribuidora de venta de libros.....	23
2.1.3.8.	Creación de una empresa.....	23
2.2.	Fundamentación legal.....	24
2.2.1.	Registro Único de Contribuyentes (RUC)	24
2.2.2.	Código laboral	24
2.2.3.	Ley de compañías.....	27
2.2.4.	Ley de seguridad social	28
2.3.	Marco referencial.	32

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	34	
3.1.	Materiales y métodos.....	35
3.1.1.	Localización y duración de la investigación.	35
3.1.1.1.	Materiales	35
3.1.2.	Métodos	36
3.1.2.1.	Inductivo.....	36
3.1.2.2.	Deductivo	36
3.1.2.3.	Descriptivo	37
3.1.2.4.	Estadístico	37
3.1.2.5.	Analítico – sintético	37
3.2.	Tipos de investigación.....	37
3.2.1.	Bibliográfica - documental.....	37

3.2.2.	De campo.....	38
3.3.	Fuentes de investigación.	38
3.3.1.	Primarias.....	38
3.3.2.	Secundarias.....	38
3.4.	Técnicas e instrumentos de evaluación.	39
3.4.1.	Observación.....	39
3.4.2.	Encuesta.....	39
3.4.3.	Entrevista.....	39
3.5.	Población y muestra.....	39
3.5.1.	Población.....	39
3.5.2.	Muestra.....	40
3.6.	Procedimiento metodológico.....	41
3.6.1.	Estudio de mercado.....	41
3.6.2.	Estudio técnico.....	42
3.6.3.	Estudio económico.....	42
3.6.4.	Estudio financiero.....	43

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45	
4.1.	Resultados.....	46
4.1.1.	Encuesta dirigida a la ciudadanía del cantón Quevedo para establecer el nivel de lectura que tienen los quevedeños.....	46
4.1.1.1.	¿Usted compra libros?.....	46
4.1.1.2.	¿Qué tipo de libros adquiere con mayor frecuencia?.....	46
4.1.1.3.	¿Con qué frecuencia compra usted libros?.....	47
4.1.1.4.	¿Al momento de comprar los libros, qué es lo primero que toma en consideración?.....	48
4.1.1.5.	¿A cuál de estos lugares acude para comprar los libros?.....	48
4.1.1.6.	¿Existen comerciantes minoristas de libros por su sector?	49
4.1.1.7.	¿Qué presentación prefiere para la compra de libros?	49
4.1.1.8.	¿Cuál es el promedio del gasto familiar mensual para la compra de libros?.....	50
4.1.1.9.	¿A qué forma de pago recurriría para la compra de libros?.....	51

4.1.1.10.	¿Le agradecería que se implementara un local dedicado exclusivamente a la venta de libros?	52
4.1.2.	Encuestas dirigidas a los propietarios de librerías del cantón Quevedo para establecer el nivel de venta que mantiene en el negocio.....	52
4.1.2.1.	¿Qué tiempo tiene usted en el mercado?	52
4.1.2.2.	¿En qué ciudades adquiere los libros?	53
4.1.2.3.	¿Quién le provee los libros?.....	54
4.1.2.4.	¿Cuál es el valor promedio de ventas mensuales?.....	54
4.1.2.5.	¿Cada cuánto tiempo adquiere los libros?.....	55
4.1.2.6.	¿Qué horarios de atención presenta su negocio?.....	55
4.1.2.7.	¿Qué tipo de libros son los más ofertados?.....	56
4.1.2.8.	¿Cuáles son las formas de pago que ofrece a sus clientes?	57
4.1.2.9.	¿Qué tipo de promociones ofrece??	57
4.1.2.10.	¿Mantiene algún tipo de convenio con instituciones de la localidad?	58
4.1.3.	Análisis de la oferta y demanda	58
4.1.3.1.	Análisis de la oferta.....	58
4.1.3.2.	Análisis de la demanda	60
4.1.4.	Estudio técnico.....	63
4.1.4.1.	Análisis de la demanda	63
4.1.4.2.	Ingeniería del proyecto.....	64
4.1.5.	Estudios económico	65
4.1.5.1.	Inversión inicial.....	65
4.1.5.2.	Activos fijos	66
4.1.5.3.	Capital de trabajo	67
4.1.5.4.	Financiamiento de la inversión.....	68
4.1.5.5.	Amortización de la inversión	68
4.1.5.6.	Costos fijos y variables	69
4.1.5.7.	Punto de equilibrio	70
4.1.6.	Estudios organizacional	72
4.1.6.1.	Organigrama de la empresa DISELI en el cantón Quevedo	72

4.1.6.2.	Funciones del personal de la empresa DISELI en el cantón	
	Quevedo	72
4.1.7.	Estudios financiero	75
4.1.7.1.	Estado de resultados proyectado	75
4.1.7.2.	Flujo de caja proyectado	76
4.1.7.3.	Indicadores económicos	77
4.1.7.4.	Balance general	79
4.2.	Discusión.	81

CAPÍTULO V

	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	83
5.1.	Conclusiones.....	84
5.2.	Recomendaciones.	85

CAPÍTULO VI

	BIBLIOGRAFÍA	86
6.1.	Literatura citada.	87

CAPÍTULO VII

	ANEXOS	89
--	---------------------	-----------

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro		Página
1	Materiales de la investigación	36
2	Proyección de la población económicamente activa del cantón Quevedo 2010 – 2015	40
3	Muestra de la investigación	41
4	Compra libros	46
5	Tipo de libros que adquiere frecuentemente	47
6	Frecuencia de compra de libros	47
7	Consideraciones al comprar un libro	48
8	Lugar donde compra los libros	49
9	Comerciantes minoristas de libros en su sector	49
10	Cómo le gusta comprar los libros	50
11	Promedio de gasto familiar mensual para libros	51
12	Forma de pago	51
13	Le gustaría que haya un lugar donde solo vendan libros	52
14	Tiempo que tiene en la venta de libros	53
15	Lugar donde adquiere los libros	53
16	Proveedor de los libros	54
17	Promedio mensual de ventas	55
18	Frecuencia de compra de libros	55
19	Horario de atención	56
20	Libros que más compran	56
21	Formas de pago para los clientes	57
22	Tipo de promociones ofrecidas	57
23	Convenio con instituciones	58
24	Análisis de la oferta histórica	59
25	Proyección de la oferta futura	60
26	Análisis de la demanda histórica	60
27	Proyección de la demanda futura	61
28	Proyección de la demanda insatisfecha	61

29	Proyección de ingresos captados	62
30	Proyección de los tipos de libros	62
31	Muebles, equipos y materiales	65
32	Inversión inicial del proyecto	66
33	Activos fijos del proyecto	67
34	Capital de trabajo	68
35	Financiamiento de la inversión	68
36	Información del crédito	69
37	Amortización de la inversión	69
38	Costos fijos y variables	70
39	Indicadores económicos	77
40	Gastos administrativos de la distribuidora DISELI del cantón Quevedo	109
41	Gasto de venta	110
42	Amortización del crédito	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura		Página
1	Croquis de ubicación de la empresa DISELI	35
2	Punto de equilibrio	71
3	Compra libros	99
4	Tipo de libros que adquiere frecuentemente	99
5	Frecuencia para la compra de libros	100
6	Consideraciones para la compra de libros	100
7	Lugar de compra de los libros	101
8	Comerciantes minoristas de libros en su sector	101
9	Presentación para la compra de libros	102
10	Promedio de gasto familiar mensual para la compra de libros	102
11	Forma de pago para la compra de libros	103
12	Existencia de un lugar exclusivo para la venta de libros	103
13	Tiempo en el mercado de venta de libros	104
14	Lugar donde adquiere los libros	104
15	Proveedor de los libros	105
16	Promedio mensual de ventas	105
17	Frecuencia de compra de libros	106
18	Horario de atención	106
19	Libros que más compran	107
20	Formas de pago para los clientes	107
21	Tipo de promociones ofrecidas	108
22	Convenio con instituciones	108

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo		Página
1	Solicitud de la investigación	90
2	Aceptación de la empresa	91
3	Certificación de la empresa	92
4	Encuesta dirigida a la ciudadanía del cantón Quevedo	93
5	Encuesta dirigida a empresas de venta de libros en el cantón Quevedo	96
6	Resultados del estudio de mercado	99
7	Resultados del estudio de económico	109
8	Fotos de la investigación	113

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación de factibilidad para crear una sucursal de la empresa DISELI en el cantón Quevedo, dedicada a la venta de libros se plantea para brindar una alternativa de negocio y oportunidad de empleo para la ciudadanía; entre los objetivos específicos propuestos figuran: Ejecutar el estudio de mercado, investigar los requerimientos técnicos y evaluar económica y financieramente el proyecto. La hipótesis es aceptada porque de acuerdo al estudio de inversión es viable la propuesta de contar con una dependencia de la distribuidora exclusivamente de textos en la localidad quevedeña. La aplicación de los métodos facultaron la obtención de datos necesarios en el proceso del levantamiento de la investigación de campo; la información fue analizada, tabulada y registrada en tablas y a través de ella fue posible estructurar el análisis de mercado, técnico, administrativo, financiero y económico; en lo referente al tipo de investigación fue posible el uso de la investigación documental y la de campo, porque a través de la encuesta dirigida a la Población Económicamente Activa en el año 2015 del cantón Quevedo y los 50 distribuidores de textos se determinó el estudio de mercado y se realizaron las proyecciones de oferta y demanda. En el apéndice de resultado se destacan los siguientes: En el análisis económico el aporte de la inversión registra un monto de USD 32.425,90 para iniciar las operaciones de la distribuidora, el ingreso por la venta de los libros asciende a USD 324.309,64. En la evaluación financiera, la relación beneficio costo presenta un beneficio de USD 0,27 centavos. La TIR supera la tasa referencia del mercado y se ubica en un 70%. Para finalizar el VAN fue positivo y se enmarca en un valor de USD 286.811,59 lo que garantiza la viabilidad del proyecto de inversión para que opere la empresa de textos en Quevedo.

ABSTRACT

Research of feasibility to create a branch of the DISELI company in Quevedo canton, dedicated to the sale of books is proposed to provide an alternative for business and opportunity for employment for the citizens; the specific objectives include: run the market study, investigate the technical requirements and evaluate the project economically and financially. The hypothesis is accepted because the proposal of having a distributor unit exclusively of texts in the quevedeña town is feasible according to the study by investment. The application of the methods enabled the obtaining of data required in the process of the rising of field research; the information was analyzed, tables and recorded in tables and through it was possible to structure analysis of market, technical, administrative, financial and economic; in relation to the type of research the use of documentary research was possible and of field, because through the survey aimed at economically active population by the year 2015 of the canton Quevedo and 50 distributors of texts was determined the market study supply and demand projections were made. In Appendix of the result are the following: The economic analysis the contribution of investment records an amount of USD 32.425,90 to initiate the operations of the Distributor, the income from the sale of books amounts to USD 324.309,64. On the financial evaluation, benefit the relation cost presents a benefit of us \$ 0.27 cents. IRR exceeds the rate the market reference and stands at 70%. Finally the VAN it was positive and is part of a value of USD 286.811,59 which ensures the viability of the investment project to make operating the firm Quevedo texts.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Los libros en América Latina, son un instrumento expuesto a quienes lo consultan; da la oportunidad de abordar de manera precisa y transversalmente un asunto en profundidad y de manera sintética. Así mismo, dentro del desarrollo de los libros, se encuentran profusas titulaciones que ayudan al usuario a ubicar el tema que quieren consultar.

En el Ecuador las librerías ambulantes llegan donde la gente tiene poco acceso a la literatura en general, como: plazas de mercado, ferias, exposiciones y pueblos aislados. Con frecuencia se instalan mesas con libros en las escuelas, colegios y universidades; algunos centros se especializan en la distribución al por mayor a otras librerías.

Los tiempos de hoy, son tiempos de compradores, de consumo, de necesidades subjetivas que el consumidor debe satisfacer, son tiempos donde el cliente no tiene un único perfil sino varios, y donde cada perfil puede determinar una condición distinta del producto, de tiempo, de especificaciones, de precio. Los clientes están aprendiendo a exigir y a darse cuenta que pueden obtener más por su dinero.

La idea de crear una sucursal de libros de la empresa DISELI en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, surgió de la necesidad de ofrecerles a los microempresarios que se dedican a la venta de libros; que existen en la ciudad y en los alrededores de dicha provincia, la facilidad de adquirir una gran variedad de libros sin tener que solicitarlos a las grandes ciudades.

La empresa DISELI fue creada en el año de 1991 por el Sr. Paredes Guevara Rodrigo Segundo, Gerente Propietario; está ubicada en la provincia del Guayas, Cantón Guayaquil, en la Cdla. Kennedy Norte Mz. 305 solar 14, DISELI es una editorial que tiene un portafolio de ocho productos que se comercializan en el mercado nacional e internacional, los cuales son los siguientes: Manual técnico de full inyección, Técnico en mecánica y electrónica, Motores a Diesel, Biblia de

las frutas y plantas medicinales, Programa Neuro lingüístico, Enciclopedia de los dinosaurios, Santísima virgen y Puedo dibujar; como exportadora extiende sus productos a varios países de habla hispana y además importa una gran cantidad de marcas reconocidas a nivel mundial.

Para el óptimo desarrollo de este proyecto es conveniente realizar una adecuada investigación acerca de las necesidades de nuestros consumidores, así como también de la diversidad de materiales que estaríamos en la capacidad de brindar como distribuidores.

La instrumento indispensable para lograrlo es el estudio de factibilidad, porque activa los lineamientos de la producción con la intención de lograr que sea más rentable e identificar los nichos de mercado del giro del negocio, y la demanda efectiva de los potenciales clientes beneficiando la toma de decisiones empresariales (Barradas, 2014). Por tales motivos, al iniciar un negocio de venta de libros es importante realizar un estudio de factibilidad, para conocer su viabilidad comercial antes de su implementación en el mercado, otras de las ventajas del estudio está en conocer las tendencias, reunir algunas hipótesis que permitirán crear una previsión de los ingresos del negocio, contar con las mejores decisiones comerciales para lograr los objetivos propuestos, fijar en manera coherente y concreta, los precios de los productos, como promoverlos y difundirlos.

1.2. Planteamiento del problema

En el cantón Quevedo se ha percibido la necesidad de crear una distribuidora de libros que oferte textos de editoriales reconocidas como Océano, Lexus, Edibueno, Edissa, Mcgrawhill, entre otras; lo cual hace notar la gran demanda de dicho producto, el difícil acceso a ellos, la inadecuada distribución y variedad del producto; ha generado la insatisfacción en la demanda de los consumidores. Las consecuencias de que exista una carencia de distribuidor en el sector, ocasiona que los librerías minoristas tengan pérdidas en sus ingresos y concluya

en el cierre de las mismas debido al alto costo y peligro de los sectores a los que tienen que viajar para adquirirlas.

Los usuarios que demandan textos de ediciones actualizadas no pueden satisfacer la necesidad de adquirirlos en la localidad, lo que genera costos adicionales al precio del libro; a esto se suma el reducido mercado ofertante; el mismo que no cubre las exigencias en cuanto a contenidos por la falta de actualización del inventario de existencias de los libros. El internet, en reiteradas ocasiones solventa la búsqueda de información en obras específicas del conocimiento pero no satisface el tener en físico el texto y la posibilidad de utilizarlo las veces que sea crea conveniente. Por lo cual se deberá realizar el estudio de factibilidad para determinar las exigencias de los clientes en cuanto a la forma de adquisición, precio, variedad y distribución de los libros.

1.2.1. Formulación del problema

¿La creación de la sucursal de ventas de libros DISELI en la ciudad de Quevedo responderá a las necesidades del consumidor final y los microempresarios con eficiencia y a costos razonables de adquisición?

1.2.2. Delimitación del problema

Objeto de investigación: Estudio de factibilidad

Área: Marketing.

Campo de acción: Creación de una sucursal de ventas de libros

Espacial: Cantón Quevedo, provincia de Los Ríos.

Temporal: 180 días

1.3. Justificación

La investigación se enmarcó en la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de venta de libros de la empresa DISELI en el cantón Quevedo. La investigación comprobó la posibilidad de establecer un

punto de distribución de mayor variedad de textos y que contribuya al desarrollo económico de la ciudad.

Esta es una alternativa capaz de brindar resultados alentadores para las personas que necesitan adquirir libros dentro de la zona donde habitan pero que tienen que trasladarse a otras ciudades o hacer pedidos pagando fletes para realizar las compras.

El cantón Quevedo, en especial algunas parroquias de la ciudad y los cantones aledaños se encuentran librerías que ofertan diferentes textos escolares y libros; sin embargo no cuentan con una sucursal de venta de libros especializados en diferentes áreas del conocimiento como Marketing, Contabilidad, Estadística, Auditoría, Administración de reconocidas editoriales a nivel nacional e internacional, se destacan marcas exclusivas de Parramon, Elsevier, Everest, Reza; por lo tanto es una oportunidad para satisfacer a un mercado no atendido. Lo cual proporcionó beneficios económicos para los inversionistas y de fortaleza para la comunidad, al mismo tiempo generó fuentes de empleo que contribuyeron al desarrollo de la economía.

El análisis de la factibilidad de este proyecto tuvo como finalidad determinar una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión del capital disponible en la creación de la sucursal de venta de libros de la empresa DISELI.

Los beneficios de la investigación fueron: La generación de empleo temporal y permanente en el proceso de creación de la sucursal; a los estudiantes de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, como fuente de información bibliográfica; a los comerciantes por el fácil acceso de los libros; y fue una fuente de información para los negociantes que quieran incursionar en la venta de libros en la ciudad de Quevedo.

La realización de la investigación es totalmente pertinente porque se contó con la colaboración de las personas involucradas en el estudio, además con la capacidad y tiempo disponible para su culminación.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de venta de libros de la empresa DISELI en el cantón Quevedo.

1.4.2. Específicos

- Ejecutar el estudio de mercado para la creación de una sucursal de venta de libros de la empresa DISELI en el cantón Quevedo.
- Investigar los requerimientos técnicos y legales de los procedimientos para la correcta ejecución del negocio
- Establecer la viabilidad económica - financiera para la creación de una sucursal de venta de libros de la empresa DISELI en el cantón Quevedo.

1.5. Hipótesis

El estudio de factibilidad, determinará la viabilidad para la creación de una sucursal de venta de libros de la empresa DISELI en el cantón Quevedo.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Proyecto de inversión

El proyecto de inversión se lo considera como una idea de negocio que se plasma una vez que se realizan los estudios pertinentes con la intención de obtener beneficios de dicha inversión y de alcanzar los objetivos propuestos. El proyecto de inversión puede ser público o privado **(Fernández, 2010)**.

Entre las fases de los proyectos de inversión se destacan: Preinversión, ejecución de proyecto, operación del proyecto y la evaluación de resultados.

- **Preinversión:** Se inicia con la identificación de las causas y efectos de la problemática del proyecto. Luego de este análisis se procede al estudio de prefactibilidad que consiste en evaluar los elementos técnicos y financieros de la propuesta para determinar las probabilidades de éxito del proyecto. Se finaliza con el estudio de factibilidad, profundizándose en el análisis de mercado, aspectos técnicos, estudio financiero, económico, legal, ambiental; este debe ser concluyente sobre la factibilidad financiera y técnica del proyecto de inversión porque será el documento final indispensable para la aprobación o no del proyecto **(Sinisterra & Polanco, 2010)**
- **Ejecución del proyecto:** En esta etapa se realizarán todas las actividades para materializar el proyecto; que sólo se encuentra como documentos. Aquí es necesario la actualización de documentos que garanticen la continuidad del proyecto, organizar el proyecto, realizar los diseños definitivos en cuanto a la planta, estudios legales y ambientales; establecer el sistema de contratación de los recursos necesarios para la etapa de operación **(Fernández, 2010)**.
- **Operación del proyecto:** En esta etapa el proyecto inicia la fase operativa, con la intención de alcanzar los objetivos planteados; los responsables de

la fase de ejecución del proyecto hacen la entrega oficial del mismo al responsable de la fase de operación para que sea administrado **(Bernal, 2010)**

- **Evaluación de resultados:** Se determinan si las proyecciones de los estudios económicos y financieros son viables o se cumplen durante el ciclo de vigencia del proyecto **(Fernández, 2010)**.

2.1.2. Estudio de factibilidad

Estudio detallado de los datos sobresalientes necesarios para el desarrollo de un proyecto de inversión y en función de ellos decidir o no sobre su implementación. Tiene como finalidad demostrar la factibilidad del proyecto desde aspectos de mercado, técnico y económico.

Entre los componentes del estudio de factibilidad se destacan la evaluación de mercado, técnico, económico y financiero **(Fernández, 2010)**.

El estudio de factibilidad abarca alternativas de solución a un determinado problema del proyecto de inversión por escrito, se integra documentos con aspectos cuantificables sobre el análisis del mercado, técnico, económico, financiero y el plan de ejecución **(Sapag, 2011)**.

A continuación se presentan los componentes del estudio de factibilidad:

2.1.2.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado estima la demanda para la producción de cosas y establecer los precios del producto o servicio y definir la oferta de los mismos. En esta evaluación es pertinente conocer cuatro tipos de mercado: Mercado proveedor, este tiene como estrategia establecer precios, disponibilidad de productos y la calidad de insumos. El mercado competidor evalúa cómo opera las empresas similares y se identifica a los proveedores o distribuidores. El

mercado distribuidor, analiza los canales de distribución para que el producto o servicio llegue al consumidor. El mercado consumidor, decide la compra o no de un bien o servicio, actúan dos componentes: el consumidor (utiliza el producto) y el cliente (es quien decide la compra) **(Sapag, 2011)**

Describe aquellos servicios o productos que generará el proyecto de inversión, destacando el mercado meta y precio del producto o servicio, oferta y demanda. Los elementos más relevantes de este estudio son los siguientes: **(Fernández, 2010).**

- **Producto:** Descripción clara del producto o servicio con las especificaciones de calidad y técnicas del mismo **(Fernández, 2010).**

Todo aquello para satisfacer una necesidad del usuario ya sea producto o servicio, y que se encuentran disponibles para la venta **(Sapag, 2011).**

- **Mercado:** Detalle de la estimación del mercado meta y descripción de los instrumentos empleados en la determinación de la demanda del proyecto de inversión **(Fernández, 2010).**

Herramienta de marketing utilizada para obtener información, la misma que será analizada por medio de la técnica estadística y así obtener como resultados la aceptación o no de introducir el producto o servicio en determinado mercado, así como el precio y el sistema de comercialización **(Sapag, 2011).**

Las inversiones atribuyen su éxito a la capacidad de identificación de los tipos de mercado, entre las que se destaca:

Monopolio: Tiene un solo productor, quien determina la cantidad de producción, distribución, precio y los escenarios de venta **(Sapag, 2011).**

Oligopolio: Compuesto por un reducido número de productores, fijan los precios máximos y mínimos de los productos o servicios aunque pueden personalizar el bien o el servicio **(Sapag, 2011)**.

Monopsonio: El precio solo lo fija un comprador, así como la forma de pago **(Sapag, 2011)**.

Oligopsonio: Pequeño grupo de consumidores, deciden la forma de compra y precio de los vendedores **(Sapag, 2011)**.

- **Demanda:** Análisis de la demanda del producto o servicio en el mercado objeto de estudio, incluye la competencia y potenciales clientes. **(Fernández, 2010)**.

Cantidad de productos o servicios requeridos por el mercado consumidor para satisfacer las necesidades de los clientes a un precio determinado **(Sapag, 2011)**.

Demanda insatisfecha: Se genera a partir de la demanda real; ésta excede a la oferta planificada; no existe compra de productos y servicios **(Sapag, 2011)**.

Demanda futura: Detalla la cantidad de productos o servicios que debe producir una empresa en un número de años determinado, a un costo y precio establecido **(Sapag, 2011)**.

- **Oferta:** El análisis de la oferta atiende a la localización de productores y consumidores; así como de las estrategias de comercialización, precios, entre otras **(Fernández, 2010)**.

El análisis de la oferta, propone medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un producto o servicio **(Sapag, 2011)**.

Oferta presente: Se la obtiene del análisis de los proveedores, los distribuidores y competidores del giro del negocio **(Sapag, 2011)**.

Oferta futura: Se entable una proyección histórica para estimar cantidades y condiciones del mercado para producir el producto o servicio **(Sapag, 2011)**.

- **El precio:** El cálculo del precio corresponde al precio promedio de productos similares en el mercado meta por medio del estudio de la oferta; también podría cuantificarse de acuerdo al precio que los consumidores estarían dispuestos a cancelar, esto es la demanda **(Fernández, 2010)**.

Cantidad monetaria establecida por los productores para vender y el valor que los consumidores están dispuestos a comprar el producto o servicio **(Sapag, 2011)**.

- **El consumidor:** Individuo que consume un bien, utiliza un servicio o producto con la intención de lograr satisfacer una necesidad. El consumidor decide o no adquirir un bien o servicio en el momento que considere pertinente **(Bonta & Farber, 2010)**.

2.1.2.2. Estudio técnico

Determina la viabilidad física o material del proyecto de inversión; definiendo la capacidad instalada, el tipo de maquinaria y equipos para las operaciones de la empresa, entre otros factores **(Sapag, 2011)**

Estudio que evidencia el proceso de producción y la tecnología empleada para obtener el producto o servicio, incluye la localización del proyecto de inversión, el tamaño del proyecto y los costos derivados de la producción, operación e inversión. Contempla los aspectos siguientes **(Fernández, 2010)**.

- **Localización:** Se refiere a la ubicación espacial del mercado meta a través de la macrolocalización y microlocalización. En este apartado se analiza

parámetros como acceso a centros de distribución del producto o servicio, disponibilidad de materia prima, mano de obra directa e indirecta, estudio del impacto ambiental, entre otros **(Fernández, 2010)**.

La localización del proyecto de inversión puede beneficiar o llevar al fracaso la propuesta de factibilidad, la mejor instalación es aquella que facilite el logro de una mayor rentabilidad y la reducción de los costos unitarios al momento de la producción. **(Prieto, 2010)**.

En este apartado se determinará la macro y microlocalización:

Macrolocalización: Zona macro, donde se selecciona la ubicación que genera mayor probabilidad para la instalación del proyecto; se detalla aspectos físicos, técnicos, económicos, mano de obra, mecanismo de distribución de productos y servicios, transporte, servicios básicos; normativa y reglamentos aplicado al giro del negocio **(Prieto, 2010)**.

Ubicación exacta del proyecto, minimizando costos y gastos durante el período de inversión que beneficie la operatividad del giro del negocio **(Sapag, 2011)**

Microlocalización: Asocia elementos de habitabilidad, actividades de producción y focos de desarrollo con la clara intención de seleccionar la zona en que se localizará el proyecto de inversión **(Prieto, 2010)**.

Selección exacta del sitio o lugar para instalar el proyecto y que cumpla los requisitos que contribuyan al logro de objetivos de la inversión planificada **(Sapag, 2011)**

- **Tamaño del proyecto:** Conformado por la cantidad de producción en relación a la fracción de mercado que debe satisfacerse; para ello se relaciona el estudio de mercado con el mercado objetivo del proyecto de inversión. El enfoque general es al proceso productivo del proyecto, los

insumos, tecnología y equipos, mano de obra e instalación física **(Fernández, 2010)**.

Presenta una relación entre el número de unidades a producir y las empresas que prestan los productos o servicios. Para establecer el tamaño del proyecto se define el monto de la inversión y ponderar los ingresos proyectados **(Sapag, 2011)**.

- **Comercialización:** Guía de producción y oferta entre los productos y servicios que el cliente necesita. Actividades planificadas para satisfacer las expectativas del usuario externo, puede ser microcomercialización, en este plano se analiza al cliente y las operaciones y la macrocomercialización que diseña el plan de producción y distribución **(Sapag, 2011)**.

Actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que genera costos para el proyecto de inversión **(Fernández, 2010)**.

Macrocomercialización: Proceso destinado a la comercialización de bienes, servicios y productos en un mercado; inicia con el productor hasta la adquisición del consumidor; se enfrentan en equilibrio la oferta y la demanda. En este proceso se enfatiza el funcionamiento del sistema comercial **(Barradas, 2014)**

Microcomercialización: Responde a un objetivo específico dentro de la cadena de comercialización en una empresa, focalizando el productor y potenciales clientes del mercado meta para satisfacer necesidades **(López, 2010)**.

- **Inversiones:** Descripción de construcciones, remodelaciones o adecuaciones en donde se ejecutará el proceso de producción, también se detalla la maquinaria o equipos, mobiliarios necesarios para la producción, con el tiempo de vida útil y porcentaje de depreciación **(Fernández, 2010)**.

Empleo de los recursos financieros para la puesta en marcha del proyecto de inversión que responde a creación, remodelación o mejoramiento de la capacidad de instalación y operación del giro del negocio **(Prieto, 2010)**.

- **Materia prima:** Determinar el costo y necesidad de la materia prima para un específico nivel de producción, inventarios de productos en proceso y terminados **(Fernández, 2010)**.

Conformada por los materiales que sufrirán un proceso de transformación en la fábrica y que son inventarios y ofertados como productos terminados. **(Pascual, 2010)**.

- **Promoción:** Asegura la venta de los productos y servicios de la empresa y provocan la demanda de los consumidores y las ventas originadas por los distribuidores, comprende actividades que no involucran las ventas sino promoción al cliente o consumidor final **(Pascual, 2010)**.

Herramienta para ofertar y promocionar productos y servicios, utiliza estrategias de mercadeo para incentivar a l consumidor final a la compra de los mismos **(De Jaime, 2012)**.

- **Publicidad:** Presentación de características y bondades del producto o servicios con medios pagados, involucra medios de publicidad, la empresa o agencia publicitaria y el anunciante **(De Jaime, 2012)**.

Comunicación pagada de productos y servicios con alcance masivo de los posibles consumidores finales, los canales de publicidad pueden ser televisivos, escritos entre otros **(Pascual, 2010)**

- **Canales de comercialización:** Etapas por las que atraviesa el bien o producto; es el proceso de transferencia entre consumidores y productores, señala las vías para comercializar, producir y distribuir la

producción, se recurre a la oferta y demanda en el mercado consumidor **(Joehnk, 2010)**.

Proceso o ruta por la cual se distribuye los bienes y productos desde el momento que inicia la empresa hasta la distribución de los mismos al cliente en el mercado consumidor. En este apartado se necesitan los recursos materiales, técnicos y humanos hasta que se comercialice el producto **(Hurtado, 2011)**.

2.1.2.3. Estudio económico

Análisis comparativo de los costos y beneficios del proyecto de inversión; de acuerdo a los resultados se estima si la inversión es rentable y por lo tanto es conveniente la implementación del mismo **(Sapag, 2011)**.

Determina la rentabilidad del proyecto de inversión desde la perspectiva económica en su conjunto a precios de eficiencia o sombra y como incide en la rentabilidad de la inversión para el giro del negocio **(Fernández, 2010)**.

- **Inversión:** Conformada por los costos de las adquisiciones de maquinarias, equipos, activos tangibles e intangibles entre otras **(Fernández, 2010)**.

Corresponde a los recursos necesarios para la implementación o puesta en marcha del proyecto de inversión; se estima en unidades monetarias los recursos indispensables en la ingeniería del proyecto **(Sapag, 2011)**.

- **Ingresos:** Efectivo obtenidos por la adquisición de la venta de productos, servicios y bienes y que se han utilizado en el estudio económico de la empresa **(De Jaime, 2010)**.

Cantidad monetaria disponible proveniente de la venta de servicios y productos y que facilitan las transacciones económicas. Además son los

ingresos por salarios, rentas, negocios y otros (**Universidad Nacional de Colombia, 2010**).

Costos de producción y operación: Costos directos e indirectos de la producción y operación del giro del negocio; aquí se detallan materia prima, insumos, mano de obra, impuestos, servicios básicos entre otros (**Sapag, 2011**).

Especificación del requerimiento de mano de obra para los niveles de producción, administración, gerencial y operativo de la empresa (**Fernández, 2010**).

Costos fijos y variables: En la fase de planificación del proceso de producción se consideran los costos fijos y los variables, en los fijos la empresa los considera aunque no exista producción alguna, mientras que los costos variables varían siempre y cuando exista fabricación o ventas del bien o servicio (**Horngren & Foster, 2010**)

Los costos variables también se denominan directos porque varían de acuerdo al monto o nivel de la producción, mientras que los costos fijos o denominados también periódicos porque son constantes y no consideran la variación de la cantidad de la producción y de las ventas (**Jiménez & Espinoza, 2012**).

Capital de trabajo: Cantidad de efectivo necesaria para la operatividad del proyecto de inversión y que será recuperado una vez finalice la vida útil de la propuesta (**Fernández, 2010**).

Monto económico empleado por la empresa para reinvertir, continuar las operaciones en el corto plazo y alcanzar utilidades. Es el saldo generado por la diferencia del activo a corto plazo menos el pasivo a corto plazo (**Pascual, 2010**).

Costo de financiamiento: Corresponde al financiamiento del proyecto de inversión, las fuentes y la participación en el mismo; puede ser por crédito o capital propio (**Fernández, 2010**).

Conformado por los costos siempre y cuando exista financiamiento, incluye intereses, más no los interés procedentes del capital propio **(Pascual, 2010)**.

- **El punto de equilibrio:** Consiste en determinar el punto de la actividad volumen – venta procurando que costos e ingresos sean iguales para equilibrar los ingresos y no registrar ni pérdida ni ganancia; es decir los ingresos del proyecto de inversión son suficientes para cubrir los costos variables y los costos fijos **(Fernández, 2010)**.

Técnica que facilita la obtención de utilidades, toma de decisiones y resolver problemas económicos y financieros en la empresa. Se analiza la actuación de ingresos, gastos; costos totales, fijos y variables **(Meza, 2013)**.

- **Depreciación:** Pérdida paulatina del valor de adquisición de los activos fijos por desgaste u obsolescencia en la empresa. De acuerdo al Reglamento de la LORTI, artículo 20, numeral 6 prescribe: Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10 % anual; vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil, Inmuebles (excepto terrenos) naves, aeronaves, barcasas y similares 5 % anual; el 20 % anual y equipo de cómputo y software el 33% anual **(Sarmiento, 2012)**.

Mecanismo de registro, en el cual se demuestra el desgaste de un activo fijo en un período de tiempo determinado **(Sánchez, 2011)**.

2.1.2.4. Estudio financiero

Por medio de indicadores establece y puntualiza la rentabilidad del proyecto de inversión; se detalla los ingresos, costos de inversión inicial y los costos operativos. En este estudio se fusiona el estudio de mercado por medio de los ingresos de la proyección de ventas de acuerdo al precio planteado y el estudio técnico que revela datos de la inversión, costos operativos, depreciaciones entre otros **(Fernández, 2010)**.

Cuantifica la información obtenida de los estudios de mercado y organizacional, constata que no existen impedimentos para su ejecución, realiza un análisis pormenorizado del rubro de inversión para el funcionamiento operativo del proyecto, se definen ingresos y costos evaluados por medio de índices financieros **(Meza, 2013)**.

- **Flujos de efectivo:** Relaciona las ventas anuales entre cantidad y precio del producto o servicio de acuerdo al estudio de mercado, se consideran costos de producción, operación y depreciación de los activos fijos para generar los flujos de efectivo que revelarán la rentabilidad del proyecto de inversión **(Fernández, 2010)**.

Resume el resultado de las entradas y salidas de efectivo en un proyecto de inversión en un período señalado y sirve de plataforma para la evaluación de rentabilidad del giro del negocio **(Meza, 2013)**.

- **Rentabilidad del proyecto:** La rentabilidad de un proyecto evidencia el progreso de la inversión; es un indicador financiero entre la ganancia y los costos de la misma, son los porcentajes del capital recuperado o ganado. Se la puede obtener por medio de la evaluación del VAN y TIR **(Fernández, 2010)**.

Es un índice para determinar la relación entre las utilidades y la inversión; establece cómo se emplearon los recursos y señala en qué medida creció la inversión inicial **(Sapag, 2011)**.

El valor actual neto (VAN): Puntualiza el valor presente de los rendimientos futuros disminuidos del costo de capital menos el costo de la inversión del proyecto **(Fernández, 2010)**.

El VAN, indicador de rentabilidad que estima la ganancia del proyecto sobre la rentabilidad después de recuperar la inversión. En el cálculo si el resultado es cero se considera satisfactorio porque existe equilibrio entre lo que gana el

inversionista y la recuperación de la inversión en el tiempo proyectado **(Sapag, 2011)**.

La tasa interna de retorno (TIR): Aquella tasa de interés que iguala a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos al final de la vida útil del proyecto o cuando sea pertinente evaluarlo **(Fernández, 2010)**.

Si el resultado del VAN es cero, el inversionista tiene como ganancia la que él proyectó; por lo tanto la TIR es igual a la tasa de descuento, si el VAN es positivo, la TIR es mayor que la tasa de descuento, esto implica que tiene una ganancia mayor a la pactada; si el VAN es negativo, la TIR es menor que la tasa de descuento exigida en el proyecto de inversión **(Sapag, 2011)**.

2.1.3. La empresa

Unidad económica productiva de bienes y servicios indispensables para satisfacer las necesidades de los consumidores. Está conformada por recursos humanos, materiales, tecnológicos, financieros, legales para la implementación del giro del negocio en un área determinada **(Pascual, 2010)**.

Toda entidad que realiza una actividad económica que requiere capital, administración y labores para poder satisfacer una necesidad o demanda del mercado **(Rodés, 2014)**.

2.1.3.1 La empresa como sistema

Posee un conjunto de elementos coordinados entre sí con la intención de alcanzar los objetivos de la empresa. Éstos elementos pueden ser técnicos, financieros y humanos **(Rodés, 2014)**.

Hace referencia a las características propias de las empresas porque es un sistema abierto relacionado con su entorno económico, social y político **(Fernández, 2010)**.

2.1.3.2 Objetivo empresarial

El avance tecnológico y la globalización inciden en los objetivos de la empresa:

- Alcanzar la mayor rentabilidad una vez implementada la empresa.
- Proponer nuevas empresas o proyectos
- Lograr un posicionamiento en el mercado y fidelización de clientes **(De Jaime, 2012)**

La empresa organiza y emplea factores productivos para crear productos y servicios y ponerlos a disposición del consumidor final y alcanzar un rédito que beneficie y justifique la inversión. Lo antes mencionado es la principal característica de los objetivos propuestos por un administrador de una organización. Además que deben ser medibles, alcanzables, controlados, cuantificables **(Rodés, 2014)**.

2.1.3.3 Importancia empresarial

La importancia empresarial consiste en la capacidad de generar beneficios que sean utilizados en el bienestar de los colaboradores de la misma para contribuir al desarrollo económico y social de un lugar establecido **(Pascual, 2010)**.

El manejo del capital correctamente da la pauta de la importancia empresarial en el mercado vinculando el talento humano y los medios materiales; generando la toma de decisiones sin desatender los objetivos planteados **(De Jaime, 2012)**.

2.1.3.4. Funcionalidad empresarial

La empresa como cédula económica responde a funciones básicas, tales como:

- **Técnica:** Por medio de actividades para la producción y fabricación de productos.

- **Comercial:** Venta de productos por medio publicitarios obtenidos en la función técnica.
- **Financiera:** Actividades de flujo de capital.
- **Social:** Actividades del departamento de talento humano, fusiona sociedad y empleados.
- **Administrativa:** Diseño del proceso administrativo de la empresa para el control de los recursos, se emplea técnicas contables, financieras, entre otras (**Pascual, 2010**).

La producción es la principal función de la empresa; también está inmersa las funciones económicas, financieras y comerciales inamovibles en las operaciones de la organización (**De Jaime, 2012**)

2.1.3.5. Clasificación empresarial

La clasificación de la empresa se plantea de tres tipos:

- **Industria:** Transformación de producción en artículos terminados para la venta.
- **Comercial:** Venta de bienes y productos.
- **Servicios:** Oferta servicios (**Pascual, 2010**).

Los criterios para la clasificación de las empresas es diverso; a continuación se detalla los tipos de organizaciones:

- **Por la actividad:** Industrial, comercial, agrícola, financiera, servicios, transporte.
- **Por la constitución legal:** Compañía en comandita, colectiva y por acciones; compañía de responsabilidad limitada, anónima, economía mixta
- **Por el sector productivo:** Empresas del sector primario, secundario y terciario.
- **Por el tamaño:** Pequeñas, medianas y grandes
- **Por el propietario:** Públicas y privadas

- **Por la forma de propiedad:** Familiar, familiar mixta, individual **(De Jaime, 2012)**.

2.1.3.6 Empresa comercial

Actúa como intermediario para la comercialización de bienes, productos y servicios. El objetivo es comprar y vender en un momento determinado artículos terminados **(Prieto, 2010)**.

Sistema económico planificado para comercializar productos y servicios con la intención de satisfacer los deseos y demandas de los consumidores finales **(Meza, 2013)**.

2.1.3.7. Distribuidora de venta de libros

Empresa dedicada a la intermediación entre las editoriales de libros y las librerías para la comercialización y distribución de textos y brindarle una mayor cobertura a los lectores **(Zapata, 2011)**.

Distribuidora de venta de libros, empresa que comercializa libros para atender las necesidades de mercado lector **(De Jaime, 2012)**

2.1.3.8 Creación de una empresa

La creación de una empresa se genera a partir de una idea de negocio que incluye actividades, análisis de mercado, técnico, económico y financiero que involucra los componentes del plan de factibilidad **(De Jaime, 2012)**.

Crear una empresa es una metodología que incluye un plan de negocio con varios factores para proponer las oportunidades del negocio, además de los fundamentos técnicos, económicos y tributarios **(Zapata, 2011)**.

Creación de sucursal: Denominado así a los medios con la intención de organizar la venta en el territorio establecido en el estudio técnico y que responda a cubrir la demanda y oferta de usuarios interesados en el producto **(Prieto, 2010)**.

La creación de sucursal generalmente responde al incremento del volumen de ventas en una zona específica para ofertar el producto al cliente de manera directa. Tiene la matriz en otra ciudad, tiene autonomía en la cartera de clientes, inventario y compras **(Pascual, 2010)**.

2.2. Fundamentación legal

Para la instalación del proyecto de inversión se emplea la normativa vigente que estipula los requerimientos legales de la sucursal de ventas de libros de la empresa DISELI en el cantón Quevedo.

2.2.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Registra e identifica a los contribuyentes que realizan una actividad económica determinada con fines impositivos para informar a la Administración Tributaria ecuatoriana **(SRI, 2015)**

2.2.2 Código laboral

Título I: Del contrato individual de trabajo

Capítulo I De su naturaleza y especies: Definiciones y reglas generales

Art. 8.- Contrato individual: Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Art. 9.- Concepto de trabajador: La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

Art. 10.- Concepto de empleador: La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador.

Art. 11.- Clasificación: El contrato de trabajo puede ser:

- a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal;
- b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto;
- c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional;
- d) A prueba;
- e) Por obra cierta, por tarea y a destajo;
- f) Por enganche;
- g) Individual, de grupo o por equipo.

Art. 12.- Contratos expreso y tácito: El contrato es expreso cuando el empleador y el trabajador acuerden las condiciones, sea de palabra o reduciéndolas a escrito.

A falta de estipulación expresa, se considera tácito toda relación de trabajo entre empleador y trabajador.

Art. 13.- Formas de remuneración: En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo.

Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo.

La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo.

Art. 18.- Contrato escrito: El contrato escrito puede celebrarse por instrumento público o por instrumento privado. Constará en un libro especial y se conferirá copia, en cualquier tiempo, a la persona que lo solicitare (**Ministerio de Relaciones Laborales, 2012**).

Capítulo IV De las obligaciones del empleador y del trabajador

Art. 42.- Obligaciones del empleador: Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;
4. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;
5. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;
6. El empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en

relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad, en el primer año de vigencia de esta Ley, contado desde la fecha de su publicación en el registro oficial.

En el segundo año, la contratación será del 1% del total de los trabajadores, en el tercer año el 2%, en el cuarto año el 3% hasta llegar al quinto año en donde la contratación será del 4% del total de los trabajadores, siendo ese el porcentaje fijo que se aplicará en los sucesivos años.

El contrato laboral deberá ser escrito e inscrito en la Inspección del Trabajo correspondiente, que mantendrá un registro específico para el caso. La persona con discapacidad impedida para suscribir un contrato de trabajo, lo realizará por medio de su representante legal o tutor. Tal condición se demostrará con el carné expedido por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) (**Ministerio de Relaciones Laborales, 2012**).

2.2.3 Ley de compañías

Sección VI: De la compañía anónima

1. Concepto, características, nombre y domicilio

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima", o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá

adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente **(Superintendencia de Compañías, 2011)**.

2. De la capacidad

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere la capacidad civil para contratar.

Las personas jurídicas nacionales pueden ser fundadoras o accionistas en general de las compañías anónimas, pero las compañías extranjeras solamente podrán serlo si sus capitales estuvieren representados únicamente por acciones, participaciones o partes sociales nominativas, es decir, expedidas o emitidas a favor o a nombre de sus socios, miembros o accionistas, y de ninguna manera al portador **(Superintendencia de Compañías, 2011)**.

2.2.4 Ley de seguridad social

El seguro general obligatorio forma parte del sistema nacional de seguridad social y, como tal, su organización y funcionamiento se fundamentan en los

principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia.

Son sujetos obligados a solicitar la protección del seguro general obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella.

El seguro general obligatorio protegerá a sus afiliados obligados contra las contingencias que afecten su capacidad de trabajo y la obtención de un ingreso acorde con su actividad habitual.

La empresa aplica la Ley de Seguro Social para proteger a los empleados que laboran en la misma, y gozar de beneficios de atención médica, créditos, jubilación, pensiones en caso de muerte, pensión por discapacidad entre otros, de tal manera que no se desampare a los empleados y sientan seguridad laboral **(IESS, 2014)**.

Art. 2. Sujetos de protección.- Son sujetos obligados a solicitar la protección del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:

- a. El trabajador en relación de dependencia;
- b. El trabajador autónomo;
- c. El profesional en libre ejercicio;
- d. El administrador o patrono de un negocio;
- e. El dueño de una empresa unipersonal;
- f. El menor trabajador independiente; y,
- g. Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

Son sujetos obligados a solicitar la protección del régimen especial del Seguro Social Campesino, los trabajadores que se dedican a la pesca artesanal y el habitante rural que labora habitualmente en el campo, por cuenta propia o de la comunidad a la que pertenece, que no recibe remuneraciones de un empleador público o privado y tampoco contrata a personas extrañas a la comunidad o a terceros para que realicen actividades económicas bajo su dependencia.

Art. 3. Riesgos cubiertos.- El Seguro General Obligatorio protegerá a sus afiliados obligados contra las contingencias que afecten su capacidad de trabajo y la obtención de un ingreso acorde con su actividad habitual, en casos de:

- a. Enfermedad;
- b. Maternidad;
- c. Riesgos del trabajo;
- d. Vejez, muerte, e invalidez, que incluye discapacidad; y,
- e. Cesantía **(IESS, 2014)**.

Art. 4. Recursos del seguro general obligatorio.- Las prestaciones del Seguro General Obligatorio se financiarán con los siguientes recursos:

- a. La aportación individual obligatoria de los afiliados, para cada seguro;
- b. La aportación patronal obligatoria de los empleadores, privados y públicos, para cada seguro, cuando los afiliados sean trabajadores sujetos al Código del Trabajo;
- c. La aportación patronal obligatoria de los empleadores públicos, para cada seguro, cuando los afiliados sean servidores sujetos a la Ley de Servicio Civil y Carrera Administrativa;
- d. La contribución financiera obligatoria del Estado, para cada seguro, en los casos que señala esta Ley;
- e. Las reservas técnicas del régimen de jubilación por solidaridad intergeneracional;
- f. Los saldos de las cuentas individuales de los afiliados al régimen de jubilación por ahorro individual obligatorio;

- g. Los ingresos provenientes del pago de los dividendos de la deuda pública y privada con el IESS, por concepto de obligaciones patronales;”
- h. Los ingresos provenientes del pago de dividendos de la deuda del Gobierno Nacional con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social;
- i. Las rentas de cualquier clase que produzcan las propiedades, los activos fijos, y las acciones y participaciones en empresas, administrados por el IESS;
- j. Los ingresos por enajenación de los activos de cada Seguro, administrados por el IESS;
- k. Los ingresos por servicios de salud prestados por las unidades médicas del IESS, que se entregarán al Fondo Presupuestario del Seguro General de Salud; DGAL RSH/BTS.
- l. Los recursos de cualquier clase que fueren asignados a cada seguro en virtud de leyes especiales para el cumplimiento de sus fines; y,
- m. Las herencias, legados y donaciones **(IESS, 2014)**.

Art. 6. Regulación de las contribuciones y las prestaciones.- El Reglamento General de esta Ley definirá, para cada clase de riesgos, las coberturas y exclusiones de cada una de las contingencias amparadas por el Seguro General Obligatorio, los montos de los beneficios, mínimos y máximos, y los porcentajes de aportación sobre la materia gravada, con sujeción a los siguientes criterios.

- a. Se extenderá progresivamente la protección social a la familia del afiliado y se dará preferencia a la prevención de riesgos;
- b. Se combinarán los mejores esfuerzos, habilidades y capacidades de los prestadores públicos y privados para garantizar una protección más eficiente de los asegurados;
- c. Se utilizarán las técnicas del seguro colectivo para financiar las contingencias catastróficas;
- d. Se combinará el principio de solidaridad intergeneracional con los incentivos del esfuerzo individual, para elevar la cuantía de las prestaciones;
- e. Se establecerán incentivos para el pago oportuno y suficiente de las aportaciones, y se penalizarán la mora, la evasión y la su declaración;

- f. Se canalizará la contribución financiera del Estado hacia los asegurados más vulnerables;
- g. Se optimizará el porcentaje de contribución a cada seguro, de manera que el costo total de los riesgos asegurados no grave indebidamente al afiliado y al empleador;
- h. Se procurará que la retribución a los prestadores de salud y de pensiones guarde proporción directa con la calidad y oportunidad del servicio al afiliado y premie su productividad;
- i. Se optimizarán los recursos humanos y administrativos del IESS para reducir los costos de gestión de las prestaciones y hacerlos competitivos con los de otros prestadores **(IESS, 2014)**.

Art. 7. Protección a los discapacitados.- La protección a los discapacitados no afiliados al Seguro General Obligatorio tendrá el carácter de una prestación asistencial, financiada exclusivamente con la contribución obligatoria del Estado, en las condiciones que determinará el Reglamento General de esta Ley **(IESS, 2014)**.

2.3. Marco referencial

La propuesta de tesis de Valeria Alexandra Robayo Parreño, con la temática ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA LIBRERÍA – CAFETERÍA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO; integra la metodología y etapas fundamentales de la inversión como el estudio de mercado en donde se profundiza en la competencia del negocio, se plantea el precio, el detalle del producto y servicio, la plaza, promoción y se detalla los canales de comercialización. El estudio técnico se enmarca en el tamaño de la empresa, la capacidad instalada y de producción, hace referencia a la atención al cliente englobada la constitución de la organización, la instalación y equipamiento para su operatividad. En el estudio económico – financiero; se estipula el monto de la inversión, los ingresos y utilidad del negocio.

En el desarrollo de la propuesta se realizó un análisis a la competencia determinado que son visitas una vez al mes; a los clientes les gustaría la fusión de los dos negocios para mayor comodidad. En la conclusión central de la investigación se deja entrever la posibilidad de elección del usuario en cuanto a menú y cursos que ofrece y en especial al servicio de venta de textos.

La tesis de grado de María José Flores Villarreal y Jennifer Xiomara Tamayo Mosquera; proponen el tema ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA LIBRERÍA EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO. En la investigación hacen notar como la demanda estudiantil de este centro de estudios superiores no se aprovechan a través de una empresa que oferte productos y servicios de calidad y a costos accesibles para los estudiantes universitarios. También se avizora que la librería genera la cultura del conocimiento y que contribuya al desarrollo de actividades del futuro profesional.

Entre las bases teóricas abordadas en la tesis se destaca la mercadotecnia y el estudio de mercado para establecer la posibilidad de posicionamiento del producto o servicio. En lo pertinente a los resultados se destaca la viabilidad de la creación de la librería en la institución universitaria.

Humberto Alexander Coronel Vera presenta la tesis INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ LIBRERÍA EN EL SECTOR DE LOS CEIBOS, focalizando la importancia de la empresa en la generación de empleo y desarrollo socio económico además de potenciar el emprendimiento y la satisfacción del cliente. El autor, presenta en la tesis un plan de investigación de mercado para implementar el negocio y la aceptación del usuario en la adquisición de textos.

En el marco teórico presenta un enfoque del mercadeo y lo relaciona con las teorías filosóficas, sociológicas acordes a las referencias bibliográficas. El enfoque metodológico estuvo enmarcado en los procesos cualitativo y cuantitativo de los métodos deductivo – inductivo.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y métodos

3.1.1. Localización y duración de la investigación

La sucursal de venta de libros de la empresa DISELI se localiza en el cantón Quevedo, en la Avenida 7 de Octubre y calle octava; provincia de Los Ríos, localizada a 1° 20' 30" de latitud Sur y los 79° 28' 30" de longitud occidental. El tiempo empleado para su realización correspondió a 189 días.

Figura 1. Croquis de ubicación de la empresa DISELI



Fuente: GAD Municipal del cantón Quevedo

3.1.1.1. Materiales

En el desarrollo del objeto de investigación se utilizaron los siguientes recursos materiales y tecnológicos:

Cuadro 1. Materiales de la investigación

Descripción	Cantidad
Equipos	
Computador	1
Impresora multifuncional	1
Calculadora	1
Flash Memory	1
Materiales	
Disco compacto	5
Resmas de hojas A4	5
Lápices	2
Lapiceros	2
Cuadernos	1
Carpetas	3
Libros	4
Folletos	2
Módulos	1

Elaboración: El autor 2015

3.1.2. Métodos

3.1.2.1. Inductivo

Este método permitió extraer información referente al objeto de estudio, se aplicó encuestas y entrevistas a la oferta y demanda del sector. Se logró realizar el estudio de mercado obteniéndose respuestas necesarias para determinar la factibilidad de la creación de una sucursal de venta de libros de la empresa DISELI en el cantón Quevedo.

3.1.2.2. Deductivo

El método permitió realizar un estudio generalizado del procedimiento operativo y administrativo de la empresa DISELI; los datos recopilados a través de la

encuesta a los potenciales clientes y entrevista a los administradores minoristas de venta de libros permitieron realizar el proyecto con las respectivas conclusiones y recomendaciones de la investigación.

3.1.2.3. Descriptivo

Se lo utilizó para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar, generalizar los resultados de las observaciones, esto implicó la recopilación y presentación sistemática de los datos para dar una idea clara de la creación de la sucursal de venta de libros en el cantón Quevedo.

3.1.2.4. Estadístico

A través de este método se tabuló, graficó, interpretó y se analizó toda la información obtenida mediante las encuestas y entrevistas que se aplicó a los posibles clientes y comerciantes minoristas de libros del cantón Quevedo.

3.1.2.5. Analítico – sintético

Se lo utilizó en el desarrollo de la investigación; destacando la importancia del análisis en cuanto a la selección del tema porque priorizó la necesidad de contar con una distribuidora exclusiva de textos en Quevedo; también se lo manejó en la formulación de la propuesta; razón por la cual la información fue debidamente analizada y sintetizada para obtener respuestas, claras, concisas, y precisas, este método también se aplicó en el estudio económico en los rubros de ingresos y gastos; finalmente se lo empleó en el estudio financiero del proyecto.

3.2. Tipos de investigación

3.2.1. Bibliográfica – documental

Permitió recopilar información teórica referente al objeto de estudio, para ello fue necesario citar información de varios libros, folletos, módulos e internet. Mediante

este análisis se fortaleció el conocimiento y fue posible confrontar los resultados de la presente investigación; además se redactó la fundamentación legal y marco contextual de la investigación con trabajos afines a la temática del objeto de estudio de la investigación.

3.2.2. De campo

El estudio de campo se lo implementó en el cantón Quevedo, para lo cual se aplicó encuestas a los potenciales clientes y entrevistas a los comerciantes minoristas para la distribución de los libros.

3.3. Fuentes de investigación

3.3.1 Primarias

Los datos primarios se obtuvo a través de las encuestas a los demandantes de los libros, de las entrevistas que se aplicó a los propietarios de negocios que comercializan este tipo de productos, lo cual conllevará a conocer aspectos relacionados con las preferencias, precio, variedad y disponibilidad para adquirir los textos; con la finalidad de medir el grado de satisfacción del cliente con respecto al producto que se oferta.

3.3.2. Secundarias

La información secundaria, se fundamentó en varios libros de marketing y evaluación de proyectos de inversión, así como el estudio de factibilidad en módulos, diccionarios, folletos, biblioteca virtual, textos ilustrativos e internet. También se destaca el fundamento legal, se recurrió a organismos gubernamentales y de control. Toda la información citada, tuvo relación con el objeto de estudio y con el desarrollo de los objetivos.

3.4. Técnicas e instrumentos de evaluación

3.4.1. Observación

Esta técnica ayudó a establecer los hechos porque se observó la cultura de clientes, localización y las preferencias de los mismos al momento de adquirir libros.

3.4.2. Encuesta

Las encuestas se realizaron en base a un cuestionario previamente elaborado con preguntas relacionadas al objeto de estudio, permitió conocer la preferencia de los clientes como preferencias de las editoriales que ofertan los textos, tipos de libros, precios, calidad, entre otros. La encuesta se la aplicó a los potenciales clientes de todo género y estrato social.

3.4.3. Entrevista

Se aplicó la entrevista a los administradores de negocios que comercializan libros, a través de preguntas, referente a procedimientos de compra, preferencias, editoriales y calidad.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Según datos históricos del Censo Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC en el año 2010 la Población Económicamente Activa del cantón Quevedo correspondió a 68489 habitantes. De acuerdo a la tasa de crecimiento del 2.43% la proyección de la PEA en el año 2015 es de 77223 personas; como se manifiesta en el cuadro 2.

Cuadro 2. Proyección de la población económicamente activa del cantón Quevedo 2010 – 2015

Año	PEA
2010	68489
2011	70153
2012	71857
2013	73603
2014	75391
2015	77223

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC
Elaboración: El autor 2015

3.5.2. Muestra

Para calcular la muestra se implementó la fórmula de probabilidad para poblaciones finitas:

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

Deduciéndose:

N = Muestra

Z² = Confiabilidad = 95%

P = Probabilidad de evento que ocurra = 53%

Q = Probabilidad de evento que no ocurra = 47%

N = Población = 77223

e² = Error de la muestra = ± 5%

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,53 \times 0,47 \times 77223}{0,05^2 (77223 - 1) + 1,96^2 \times 0,53 \times 0,47}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,53 \times 0,47 \times 77223}{0,0025 (77222) + 3,8416 \times 0,25}$$

$$n = \frac{73897,9753}{104,0119}$$

n = 381

En el cuadro 3 se expresa la muestra poblacional de la oferta y demanda, con 381 personas encuestadas y 50 personas entrevistadas mostrando un resultado total de 431 personas.

Cuadro 3. Muestra de la investigación

Muestra de estudio	Nº Personas
Demanda (encuestas)	381
Oferta (entrevistas)	
Librerías centro de la ciudad	20
Librerías otros sectores de la ciudad	30
Total librerías	50
Total de la muestra	431

Fuente: Muestra poblacional de la oferta y demanda.

Elaboración: El autor 2015

3.6. Procedimiento metodológico

Con la intención de alcanzar los objetivos planteados en la investigación se empleó el siguiente proceso del estudio de factibilidad:

3.6.1. Estudio de mercado

Facilitó determinar la oferta por medio de una encuesta aplicada a los administradores de distribuidoras de libros del cantón Quevedo. La demanda se la calculó con los resultados de los cuestionarios de encuestas aplicadas a los clientes de textos de la localidad; detectándose la necesidad de crear la empresa de acuerdo a los objetivos del análisis del mercado. En la proyección de mercado se emplearon las siguientes ecuaciones:

$$OF_{2015} = OA_{2014} * \left(1 + \frac{Tpc}{100}\right)^n$$

$$DF_{2015} = DA_{2014} * \left(1 + \frac{Tpc}{100}\right)^n$$

3.6.2. Estudio técnico

En la determinación del tamaño del proyecto de factibilidad para la creación de la sucursal de la empresa DISELI dedicada a la venta de libros; se procedió a obtener la diferencia entre oferta menos la demanda, el resultado logrado se denominó demanda insatisfecha; luego se obtuvo el porcentaje que fue utilizado para calcular el tamaño del proyecto.

3.6.3. Estudio económico

Los costos de operación fueron calculados a través del estudio de mercado. Para los costos variables se consideraron materiales directos e indirectos, imprevistos y suministros. En lo referente a los costos fijos se recurrió al detalle de mano de obra directa e indirecta, amortización, depreciación, gastos de administrativos, ventas, publicidad y financieros.

La metodología de cálculo utilizada se describe a continuación:

$$\mathbf{CT = CF + CV}$$

Deduciéndose:

CT: Costo total

CF: Costo fijo

CV: Costo variable

El Estado de Situación Inicial evidenció el giro del negocio propuesto en el estudio de factibilidad y registró ordenadamente los movimientos de las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio en el período contable que se realizó la investigación.

El Estado de Resultados reflejó los saldos de las operaciones de las ventas, costos y gastos en que incurrió en el período contable propuesto.

La disponibilidad del saldo de caja se detalló en el flujo de caja; registrando las entradas y salidas de efectivo derivados del giro del negocio y calculando el saldo final del disponible.

El punto de equilibrio fue calculado, después de obtener los costos e ingresos. Fue necesario el empleo de la fórmula siguiente:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

3.6.4. Estudio financiero

La Relación Beneficio / Costo, resultó del calculado del cociente de los beneficios netos actualizados para la tasa de interés del crédito bancario; la fórmula fue la siguiente:

$$\text{Beneficio/ Costo} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Costo Total}} \times 100$$

La Tasa Interna de Retorno, determinó la rentabilidad del giro del negocio. La fórmula que se utilizó para el cálculo se detalla a continuación:

$$TIR = T_m + (T_M - T_m) \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M}$$

Deduciéndose:

TIR = Tasa Interna de Retorno

Tm = Tasa menor

TM = Tasa mayor o tasa superior

VAN Tm = Valor actual neto menor

VAN TM = Valor actual neto mayor

El Valor Actual Neto de la inversión para la creación de la sucursal de la empresa DISELI utilizó los flujos de efectivo registrados en el flujo de caja con su respectiva tasa de interés anual; a continuación se detalla la ecuación:

$$VAN = A + \frac{Q_1}{(1+k_1)} + \frac{Q_2}{(1+k_1) * (1+k_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k_1) (1+k_n)}$$

Deduciéndose:

VAN = Valor Actual Neto

Q₁= Flujo neto de efectivo (cuando en un mismo periodo se den flujos positivos y negativos será la diferencia entre ambos flujos).

A = Inversión inicial

n = Número de años

K_n= Tasa de interés de retorno del período

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Encuesta dirigida a la ciudadanía del cantón Quevedo para establecer el nivel de lectura que tienen los quevedeños.

4.1.1.1. ¿Usted compra libros?

En el cuadro 4 se determina que al 64% de personas encuestadas si les gusta comprar libros para diferentes fines como leer y realizar consultas, y el 36% expresó que no les gusta comprar libros por ningún motivo en especial. Es notable destacar con los resultados obtenidos que la mayoría de personas encuestadas compran libros con diferentes finalidades, considerando que muchos de ellos mantienen el hábito de la lectura o para consultas.

Cuadro 4. Compra libros.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	243	64
NO	138	36
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

4.1.1.2. ¿Qué tipo de libros adquiere con mayor frecuencia?

En el cuadro 5 se manifiesta que el 39% de personas encuestadas les gusta comprar libros científicos, un 30% expresó que ellos adquieren enciclopedias, mientras que un 18 % respondieron que compran libros de lectura, un 6% de personas dijeron que les gusta los libros de cocina, siendo notorio que a las personas les atrae leer con mayor frecuencia libros científicos y las enciclopedias.

Cuadro 5. Tipo de libros que adquiere frecuentemente.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Lectura variada	44	18
Diccionario en español	10	4
Diccionario en inglés	8	3
Enciclopedias	73	30
Libros de manualidades	15	6
Libros científicos	93	39
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

4.1.1.3. ¿Con qué frecuencia compra usted libros?

En el cuadro 6 se establece que el 55% de personas encuestadas compra libros tres veces al año, el 30% respondieron que lo hace dos veces al año, mientras que el 9% dijeron que compra una vez al año y el 6% que nunca compra.

La frecuencia de compra de los libros de la población económicamente activa de Quevedo es tres veces al año, ventaja que debe ser considerada al momento de implementar la sucursal de la distribuidora de libros.

Cuadro 6. Frecuencia de compra de libros.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tres veces al año	133	55
Dos veces al año	73	30
Una vez al año	22	9
Nunca	15	6
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

4.1.1.4. ¿Al momento de comprar los libros, qué es lo primero que toma en consideración?

En el cuadro 7 se comprueba que, de acuerdo a la encuesta realizada a la población, el 47% expresaron que al momento de comprar un libro lo primero que toman en cuenta es el precio; el 30% dijeron que toma en consideración la calidad del libro, un 12 % toma en cuenta la casa editora.

El costo de adquisición es importante para la implementación de un negocio, el cliente busca economía; es una ventaja competitiva para la distribuidora si realiza descuentos, promociones que beneficie a los consumidores, ya que el precio es el principal motivo para que las personas adquieran libros.

Cuadro 7. Consideraciones al comprar un libro.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
La casa editora	29	12
La calidad del libro	73	30
El aporte del libro	15	6
El precio	114	47
Otros especificar	12	5
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

4.1.1.5. ¿A cuál de estos lugares acude para comprar los libros?

En el cuadro 8 se fija que el 34% de personas encuestadas compra los libros en editoriales, el 30% dice que compra en librerías o galerías, un 17% dijo que compra en catálogos, el 12% manifestó que compra en centros comerciales.

Uno de los lugares más frecuentes a los que acuden los encuestados a realizar las compras de sus libros, es en editoriales, como podemos darnos cuenta es un punto a favor para la creación de la nueva sucursal.

Cuadro 8. Lugar donde compra los libros.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Centros comerciales	29	12
Librerías o galerías	73	30
Editoriales	83	34
Catálogos	41	17
Otros especificar	17	7
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.1.6. ¿Existen comerciantes minoristas de libros por su sector?

En el cuadro 9 se determina que el 61% de los encuestados dijeron que si existen comerciantes minoristas de libros por su sector, mientras que el 39% manifestaron que no existe.

La existencia de comerciantes minoristas de libros en el lugar donde se va a implementar la sucursal hace que se tome muy en cuenta y se creen estrategias de ventas, promociones, descuentos, entre otros para de esta manera darse a conocer en el mercado y así captar clientes.

Cuadro 9. Comerciantes minoristas de libros en su sector

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	148	61
NO	95	39
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.1.7. ¿Qué presentación prefiere para la compra de libros?

En el cuadro 10 se establece que el 45% de las personas encuestadas les gusta comprar los libros de colecciones pequeñas, el 40% dijeron que compra los libros

en colecciones grandes, mientras que el 15% respondieron que compran libros solos.

La compra de libros que vienen en colección por parte de los habitantes es una ventaja muy importante para la librería ya que la venta de los mismos permitiría obtener mayores ingresos.

Cuadro 10. Cómo le gusta comprar los libros.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Colecciones grandes	97	40
Colecciones pequeñas	110	45
Libros solos	36	15
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.1.8. ¿Cuál es el promedio del gasto familiar mensual para la compra de libros?

En el cuadro 11 se manifiesta que el 36% de las personas encuestadas suele gastar un promedio entre US\$ 100 a US\$ 200 dólares comprando libros, el 33% expresó que gasta entre US\$ 200 y US\$ 300, un 15% dijo que tiene un egreso por la compra de textos de US\$ 500.

El gasto entre US\$ 100 y US\$ 200 es un ingreso significativo para la distribuidora de libros en la ciudad de Quevedo, de acuerdo a lo que manifestaron los encuestados.

Cuadro 11. Promedio de gasto familiar mensual para libros.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de US\$ 50	7	3
Entre US\$ 50 y US\$ 100	12	5
Entre US\$ 100 y US\$ 200	88	36
Entre US\$ 200 y US\$ 300	81	33
Entre US\$ 300 y US\$ 400	19	8
Más de US\$ 500	36	15
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.1.9. ¿A qué forma de pago recurriría para la compra de libros?

En el cuadro 12 se comprueba que el 54% de las personas encuestadas les gustaría que las formas de pago para adquirir los libros sean a crédito, el 30% manifestó que sea el pago al contado mientras que el 16% dijo que sea por medio de tarjeta de crédito.

La forma de pago es muy importante luego de hacer una compra puesto que muchas personas no están en la capacidad de hacerlo de contado por la situación económica en la que vivimos, si se lo hace a crédito puede ser una gran ventaja para la librería, logrando así ganar clientes.

Cuadro 12. Forma de pago.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Al contado	73	30
A crédito	131	54
Tarjeta de crédito	39	16
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.1.10. ¿Le gustaría que se implementara un local dedicado exclusivamente a la venta de libros?

En el cuadro 13 se estipula que al 96% si les gustaría que se implementara un lugar exclusivo para comprar libros, mientras que el 4% cualquier lugar en el que vendan libros ellos comprarían.

Es decir que entre los habitantes encuestados del cantón Quevedo, existe un gran porcentaje que sí tiene interés por comprar libros ya que son necesarios para así adquirir un buen hábito a la hora de leer un buen libro.

Cuadro 13. Le gustaría que haya un lugar donde solo vendan libros.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	233	96
No	0	0
Indiferente	10	4
TOTAL	243	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.2. Entrevista dirigidas a los propietarios de librerías del cantón Quevedo para establecer el nivel de venta que mantiene en el negocio.

4.1.2.1. ¿Qué tiempo tiene usted en el mercado?

El cuadro 14 se fija que de los propietarios de librerías encuestados el 82% tienen más de 5 años en el mercado, el 8% tienen menos de 1 año, el 6% entre 1 y 2 años, que se dedican a la venta de libros en el cantón Quevedo. Es decir la mayoría de los encuestados ya tienen muchos años en esta actividad.

Cuadro 14. Tiempo que tiene en la venta de libros.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	4	8
Entre 1 y 2 años	3	6
Entre 3 y 4 años	2	4
Más de 5 años	41	82
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

4.1.2.2. ¿En qué ciudades adquiere los libros?

En el cuadro 15 se establece que el 72% de los propietarios encuestados adquieren los libros en Guayaquil, el 18% en Quito, el 6% otros, mientras que el 4% los adquieren los libros en Cuenca.

La mayoría de los propietarios de librerías encuestados manifestaron que prefieren adquirir los libros en la ciudad de Guayaquil, tal vez porque en esa ciudad les dan a mejores precios, así lo determina el cuadro 15.

Cuadro 15. Lugar donde adquiere los libros.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Quito	9	18
Guayaquil	36	72
Cuenta	2	4
Otros	3	6
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

4.1.2.3. ¿Quién le provee los libros?

En el cuadro 16 se determina que el 28% de los propietarios encuestados su proveedor de libros es la editorial El libro, el 24% la editorial Grupo cultural, un 18% la editorial Edimecien.

Estos resultados reflejan que la mayoría de los propietarios prefieren la editorial El libro, debe ser porque les ofrece una mayor variedad de libros; así lo determina el cuadro 16.

Cuadro 16. Proveedor de los libros.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Edimecien	9	18
Grupo cultural	12	24
El libro	14	28
Edisan	6	12
Otros	9	18
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

4.1.2.4. ¿Cuál es el valor promedio de ventas mensuales?

En el cuadro 17 se precisa que el 48% de los propietarios encuestados sus ventas mensuales son entre \$ 2000 y \$ 3000, el 28% entre \$ 1000 y \$ 2000, un 16% menos de \$ 1000.

Es decir que si existe un buen nivel de venta de libros considerable en el cantón Quevedo, por lo tanto es un buen negocio para las personas que tienen sus librerías.

Cuadro 17. Promedio mensual de ventas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$ 1000	8	16
Entre \$ 1000 y 2000	14	28
Entre \$ 2000 y 3000	24	48
Más de \$ 3000	4	8
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.2.5. ¿Cada cuánto tiempo adquiere los libros?

En el cuadro 18 se manifiesta que el 82% de los propietarios encuestados adquieren los libros cada mes, mientras que un 18% cada 15 días, es decir que se abastecen de las variedades de libros cada mes para ofrecer una mayor variedad a sus clientes y mantener un stock permanente.

Cuadro 18. Frecuencia de compra de libros.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cada semana	0	0
Cada 15 días	9	18
Cada mes	41	82
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.2.6. ¿Qué horarios de atención presenta su negocio?

En el cuadro 19 se comprueba que un 52% de los propietarios de librerías encuestados que atienden sus locales de 8:00am a 6:00pm, el 26% de 8:30am a 7:00pm, mientras que el 22% otros horarios. Es decir que la mayoría de los propietarios atienden sus locales en horario habitual y acorde a las necesidades de los clientes que los visitan.

Cuadro 19. Horario de atención.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
7:00 am a 5:00am	0	0
8:00am a 6:00pm	26	52
8:30am a 7:00pm	13	26
Otros horarios	11	22
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.2.7. ¿Qué tipo de libros son los más ofertados?

En el cuadro 20 se estipula que un 32% de los propietarios de librerías encuestados sus clientes prefieren colecciones de inglés, el 18% prefieren libros de consulta general, el 16% los libros técnicos; así se determina en el cuadro en referencia.

Cuadro 20. Libros que más compran

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Libros de manualidades	4	8
Libros de cocina	3	6
Colecciones de ingles	16	32
Libros de consulta general	9	18
Libros técnicos	8	16
Colecciones infantiles	6	12
Diccionarios	4	8
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.2.8. ¿Cuáles son las formas de pago que ofrece a sus clientes?

En el cuadro 21 se determina que un 40% de los propietarios de librerías encuestados sus clientes prefieren cancelar sus compras al contado, otro 40% de los clientes cancelan a crédito, mientras que un 20% opta por cancelar sus comprar con tarjeta de crédito.

Cuadro 21. Formas de pago.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Al contado	20	40
A crédito	20	40
Tarjeta de crédito	10	20
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

4.1.2.9. ¿Qué tipo de promociones ofrece?

En el cuadro 22 se prescribe que el 100% de los propietarios de las librerías del cantón Quevedo manifestaron que ofrecen a sus clientes descuentos por sus compras, esto para conservar la clientela que ya tienen y así adquirir un mayor volumen en las ventas.

Cuadro 22. Tipos de promociones.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	50	100
Dos por uno	0	0
Tarjeta de crédito	0	0
Otras promociones	0	0
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

4.1.2.10. ¿Mantiene algún tipo de convenio con instituciones de la localidad?

En el cuadro 23 se establece que el 100% de los propietarios de las librerías del cantón Quevedo manifestaron que no mantienen ningún tipo de convenios con alguna institución de la localidad quevedeña.

Cuadro 23. Convenio con instituciones

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	50	100
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.3. Análisis de oferta y demanda de mercado

4.1.3.1. Análisis de la oferta

Dentro de la investigación realizada se determinó que en la ciudad de Quevedo existen 15 empresas que ofertan la misma línea de productos que la empresa DISELI, 25 librerías de diferente tamaño que mantienen una mínima oferta de libros, principalmente en las temáticas de mayor aceptación y 10 empresas que se dedican a la venta de libros solamente bajo pedido.

La principal diferencia entre la competencia y DISELI es que la empresa mantendrá en exhibición los libros y colecciones que posee para que el cliente lo pueda observar, y adquirirlo directamente en el local, además de tener dos vendedores que harán recorrido para colocar los libros mediante visitas a domicilio o lugares de trabajo.

- **Oferta histórica**

Como lo manifiesta el cuadro 24 de acuerdo al análisis de la oferta histórica se consideró el número de empresas que funcionaban en Quevedo desde el 2010 hasta la actualidad, el promedio de compras y ventas que han mantenido durante estos años, considerando el porcentaje de ventas al contado y crédito y el porcentaje de ganancia sobre el costo en el tipo de venta correspondiente.

Cuadro 24. Análisis de la oferta histórica.

Años	Número de negocios	Compras	Ingresos
2010	38	\$ 684.000,00	\$ 2.407.680,00
2011	42	\$ 856.800,00	\$ 3.015.936,00
2012	41	\$ 836.400,00	\$ 2.944.128,00
2013	43	\$ 928.800,00	\$ 3.269.376,00
2014	50	\$ 1.200.000,00	\$ 4.224.000,00

Fuente: Encuesta a propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

- **Oferta futura**

Como se determina en el cuadro 25, para el cálculo de la oferta futura se consideró el incremento promedio del número de negocios y del valor de compras en los últimos 5 años de la oferta existente. El porcentaje de incremento es 5% para los negocios y 4% para el valor de las compras totales.

Cuadro 25. Proyección de la oferta futura

Años	Número de negocios	Compras	Ingresos
2015	53	\$ 1.310.400,00	\$ 4.612.608,00
2016	55	\$ 1.430.956,80	\$ 5.036.967,94
2017	58	\$ 1.562.604,83	\$ 5.500.368,99
2018	61	\$ 1.706.364,47	\$ 6.006.402,93
2019	64	\$ 1.863.350,00	\$ 6.558.992,00

Fuente: Encuesta a propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

4.1.3.2. Análisis de la demanda

En el cuadro 26 se fija la demanda actual en referencia a la adquisición de libros es amplia, las personas adquieren diferentes tipos de texto ya sea por desarrollo personal, profesional o por necesidades estudiantiles como diccionarios o enciclopedias.

El 63,86% de las personas dedican tiempo a la lectura y su gasto promedio mensual en adquisición de libros es \$ 20,36, para la presente investigación se consideró a una persona de cada familia conformada por 3,9 integrantes.

Cuadro 26. Análisis de la demanda histórica

Años	Población	Familias	Demanda
2010	179370	29371	\$ 7.175.846,42
2011	182855	29941	\$ 7.315.266,75
2012	186349	30513	\$ 7.455.047,13
2013	189834	31084	\$ 7.594.467,46
2014	193308	31653	\$ 7.733.447,73

Fuente: Encuesta aplicada a población del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

- **Demanda insatisfecha**

En el cuadro 27 se precisa la proyección de la demanda futura, en la que se proyecta las ventas que esperan tener los propietarios de las librerías, considerando el incremento de la población.

Cuadro 27. Proyección de la demanda futura

Años	Población	Familias	Demanda
2015	196709	32210	\$ 7.869.507,57
2016	200217	32784	\$ 8.009.848,04
2017	203650	33346	\$ 8.147.188,06
2018	207064	33905	\$ 8.283.767,98
2019	210461	34462	\$ 8.419.667,80

Fuente: Encuesta aplicada a población del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

En el cuadro 28 se establece la demanda insatisfecha que refleja la diferencia entre la población atendida por las empresas dedicadas a la venta de libros y las personas dispuestas a adquirir libros y que pueden ser captadas con mayor facilidad por la empresa DISELI.

Cuadro 28. Proyección de la demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2015	\$ 7.869.507,57	\$ 4.612.608,00	\$ 3.256.899,57
2016	\$ 8.009.848,04	\$ 5.036.967,94	\$ 2.972.880,10
2017	\$ 8.147.188,06	\$ 5.500.368,99	\$ 2.646.819,08
2018	\$ 8.283.767,98	\$ 6.006.402,93	\$ 2.277.365,05
2019	\$ 8.419.667,80	\$ 6.558.992,00	\$ 1.860.675,79

Fuente: Encuesta aplicada a población del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

En el cuadro 29 se comprueba que la empresa DISELI pretende captar el 5% del mercado objetivo de la ciudad de Quevedo, considerando sus dos modalidades de venta, directamente en su local y mediante vendedores a domicilio o lugares de trabajo., así mismo la proyección de venta por tipo de libros según la información proporcionada en las encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Quevedo.

Cuadro 29. Proyección de ingresos captados

Años	Demanda	5%
2015	\$ 7.869.507,57	\$ 393.475,38
2016	\$ 8.009.848,04	\$ 400.492,40
2017	\$ 8.147.188,06	\$ 407.359,40
2018	\$ 8.283.767,98	\$ 414.188,40
2019	\$ 8.419.667,80	\$ 420.983,39

Fuente: Encuesta aplicada a población del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

En el cuadro 30 se especifica la proyección de los tipos de libros que se deben ofertar considerando la preferencia de cada lector, evidenciada en los resultados de la encuesta aplicada a los posibles clientes.

Cuadro 30. Proyección de los tipos de libros

Detalle	Valor (\$)
Lectura variada	71.101,00
Diccionario en español	15.384,89
Diccionario en inglés	13.024,04
Enciclopedias	119.695,21
Manualidades	24.906,99
Interés científico	149.363,25
Total	393.475,38

Fuente: Encuesta aplicada a población del cantón Quevedo

Elaboración: El autor 2015

- **Tipos de clientes**

La empresa DISELI enfoca sus actividades a captar los clientes entre 19 y 69 años, quienes se encuentran en edad productiva y poseen capacidad de compra, además se considera como cliente objetivo a una persona por cada una de las familias de la ciudad, debido a que en las encuestas se registró el promedio de compra familiar.

- **Precios**

La fijación de los precios es un elemento esencial para determinar el éxito de un negocio, en el negocio de la comercialización de los libros se mantiene un precio relativo de 4 veces el valor del costo, para de allí reconocer la comisión de los vendedores, cobradores, gastos operativos y gastos generales de la empresa.

Cada tipo de libro mantiene precios diferentes, debido a que se ofertan libros individuales, colecciones pequeñas y colecciones grandes, en diferentes temáticas, pero la forma de establecer el precio es la misma.

4.1.4. Estudio Técnico

4.1.4.1. Enfoque de la empresa

Empresa DISELI dedicada a la comercialización de libros en la ciudad de Quevedo, ofrece libros en diferentes líneas: diccionarios de inglés y español, enciclopedias, manualidades, de interés científico, cocina y de lectura variada.

- **Localización**

Aspectos a considerar para la ubicación idónea del negocio.

- **Acceso al mercado consumidor:** La ubicación del negocio debe tener estratégicamente acceso a los clientes y encontrarse en su paso

permanente para que estén continuamente actualizándose de las novedades en cuanto a los libros que pueden adquirir.

- **Espacio físico:** Las instalaciones del negocio deben ser amplias para favorecer la correcta exhibición de los libros, el almacenamiento en condiciones apropiadas, además del espacio para el personal que labora allí.
- **Macrolocalización**

La empresa DISELI estará ubicada en la ciudad de Quevedo, provincia de Los Ríos, república del Ecuador

- **Microlocalización**

El lugar escogido para la instalación de la empresa DISELI, dedicada a la comercialización de libros será en la calle 7 de Octubre y calle Octava.

4.1.4.2. Ingeniería del proyecto

- **Descripción del producto**

La empresa DISELI se dedica a la comercialización de libros de las principales editoriales, manteniendo en stock libros de las temáticas de mayor aceptación por los clientes: cocina, enciclopedias, científicos, infantiles, diccionarios en inglés y español.

Para mantener operativa a la empresa se requiere el equipamiento de la empresa considerando equipos, materiales y muebles para el área administrativa y de ventas.

En el cuadro 31 se determina los muebles, equipos y materiales que requiere la empresa DISELI para brindar un servicio de calidad y una atención personalizada al cliente.

Cuadro 31. Muebles, equipos y materiales

Orden	Detalle	Cantidad
1.- Activos fijos		
1	Archivador	3
2	Escritorio master	1
3	Escritorio sencillo	2
4	Silla giratoria master	1
5	Silla giratoria sencillas	2
6	Bloque de sillas de 3	3
7	Computador de escritorio	2
8	Laptop	1
9	Impresora tinta continua	1
10	Calculadora	3
11	Datafast	1
12	Impresora de factura	1
13	Perchas	5
14	Vitrinas verticales	4
15	Vitrinas horizontales	2
16	Aire acondicionado de 24000 BTU	1

Elaboración: El autor 2015

4.1.5. Estudio económico

4.1.5.1. Inversión inicial

En el cuadro 32 se establece la inversión inicial en la que se consideran todos los rubros necesarios para empezar las actividades de la empresa, incluyendo el

capital de trabajo para tres meses. Para el presente proyecto la inversión inicial asciende a \$ 32.425,90.

Cuadro 32. Inversión inicial del proyecto.

Orden	Detalle	Valor (\$)
1	Activos fijos	7.940,00
2	Mercadería	10.246,75
3	Gastos de constitución	450,00
4	Publicidad inicial	200,00
5	Adecuación del local	320,00
6	Imprevistos 10%	1.915,68
7	Capital de trabajo (3 meses)	11.353,48
Inversión inicial		32.425,90

Elaboración: El autor 2015

4.1.5.2. Activos fijos

Los activos fijos son parte importante en el desempeño de la empresa DISELI están distribuidos en las áreas administrativa y de ventas, considerando los muebles y equipos necesarios para el funcionamiento de la misma, incluyendo la exhibición de la mercadería.

En el cuadro 33 se estipulan los activos fijos necesarios para el funcionamiento de la empresa, como muebles, equipos y materiales, considerando la cantidad y el valor de adquisición, todos ellos necesarios para el desarrollo de las actividades, la inversión total en activos fijos asciende a \$ 7.940.

Cuadro 33. Activos fijos del proyecto

Orden	Detalle	Cantidad	Valor (\$)	Total
1	Archivador	3	130,00	390,00
2	Escritorio master	1	220,00	220,00
3	Escritorio sencillo	2	170,00	340,00
4	Silla giratoria master	1	110,00	110,00
5	Silla giratoria sencillas	2	70,00	140,00
6	Bloque de sillas de 3	3	120,00	360,00
7	Computador de escritorio	2	650,00	1.300,00
8	Laptop	1	550,00	550,00
9	Impresora tinta continua	1	350,00	350,00
10	Calculadora	3	30,00	90,00
11	Datafast	1	380,00	380,00
12	Impresora de factura	1	590,00	590,00
13	Perchas	5	130,00	650,00
14	Vitrinas verticales	4	270,00	1.080,00
15	Vitrinas horizontales	2	250,00	500,00
16	Aire acondicionado de 24000 BTU	1	890,00	890,00
Suman				7.940,00

Elaboración: El autor 2015

4.1.5.3. Capital de trabajo

El cuadro 34 precisa el capital de trabajo, que está conformado por los costos fijos que mantiene la empresa para funcionar, a pesar de no generar ingresos. Para el presente proyecto se determinó como capital de trabajo los recursos necesarios para mantenerse 3 meses, considerando los gastos administrativos y de ventas, y asciende a \$ 8.060,66.

Cuadro 34. Capital de trabajo

Orden	Detalle	Total Gasto Mensual
1	Administrativos	2.072,08
2	Ventas	5.988,58
TOTAL		8.060,66

Elaboración: El autor 2015

4.1.5.4. Financiamiento de la inversión

En el cuadro 35 se estipula que la inversión total del proyecto es de \$ 32.425,90, la cual será financiada en un 10% que corresponde a \$ 3.242,59 por capital propio y el 90% restante, es decir \$ 29.183,31 mediante un préstamo bancario.

Cuadro 35. Financiamiento de la inversión

Orden	Detalle	%	Valor (\$)
1	Monto del préstamo	90%	29.183,31
2	Capital propio	10%	3.242,59
Suman			32.425,90

Elaboración: El autor 2015

4.1.5.5. Amortización de la inversión

En el cuadro 36 se manifiesta que para financiar el presente proyecto se requiere de un préstamo bancario que cubra el 90% de la inversión. El crédito tendrá una duración de 5 años.

Cuadro 36. Información del crédito.

Institución bancaria:	Banco del Pichincha	
Capital:	29.183,31	
Interés anual:	13,15%	
Interés mensual:	1,27%	
Plazo:	5	Años
Cuotas:	60	meses
Pago de cuota:	697,34	Mensual

Elaboración: El autor 2015

El cuadro 37 presenta el valor total a pagar en los 5 años asciende a \$ 41.840,19, correspondiendo \$ 29.183,31 a capital y \$ 12.656,87 a interés.

Cuadro 37. Amortización de la inversión.

Detalle	AÑOS					Total pagado
	1	2	3	4	5	
Capital	4.218,02	4.905,76	5.705,65	6.635,95	7.717,94	29.183,31
Interés	4.150,02	3.462,27	2.662,39	1.732,09	650,10	12.656,87
Suman	8.368,04	8.368,04	8.368,04	8.368,04	8.368,04	41.840,19

Elaboración: El autor 2015

4.1.5.6. Costos fijos y variables

El cuadro 38 expresa la estructura de los gastos operativos mensuales, involucra a los gastos administrativos y de ventas que ascienden a \$ 8.060,66, siendo \$ 3.784,49 gastos fijos y \$ 4.276,17 gastos variables.

Cuadro 38. Costos fijos y variables

Ord.	Detalle	Total gasto operativo mensual	Tipo de gasto	
			Fijo	Variable
1	Administrativos	2.072,08	1.997,08	75,00
2	Ventas	5.988,58	1.787,41	4.201,17
TOTAL		8.060,66	3.784,49	4.276,17

Elaboración: El autor 2015

4.1.5.7. Punto de equilibrio

DATOS

CTF = \$ 45.413,91
 CTV = \$ 51.314,01
 CT = \$ 96.727,92
 I = \$ 324.309,64
 PE = \$ 96.727,92

FÓRMULA

$$P.E. = \frac{1 \quad - \quad \text{Costos fijos}}{\text{Costos variables} / \text{Ingresos Totales}}$$

$$P.E. = \frac{1 \quad - \quad 45.413,91}{\$ 51.314,01 / \$ 324.309,64}$$

$$P.E. = \frac{1 \quad - \quad 45.413,91}{\$ 0,16}$$

$$\underline{45.413,91}$$

P.E. = \$ 0,84

P.E. = \$ 53.950,20

Mediante la aplicación de la fórmula se determinó que el punto de equilibrio económico para el presente proyecto es \$ 53.950,20, al mantener este nivel de ingresos se logra cubrir los costos fijos, pero no se obtiene ninguna rentabilidad.

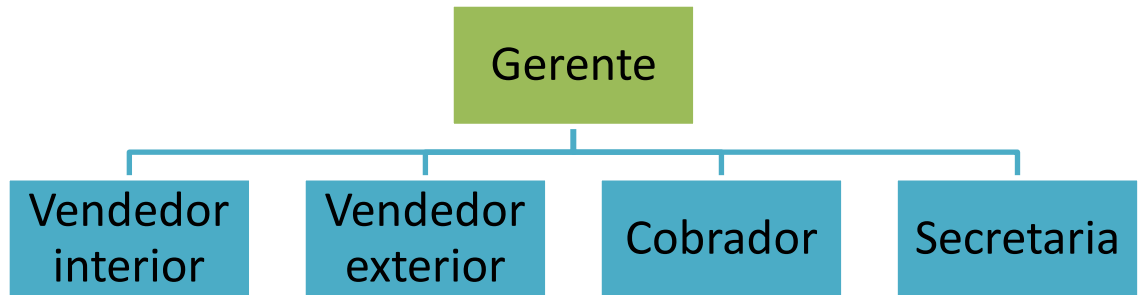
Figura 2. Punto de equilibrio



Elaboración: El autor 2015

4.1.6. Estudio organizacional

4.1.6.1. Organigrama de la empresa DISELI en el cantón Quevedo



Elaboración: El autor 2015

4.1.6.2. Funciones del personal de la empresa DISELI en el cantón Quevedo

- **Gerente – Contador**

1. Implementar diferentes estrategias referentes al mejoramiento de las ventas en la empresa.
2. Llevar el sistema contable de la empresa.
3. Planificar, coordinar y supervisar la ejecución y buen desempeño de los colaboradores de la empresa.
4. Aprobar y verificar los diferentes planes de inversión y su presupuesto.
5. Conducir las reuniones que se organicen en la empresa.
6. Realizar los contactos a nivel nacional e internacional con los diferentes proveedores y contactar nuevos para realizar las negociaciones necesarias.
7. Aprobar los contratos adquiridos con los proveedores y distribuidores.
8. Realizar el análisis y la planificación financiera de la empresa.
9. Administrar la inversión financiera de la empresa.
10. Calcular, registrar y pagar las remuneraciones del personal.
11. Asesorar e incentivar al personal de ventas de la empresa.

- **Vendedor interior**

1. Revisar la existencia de los productos tanto en perchas como en bodega.
2. Llevar el control de los productos vendidos.
3. Establecer metas y calcular la demanda.
4. Atender a los clientes que solicitan un determinado producto.
5. Despachar pedidos a clientes.
6. Realizar pedidos a bodega.
7. Organizar su lugar de ventas.
8. Facturar las ventas realizadas.
9. Realizar cotizaciones
10. Etiquetar los precios en los productos.
11. Elaborar reporte de ventas diarias.

- **Vendedor exterior**

1. Determinar la zona y establecer la cantidad de ventas.
2. Visitar clientes en oficinas, instituciones educativas, domicilios, etc.
3. Facturar los productos que se venden en el recorrido.
4. Revisar los pedidos entregados en las visitas o recorridos y programar fecha de entrega.
5. Registrar las facturas de todas las ventas.
6. Solicitar productos en bodega en el momento oportuno.
7. Reportar las ventas diarias al gerente de la empresa.
8. Buscar clientes nuevos.
9. Presentar ofertas para mantener los clientes.
10. Realizar llamadas a los clientes.

- **Cobrador**

1. Elaborar un cronograma para realizar los cobros diarios.
2. Entregar pedidos.
3. Ayudar a distribuir la mercadería.
4. Recuperar créditos vencidos.

5. Elaborar proyecciones de cobros.
6. Reportar al gerente todo lo recaudado.
7. Llevar un registro de las facturas canceladas.

- **Secretaria**

1. Coordinar visitas con el gerente y proveedores.
2. Convocar a reuniones de trabajo al personal de ventas, tanto interior como exterior.
3. Trabajar en coordinación con el gerente, vendedores y cobrador con relación a los niveles de inventarios y ventas.
4. Ingresar las facturas de compras y ventas de los productos al sistema.
5. Recibir pedidos de los proveedores.
6. Revisar pedidos antes del envío a los clientes.
7. Entregar facturas y atender a los clientes.
8. Tomar pedidos por teléfono.
9. Archivar los documentos de planillas de sueldos, IESS y demás documentos de importancia operativa de la empresa.
10. Elaborar cheques y demás documentos de pagos.

4.1.7. Estudio financiero

4.1.7.1. Estado de resultados proyectado

El Estado de Resultados se realizó con un incremento del 5%, obteniendo para el primer año una utilidad de \$ 48.037,55, después de considerar el 15% de participación de trabajadores y el 25% de impuesto a la renta.

DISELI – QUEVEDO ESTADO DE RESULTADOS

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Incremento Estimado		5%	5%	5%	5%
VENTAS NETAS	324.309,64	340.525,12	357.551,38	375.428,94	394.200,39
Costo en Ventas	122.961,00	129.109,05	135.564,50	142.342,73	149.459,86
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	201.348,64	211.416,07	221.986,87	233.086,22	244.740,53
Gastos administrativos	24.865,00	26.108,25	27.413,66	28.784,35	30.223,56
Gastos de ventas	71.862,92	75.456,06	79.228,87	83.190,31	87.349,82
UTILIDAD OPERACIONAL	104.620,72	109.851,76	115.344,34	121.111,56	127.167,14
Gastos financieros	4.150,02	3.462,27	2.662,39	1.732,09	650,10
UTILIDAD ANTES IMP. Y P.TRAB.	100.470,70	106.389,48	112.681,95	119.379,47	126.517,04
15% Participación de Trabajadores	15.070,61	15.958,42	16.902,29	17.906,92	18.977,56
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	85.400,10	90.431,06	95.779,66	101.472,55	107.539,48
25% Impuesto a la Renta	21.350,02	22.607,77	23.944,92	25.368,14	26.884,87
UTILIDAD NETA	64.050,07	67.823,30	71.834,75	76.104,41	80.654,61
25% Dividendos	16.012,52	16.955,82	17.958,69	19.026,10	20.163,65
Utilidades del Periodo	48.037,55	50.867,47	53.876,06	57.078,31	60.490,96

Elaboración: El autor 2015

4.1.7.2. Flujo de caja proyectado

El Flujo de caja proyectado considera la inversión inicial de \$ 32.425,90, con una proyección de ingresos por ventas para el primer año de \$ 324.309,64, demostrando que luego del pago correspondiente de gastos y obligaciones existe un neto disponible para este periodo de \$ 97.896,35.

DISELI – QUEVEDO
FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESO POR VENTAS		324.309,64	340.525,12	357.551,38	375.428,94	394.200,39
EGRESOS:						
Inversión Activos Fijos	7.940,00				3.260,00	
Capital de trabajo y gastos iniciales	14.239,15					
Compra de Mercadería	10.246,75	122.961,00	122.961,00	122.961,00	122.961,00	122.961,00
Gastos Administrativos		24.180,00	25.423,25	26.728,66	28.099,35	29.538,56
Gastos de Ventas		70.904,25	74.497,40	78.270,20	82.231,64	86.391,16
Pagos de Capital		4.218,02	4.905,76	5.705,65	6.635,95	7.717,94
Gastos Financieros		4.150,02	3.462,27	2.662,39	1.732,09	650,10
Pago de Impuesto a la Renta			21.350,02	22.607,77	23.944,92	25.368,14
Pago de Utilidades a Trabajadores			15.070,61	15.958,42	16.902,29	17.906,92
Pago de Dividendos			16.012,52	16.955,82	17.958,69	19.026,10
TOTAL EGRESO	32.425,90	226.413,29	283.682,83	291.849,91	303.725,92	309.559,92
NETO DISPONIBLE	-32.425,90	97.896,35	56.842,29	65.701,47	71.703,02	84.640,47
Inversión Inicial - Aporte de socios	3.242,59					
Inversión Inicial - Préstamo	29.183,31					
CAJA INICIAL		0,00	97.896,35	154.738,64	220.440,10	292.143,13
CAJA FINAL	0,00	97.896,35	154.738,64	220.440,10	292.143,13	376.783,60

Elaboración: El autor 2015

4.1.7.3. Indicadores económicos

El cuadro 39 considera la información obtenida del flujo de caja, aplica una tasa de descuento del 15%, y determina el Valor Actual Neto (VAN) en \$ 221.959,79, la Tasa interna de Retorno (TIR) en 269,88% y Costo – Beneficio en 1,27, lo cual indica que por cada dólar invertido se genera una ganancia de \$ 0,27.

Cuadro 39. Indicadores económicos

Tasa de descuento	15%
VAN	\$ 221.959,79
TIR	269,88%
B/C	\$ 1,27

Elaboración: El autor 2015

- **Valor Actual Neto**

$$VAN = A + \frac{Q_1}{(1+i_1)} + \frac{Q_2}{(1+i_1) * (1+i_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1+i_1)(1+i_n)} - K$$

$$VAN = \frac{97.896,35}{1,15} + \frac{56842,29}{1,32} + \frac{65701,47}{1,52} + \frac{71703,02}{1,75} + \frac{84640,47}{2,01}$$

$$VAN = 85127,261 + 42980,93671 + 43199,77975 + 40996,4371 + 42081,2731$$

$$VAN = 254385,69 - 32.425,90$$

$$VAN = 221.959,79$$

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \frac{VAN}{Tm}$$

VAN Tm – VAN TM

VAN Tm = 269%

$$\text{VAN} = \frac{97.896,35}{3,69} + \frac{56842,29}{13,62} + \frac{65701,47}{50,24} + \frac{71703,02}{185,40} + \frac{84640,47}{684,12}$$

$$\text{VAN} = 26530,176 + 4174,638024 + 1307,66336 + 386,751504 + 123,721803$$

$$\text{VAN} = 32522,951 - 32.425,90$$

$$\text{VAN} = 97,05$$

$$\text{VAN} = \frac{97.896,35}{3,7} + \frac{56842,29}{13,69} + \frac{65701,47}{50,65} + \frac{71703,02}{187,42} + \frac{84640,47}{693,44}$$

$$\text{VAN} = 26458,473 + 4152,102908 + 1297,089314 + 382,587327 + 122,0589$$

$$\text{VAN} = 32412,311 - 32.425,90$$

$$\text{VAN} = -13,59$$

- **Tasa Interna de Retorno**

$$\text{TIR} = 269 + (270 - 269) \frac{97,05}{97,05 - (-13,59)}$$

$$\text{TIR} = 269 + 1 (0,8763)$$

$$\text{TIR} = 269,88$$

- **Relación beneficio costo**

VA beneficios

$$\text{Beneficio/ Costo} = \frac{\quad}{\text{VA costos}}$$

$$\text{Beneficio/ Costo} = \frac{\$ 1.285.230,11}{\$ 930.844,42}$$

$$\text{Beneficio/ Costo} = \$ 1,27$$

4.1.7.4. Balance General

El Balance General de la empresa DISELI – Quevedo reporta en el primer año un ingreso total de \$ 114.439,43 en el total de Activos, en el tercer año \$ 233.695,85 y en el quinto año asciende a \$ 390.012,02.

El monto de Pasivos Corrientes en el primer año registra \$ 52.433,15, para el tercer año se ubica en \$ 58.805,89 y en el quinto año \$ 66.026,08. De igual manera el Patrimonio en el primer año es de \$ 51.280,14, el tercer año \$ 156.023,68 y el quinto año \$ 273.592,94

Finalizando con la sumatoria de Pasivo y Patrimonio en el año 1 de \$ 128.678,59, el tercer año \$ 229.183,45 y el quinto año \$ 339.619,02.

**DISELI – QUEVEDO
BALANCE GENERAL**

ACTIVO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Activo Corriente						
Caja y Bancos	0,00	97.896,35	154.738,64	220.440,10	292.143,13	376.783,60
Inventario	10.246,75	10.246,75	10.246,75	10.246,75	10.246,75	10.246,75
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	10.246,75	108.143,10	164.985,39	230.686,85	302.389,88	387.030,35
Activo Fijo						
EQUIPO DE OFICINA	890,00	890,00	890,00	890,00	890,00	890,00
MUBLES DE OFICINA	3.790,00	3.790,00	3.790,00	3.790,00	3.790,00	3.790,00
EQUIPO DE COMPUTO	3.260,00	3.260,00	3.260,00	3.260,00	6.520,00	6.520,00
Total Activos Fijos	7.940,00	7.940,00	7.940,00	7.940,00	11.200,00	11.200,00
(-) Depreciación Acumulada		1.643,67	3.287,33	4.931,00	6.574,67	8.218,33
TOTAL ACTIVO FIJO	7.940,00	6.296,33	4.652,67	3.009,00	4.625,33	2.981,67
TOTAL ACTIVOS	18.186,75	114.439,43	169.638,06	233.695,85	307.015,21	390.012,02
<u>PASIVOS</u>	-					
Pasivo Corriente						
Dividendos por pagar		16.012,52	16.955,82	17.958,69	19.026,10	20.163,65
Impuestos por pagar		21.350,02	22.607,77	23.944,92	25.368,14	26.884,87
Utilidades por pagar empleados		15.070,61	15.958,42	16.902,29	17.906,92	18.977,56
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-	52.433,15	55.522,01	58.805,89	62.301,16	66.026,08
Pasivo a Largo Plazo						
Obligaciones Bancarias	29.183,31	24.965,29	20.059,53	14.353,88	7.717,94	0,00
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	29.183,31	24.965,29	20.059,53	14.353,88	7.717,94	0,00
<u>PATRIMONIO</u>	-					
Capital	3.242,59	3.242,59	3.242,59	3.242,59	3.242,59	3.242,59
Utilidades retenidas del año anterior		-	48.037,55	98.905,03	152.781,08	209.859,40
Utilidades del periodo		48.037,55	50.867,47	53.876,06	57.078,31	60.490,96
TOTAL PATRIMONIO	3.242,59	51.280,14	102.147,62	156.023,68	213.101,99	273.592,94
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	32.425,90	128.678,59	177.729,16	229.183,45	283.121,08	339.619,02

Elaboración: El autor 2015

4.2. Discusión

Del estudio de mercado se determinó que existe una demanda aceptable que necesita el servicio de ventas que ofrece la Distribuidora de libros DISELI en el cantón Quevedo coincidiendo con **Fernández (2010)** el mismo que destaca que este estudio incluye a la competencia y potenciales clientes. Entre los aspectos para compra el libro un 47% del mercado consumidor señaló que considera el precio y un 30% toma en cuenta la calidad del libro, este resultado coincide con lo argumentado por **Sapag (2011)** que manifiesta que es el mercado el que define la aceptación o no de un producto o servicio, así como el precio y sistema de comercialización.

El estudio técnico aportó con los requerimientos de localización de la sucursal de la Distribuidora de libros porque de acuerdo a **Prieto (2010)**, ésta augura el éxito o fracaso del negocio de acuerdo al lugar en donde sea instalada. Se considera pertinente la localización en la calle 7 de Octubre y calle Octava, sitio de concurrida clientela en busca de bienes y servicios necesarios para su desarrollo integral.

De acuerdo al estudio económico realizado; la inversión asciende a USD **32.425,90** e involucra a los activos fijos, mercadería, capital de trabajo de los tres primeros meses, publicidad, adecuación del local de arriendo. Por lo que se asume y coincide con el criterio de **Prieto (2010)**, que expresa la inversión responde a la creación, remodelación o mejoramiento de la capacidad de instalación y operación del giro del negocio

El flujo de ingresos en el primer año se ubica en USD 324.309,64; **Fernández (2010)** ofrece una relación entre ventas anuales, la cantidad y precio del bien generado en el estudio de mercado, además de los costos de operación del proyecto

La evaluación financiera reporta un índice de 1,27% en la relación Beneficio costo; esto evidencia que existe un retorno de 27 centavos por cada dólar invertido. La TIR es de 70% superando la tasa actual del mercado; acogiendo el criterio de **Fernández (2010)**, es la tasa de interés que iguala a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos al final de la vida útil del proyecto. El VAN

es positivo y registra USD 286.811,59 **Sapag (2011)** expone que si el resultado es cero se considera satisfactorio porque existe equilibrio entre lo que gana el inversionista y la recuperación de la inversión en el tiempo estimado.

Concordando con los resultados presentados en el estudio económico-financiero, la hipótesis de la investigación se acepta: “El estudio de factibilidad, determinará la viabilidad para la creación de una sucursal de venta de libros de la empresa DISELI en el cantón Quevedo”

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo comprobar que no existe una distribuidora de libros de las marcas exclusivas de la empresa DISELI.

- El análisis del estudio de mercado determinó la existencia de clientes potenciales para la compra de libros en un 63,86%, razón evidente para instalar la sucursal de la distribuidora DISELI en el cantón Quevedo.
- En el ámbito del estudio técnico la distribuidora contiene aspectos que garantizan el acceso al mercado consumidor así como de un espacio físico acorde a las necesidades del cliente. Los canales de comercialización garantizan la distribución de los libros a la ciudadanía.
- La dimensión del estudio económico evidenció que la inversión para que opere la distribuidora DISELI en el cantón Quevedo asciende a \$ 32.425,90 y será cubierto a través de un préstamo bancario que cubra el 90% del total de la inversión a un plazo de 5 años.
- Es indiscutible, la viabilidad financiera del proyecto pues la tasa interna de retorno (TIR), registra un 70% lo que indica que se encuentra por encima de la tasa de interés cobrada por la institución financiera, de lo que se deduce que la inversión retornará en el menor tiempo posible. Referente al VAN es positivo y se enmarcó en USD 286.811,59 y el punto de equilibrio ascendió a USD 53.950,20 lo que demuestra que los costos de instalación son relativamente bajos y la rentabilidad por ingresos es aceptable.

5.2. Recomendaciones

- La implementación de esta empresa debe estar ligada a un permanente estudio de las tendencias del mercado para así innovar los tipos de libros con la mira de mantener la cuota de mercado.
- Proporcionar productos y servicios de calidad, a fin de mantener a los usuarios fieles a la distribuidora DISELI por medio de una efectiva planeación del proceso de comercialización y garantizando la atención al cliente.
- Establecer parámetros de análisis del estudio económico con la intención de monitorear los cambios y tendencias en cuanto al mercado objetivo y competidores, generando utilidad a la empresa de libros para cubrir las obligaciones contraídas con la empresa bancaria y personal que labora en la distribuidora DISELI del cantón Quevedo.
- Analizar las proyecciones financieras anuales con la finalidad de comprobar la buena marcha de la sucursal de la distribuidora de libros en el cantón Quevedo; siendo necesario que la administración de la empresa innove, mejore y planee estrategias que beneficien los ingresos de la empresa.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura citada

- Barradas, M. (2014).** Estudio de factibilidad de un producto innovador. Madrid, España: Palibro.
- Bernal, M. (2010).** Contabilidad, sistema y gerencia. Caracas, Venezuela: CEC S.A.
- Bonta, P., & Farber, M. (2010).** Gerencia. Bogotá, Colombia: Norma.
- Coronel, H. (2015).** Investigación de mercado para la creación de un café librería en el sector de Los Ceibos. Tesis de grado, Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado el 03 de 12 de 2015
- De Jaime, J. (2010).** Análisis económico-financiero de las decisiones de gestión empresarial. Madrid, España: ESIC.
- De Jaime, J. (2012).** Pricing: Nueva estrategia de precios. Colombia: ESIC.
- De la Peña, A. (2010).** Auditoría: Un enfoque practico (Primera ed.). Madrid, España: Paraninfo.
- Fernández, S. (2010).** Los proyectos de inversión (Segunda ed.). San José, Costa Rica: Tecnológica.
- Flores, M., & Tamayo, J. (2013).** Estudio de factibilidad para la implementacion de una librería en la Universidad Estatal de Milagro. Tesis de grado, Universidad Técnica de Milagro, Milagro. Recuperado el 03 de 12 de 2015
- Horngren, C., & Foster, G. (2010).** Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial (Décimosegunda ed.). México DF, México: Pearson Educacion.
- Hurtado, F. (2011).** Proyección de proyectos. Estados Unidos: Palibros.
- IESS. (10 de 02 de 2014).** Ley de seguridad social. Recuperado el 03 de 08 de 2015
- Jiménez, F., & Espinoza, C. (2012).** Costos industriales (Primera ed.). San José, Costa Rica: Tecnológica.
- Joehnk, M. (2010).** Fundamnetos de inversiones (Quinta ed.). Madrid, España: Pearson Educacion.
- López, M. (2010).** Fundamentos de economia, derecho, administracion y metodologia de la investigacion. La Coruña, España: Netbiblo.
- Meza, J. (2013).** Evaluación financiera de proyectos (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: ECOE.

- Ministerio de Relaciones Laborales. (14 de 02 de 2012).** Ministerio del trabajo.
Recuperado el 13 de 07 de 2015, de www.trabajo.gob.ec
- Pascual, E. (2010).** Contabilidad: Iniciación práctica (Cuarta ed.). Valladolid, España: Grafolex.
- Prieto, J. (2010).** Proyectos, enfoque gerencial (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: ECOE.
- Robayo, V. (2011).** Estudio de factibilidad para la instalación de una librería - cafetería en el sector nor te de Quito. Tesis de grado, Universidad Internacional SEK, Quito. Recuperado el 02 de 12 de 2015
- Rodés, A. (2014).** Gestión económica y financiera de la empresa (Primera ed.). Madrid, España: Paraninfo.
- Sánchez, G. (2011).** Auditoría de estados financieros (Segunda ed.). México DF, México: Pearson Educacion.
- Sapag, N. (2011).** Proyectos de inversión: Formulación y evaluación (Segunda ed.). Santiago de Chile, Chile: Pearson.
- Sarmiento, R. (2012).** Contabilidad general (Décima ed.). Quito, Ecuador: Voluntad.
- Sinisterra, G., & Polanco, L. (2010).** Contabilidad administrativa (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: ECOE.
- SRI. (18 de 01 de 2015).** Servicio de Rentas Internas. Recuperado el 27 de 08 de 2015, de www.sri.gob.ec
- Superintendencia de Compañías. (11 de 06 de 2011).** Super de Compañías.
Recuperado el 12 de 08 de 2015, de www.supercias.gov.ec
- Universidad Nacional de Colombia. (2010).** El estudio económico - financiero y la evaluación en proyectos de la empresa. Bogotá: Universitaria.
- Zapata, P. (2011).** Contabilidad general. Bogotá: Lily Solano Arévalo.

CAPÍTULO VII
ANEXOS

Anexo 1. Solicitud de la investigación

Quevedo, agosto 16 de 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Señor:

Rodrigo Paredes

Gerente de la empresa DISELI

Ciudad.-

De mis consideraciones

De la manera más comedida solicito a usted se sirva dar la debida autorización para llevar a cabo las actividades inherentes a la investigación del tema **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA SUCURSAL DE VENTAS DE LIBROS DE LA EMPRESA DISELI EN EL CANTON QUEVEDO”**, el mismo que se constituye en requisito de proyecto de tesis, válido para la obtención del grado de Ingeniero Comercial, desarrollado en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Unidad de Estudios a Distancia.

Por la atención brindada a la presente, me suscribo agradecida.

Atentamente,

Jimmy Joel Saltos Véliz

EGRESADO

C.I. 120391058-1

Anexo 2. Aceptación de la empresa

Quevedo, septiembre 11 de 2014

Sr.

Jimmy Joel Saltos Véliz

Presente

De mi consideración:

Recibido el oficio con fecha 16 de agosto del año en curso, suscrito por usted mediante el cual solicita autorización para realizar la investigación de la tesis de grado con el tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA SUCURSAL DE VENTAS DE LIBROS DE LA EMPRESA DISELI EN EL CANTON QUEVEDO”**, en la empresa que dirijo, concedo con agrado lo solicitado.

Particular que comunico para los fines consiguientes.

Atentamente,

Sr. Rodrigo Paredes

Gerente de la de la empresa DISELI

C.I.120345785-2

Anexo 3. Certificación de la empresa

Quevedo, julio 20 de 2015

CERTIFICACIÓN

Por medio de la presente tengo a bien certificar que el trabajo de investigación referente a: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA SUCURSAL DE VENTAS DE LIBROS DE LA EMPRESA DISELI EN EL CANTON QUEVEDO”** a cargo del egresado **Jimmy Joel Saltos Véliz**, fue desarrollado y concluido en la forma que fue planificado.

Atentamente,

Sr. Rodrigo Paredes
Gerente de la empresa DISELI

C.I.120345785-2

Anexo 4. Encuesta dirigida a la ciudadanía del cantón Quevedo



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA INGENIERIA COMERCIAL
ESPECIALIZACION MARKETING



Objetivo: el presente cuestionario está diseñado para obtener información primaria relacionada con la investigación de campo para la elaboración de la tesis titulada

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE VENTA DE LIBROS DE LA EMPRESA DISELI EN EL CANTÓN QUEVEDO

A continuación encontrará una serie de preguntas las cuales solicitamos su fina y amable colaboración para contestarlas.

1. ¿Usted compra libros?

SI
NO

2. ¿Qué tipo de libros lee o consulta con mayor frecuencia?

Libros de lectura
Diccionarios en español
Diccionarios en ingles
Enciclopedias
Libros de manualidades
Libros científicos

3. ¿Con que frecuencia compra usted libros?

- Tres veces al año
- Dos veces al año
- Una vez al año
- Nunca

4. ¿Al momento de comprar los libros, qué es lo primero que toma en cuenta?

- La casa editora
- La calidad del libro
- El porte del libro
- El precio

Otros especificar:

5. ¿A cuál de estos lugares suele acudir para comprar los libros?

- Centros comerciales
- Librerías o galerías
- Editoriales
- Catálogos
- Otros especificar:
-

6. ¿Existen comerciantes minoristas de libros por su sector?

- SI
- NO

7. ¿Cuándo compra usted los libros le gusta que sean en?:

- Colecciones grandes
- Colecciones pequeñas
- Libros solos

8. ¿Cuánto suele gastar en promedio al comprar libros?

- Menos de US\$50
- Entre US\$50 y US\$100

- Entre US\$100 y US\$200
- Entre US\$200 y US\$300
- Entre US\$300 y US\$400
- Más de US\$500

9. ¿Cómo le gustaría que sean las formas de pago para adquirir los libros?

- Al contado
- A Crédito
- Tarjeta de crédito

**Anexo 5. Entrevista dirigida a empresas de venta de libros en el cantón
Quevedo**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA INGENIERIA COMERCIAL
ESPECIALIZACION MARKETING**



Objetivo: el presente cuestionario está diseñado para obtener información primaria relacionada con la investigación de campo para la elaboración de la tesis titulada

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE
VENTA DE LIBROS DE LA EMPRESA DISELI EN EL CANTÓN QUEVEDO**

A continuación encontrará una serie de preguntas las cuales solicitamos su fina y amable colaboración para contestarlas.

1. ¿Qué tiempo tiene usted en el mercado?

- 1 – 5 años
- 5 – 10 años
- 10 - 15 años
- Más de 15 años

2. ¿En qué ciudades adquiere los libros?

- Quito
- Guayaquil
- Cuenca
- Otros

3. ¿Quién le provee los libros?

- Edimecien
- Grupo cultural
- El libro
- Edisan
- Otros

4. ¿Cuál es el valor promedio de compras mensuales que realiza?

- Menos de \$ 1000
- Entre \$ 1000 – 2000
- Entre \$ 2000 – 5000
- Más de \$ 5000

5. ¿Cada cuánto tiempo adquiere los libros?

- Cada semana
- Cada 15 días
- Cada mes

6. ¿Qué horarios de atención presenta su negocio?

- 7:00am a 5:00pm
- 8:00am a 6:00pm
- 8:30am a 7:00pm
- Otros horarios

7. ¿Qué tipo de libros son los más consumidos?

- Libros de manualidades
- Libros de cocina
- Colecciones de ingles
- Libros de cultura General
- Libros técnicos
- Colecciones infantiles
- Diccionarios

8. ¿Cuáles son las formas de pago que ofrece a sus clientes?

Al contado

A crédito

Tarjeta de crédito

9. ¿Qué tipo de promociones ofrece?

Descuento del 10%

Dos por uno

Tarjeta de descuento

Otras promociones

10. ¿Qué días son de mayor afluencia de clientes?

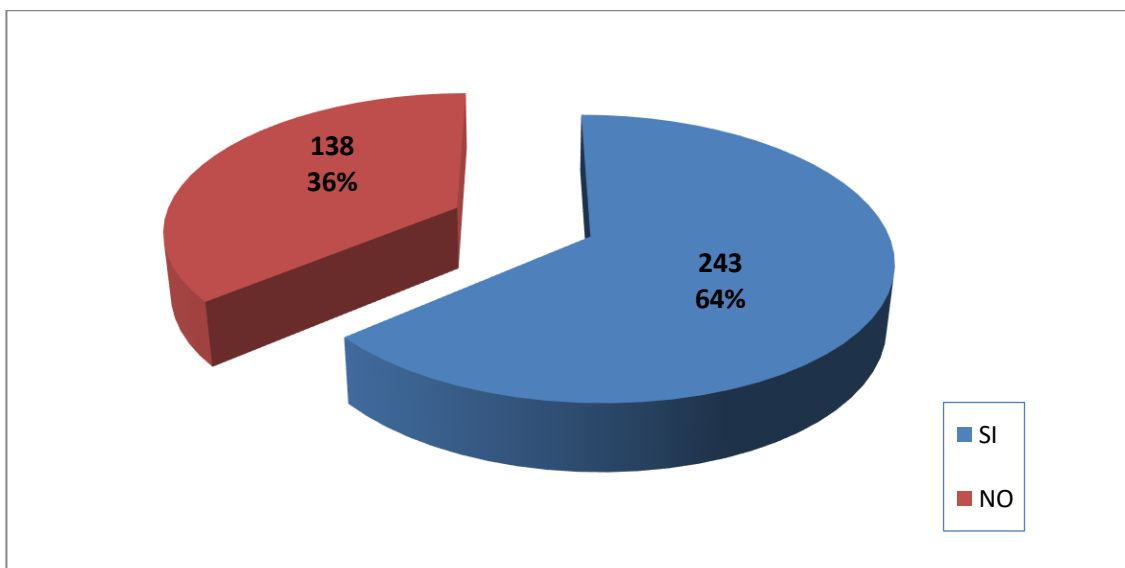
Del 1 - 10

Del 10 - 20

Del 20 - 30

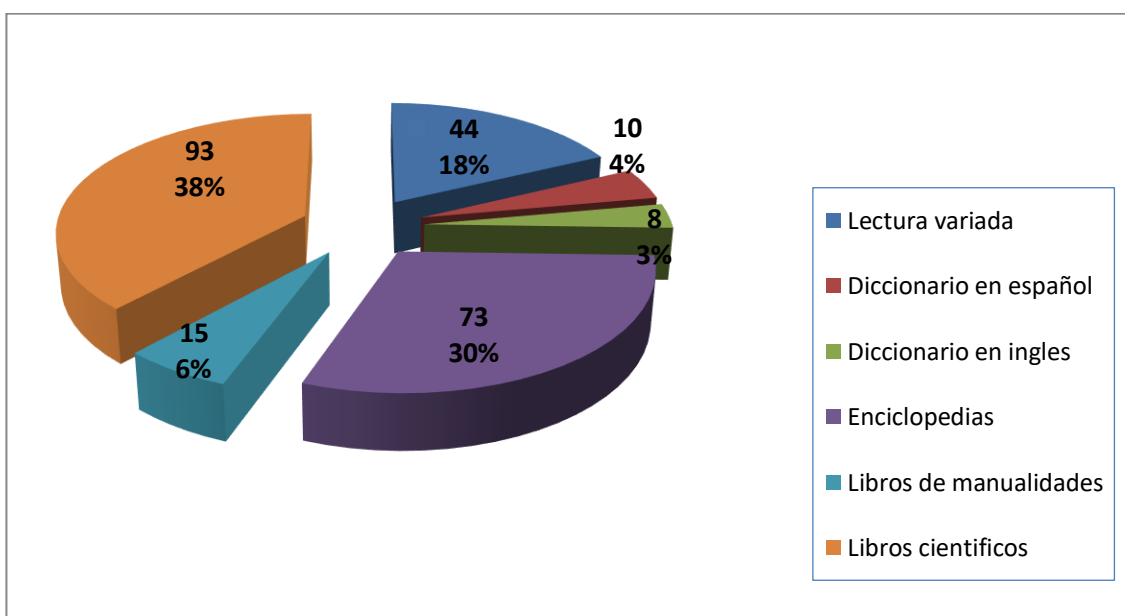
Anexo 6. Resultados del estudio de mercado

Figura 3. Compra libros



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

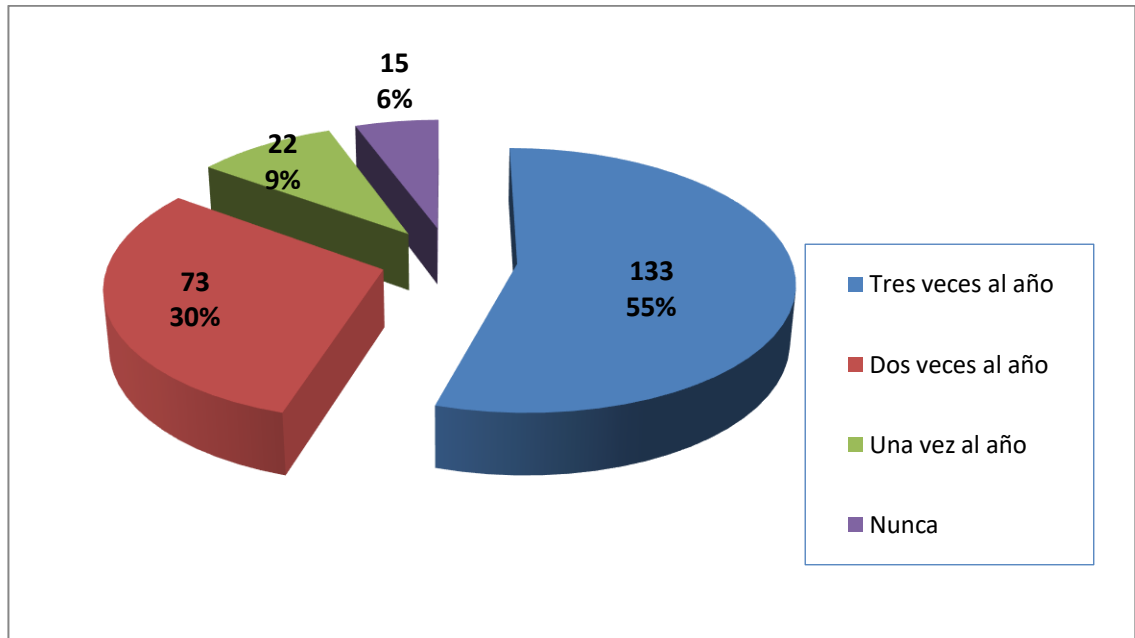
Figura 4. Tipo de libros que adquiere frecuentemente



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo

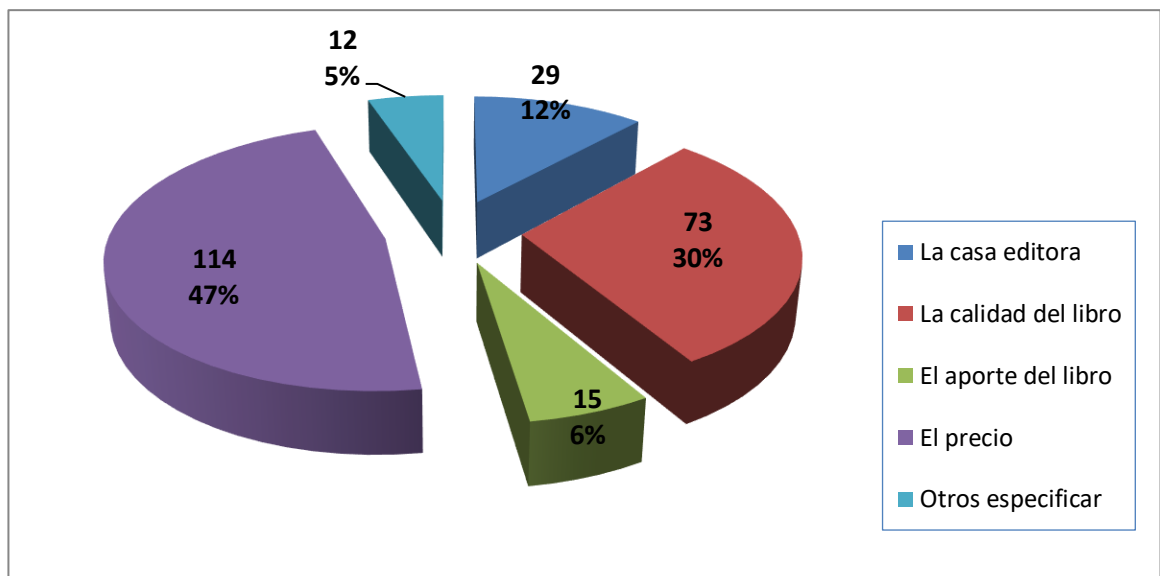
Elaboración: El autor 2015

Figura 5. Frecuencia para la compra de libros



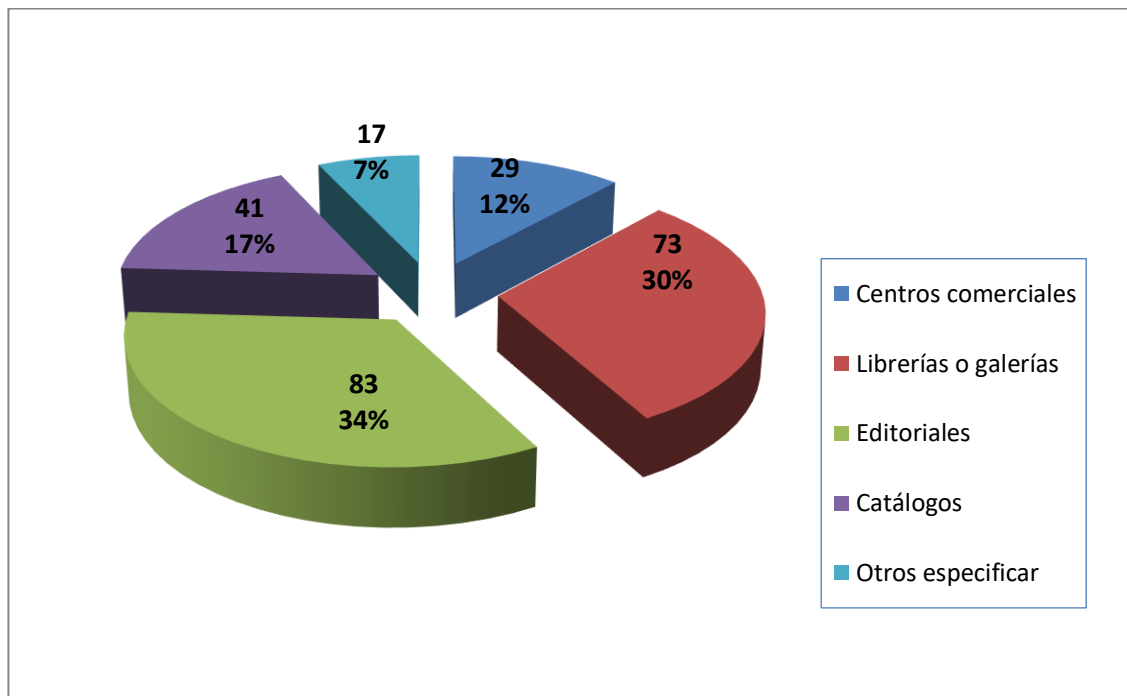
Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 6. Consideraciones para la compra de libros.



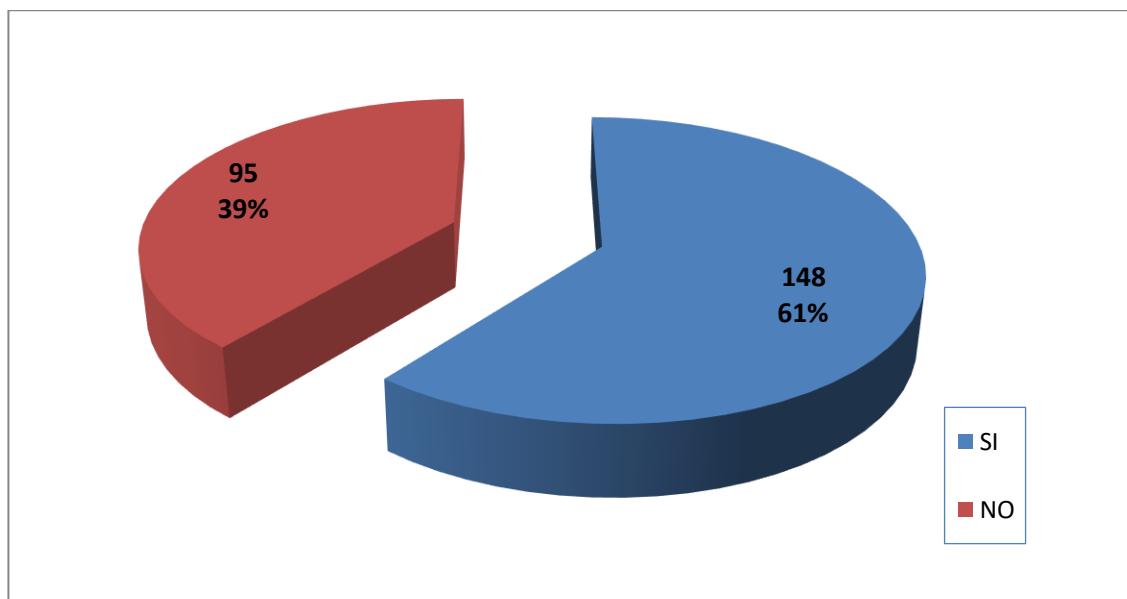
Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 7. Lugar de compra de los libros.



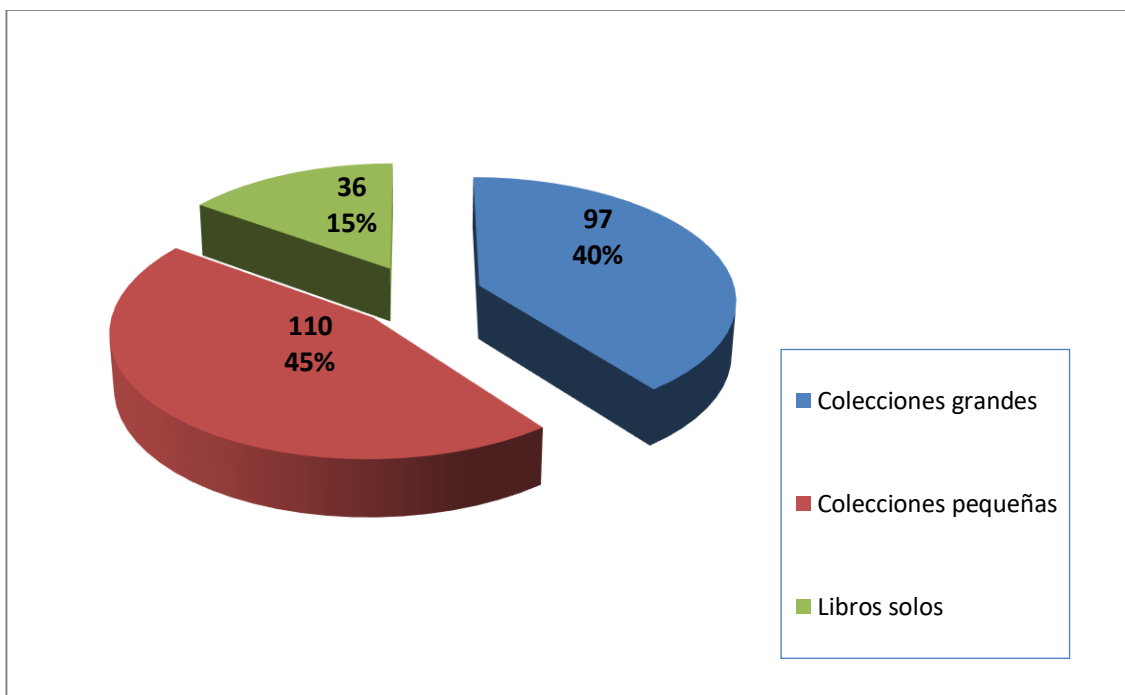
Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 8. Comerciantes minoristas de libros en su sector



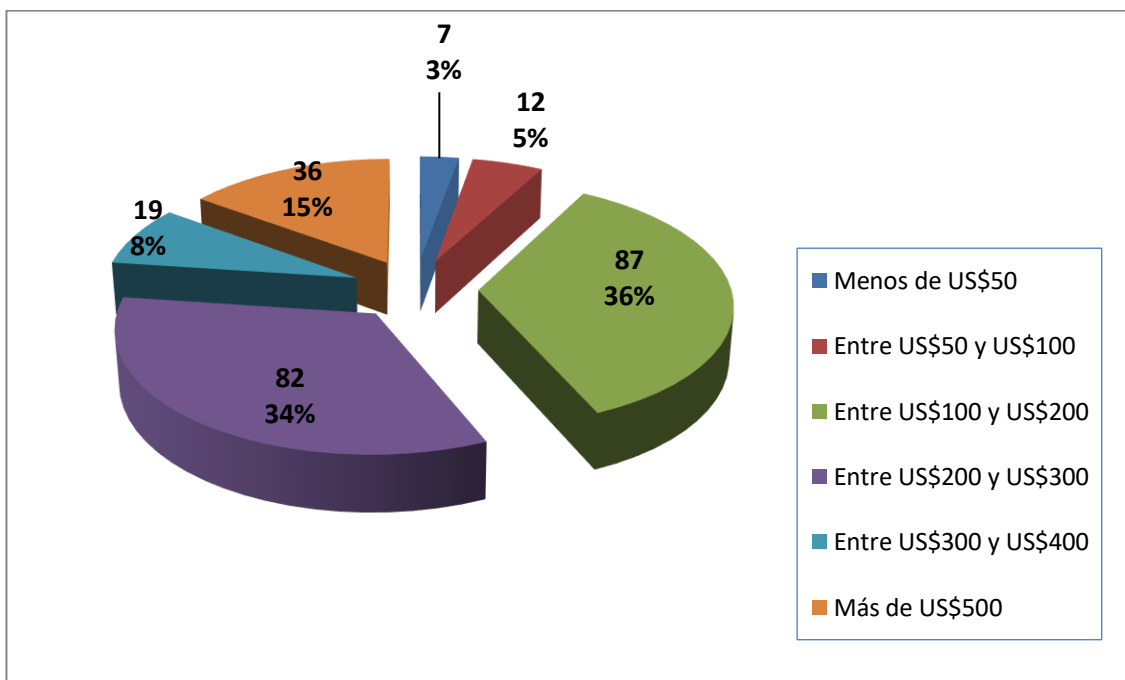
Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 9. Presentación para la compra de libros



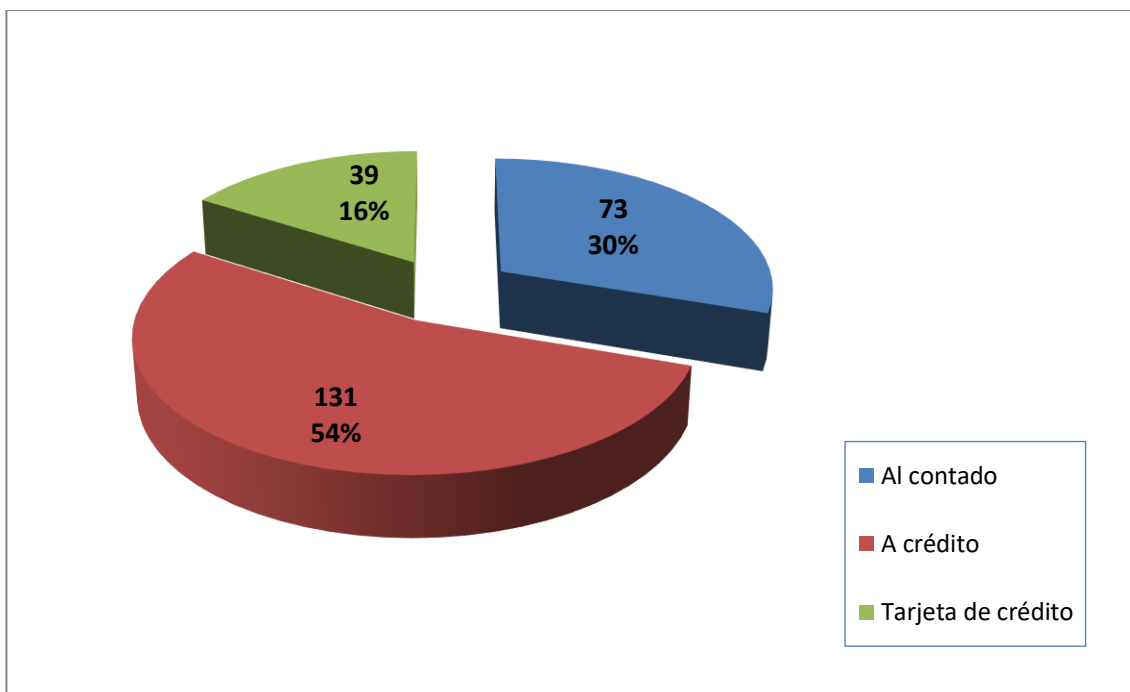
Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 10. Promedio de gasto familiar mensual para la compra de libros



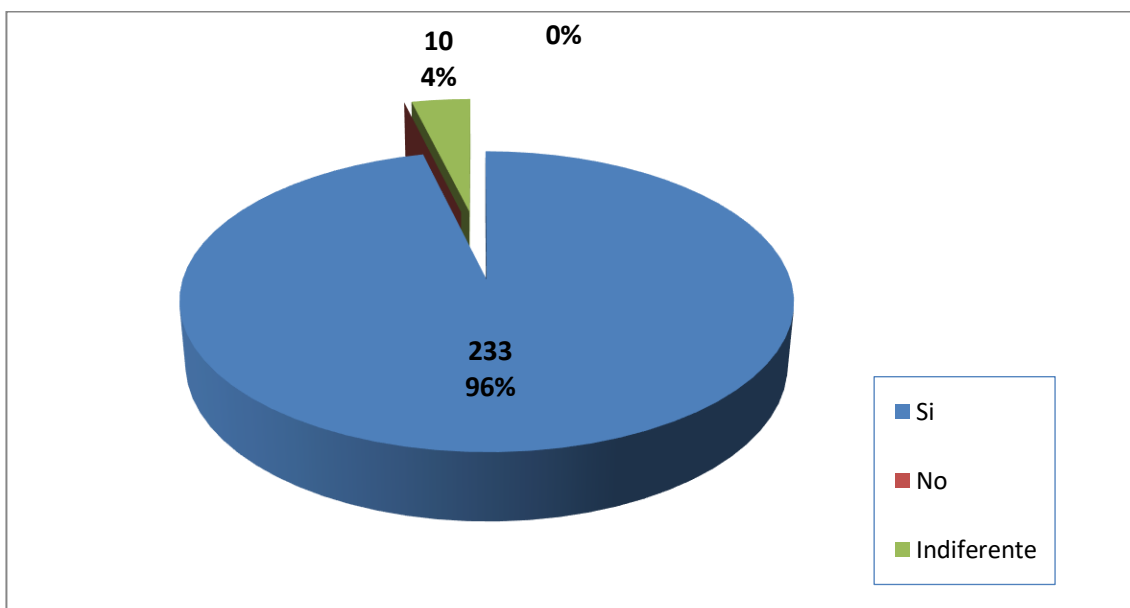
Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 11. Forma de pago para la compra de libros



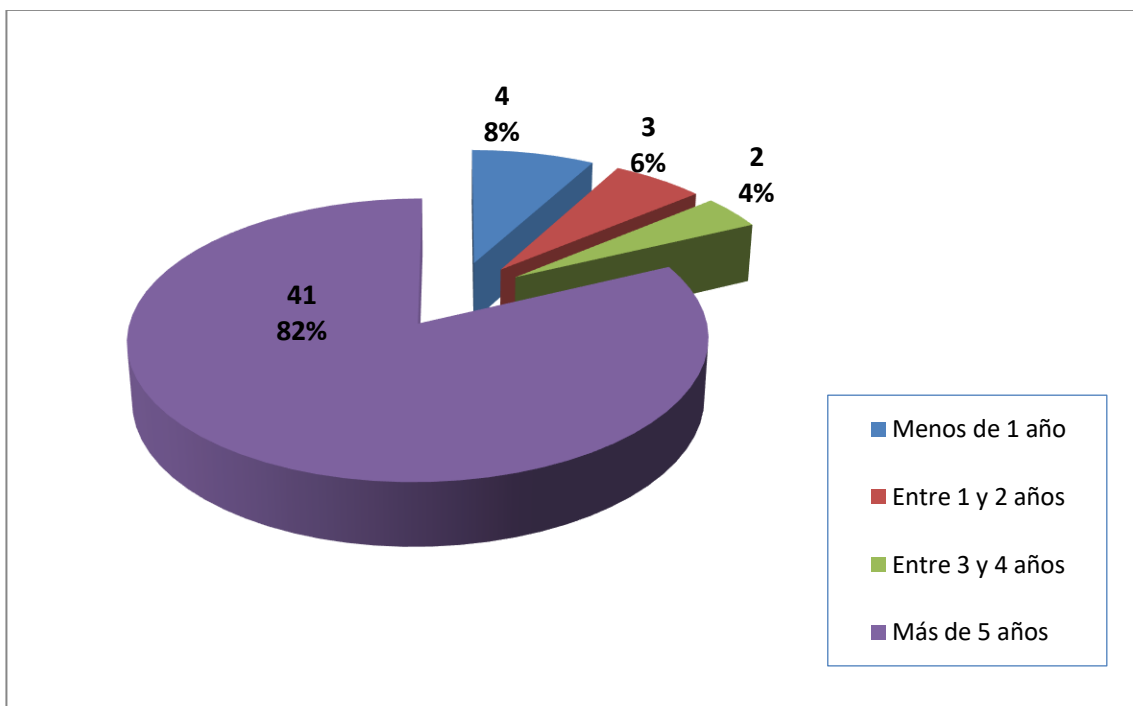
Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 12. Existencia de un lugar exclusivo para la venta de libros.



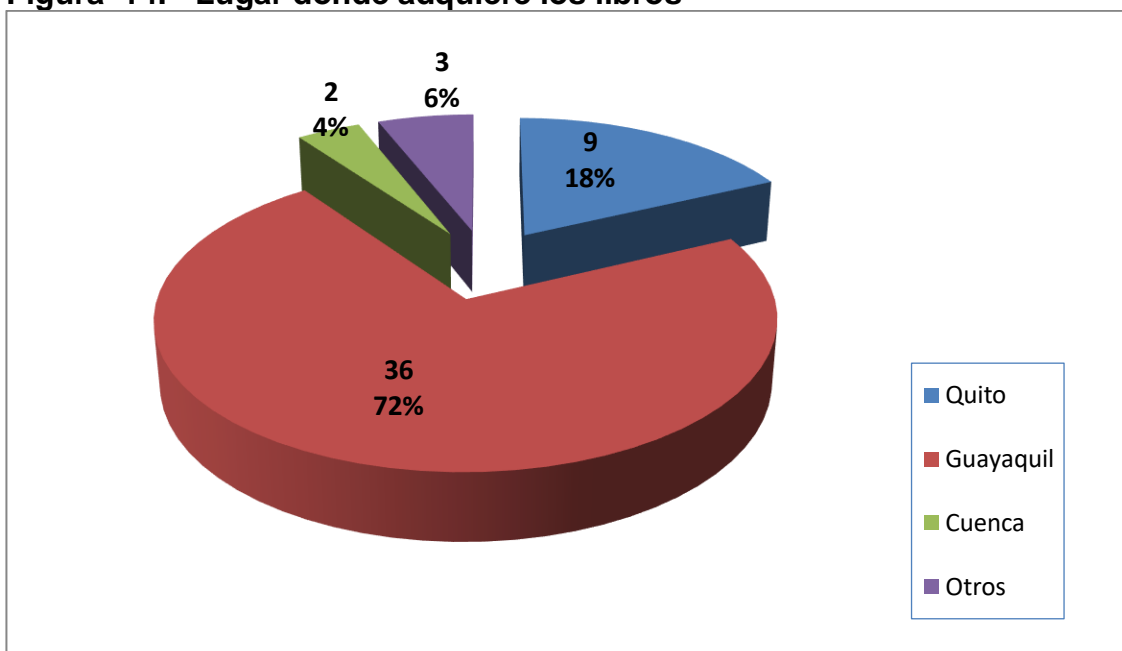
Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 13. Tiempo en el mercado de venta de libros



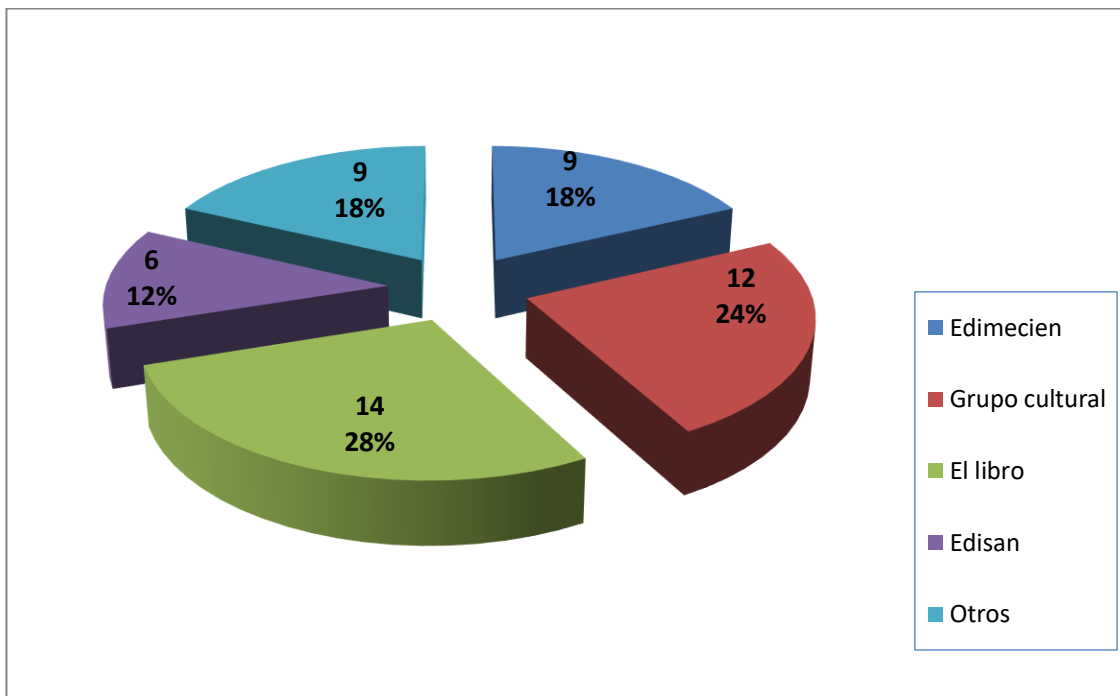
Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 14. Lugar donde adquiere los libros



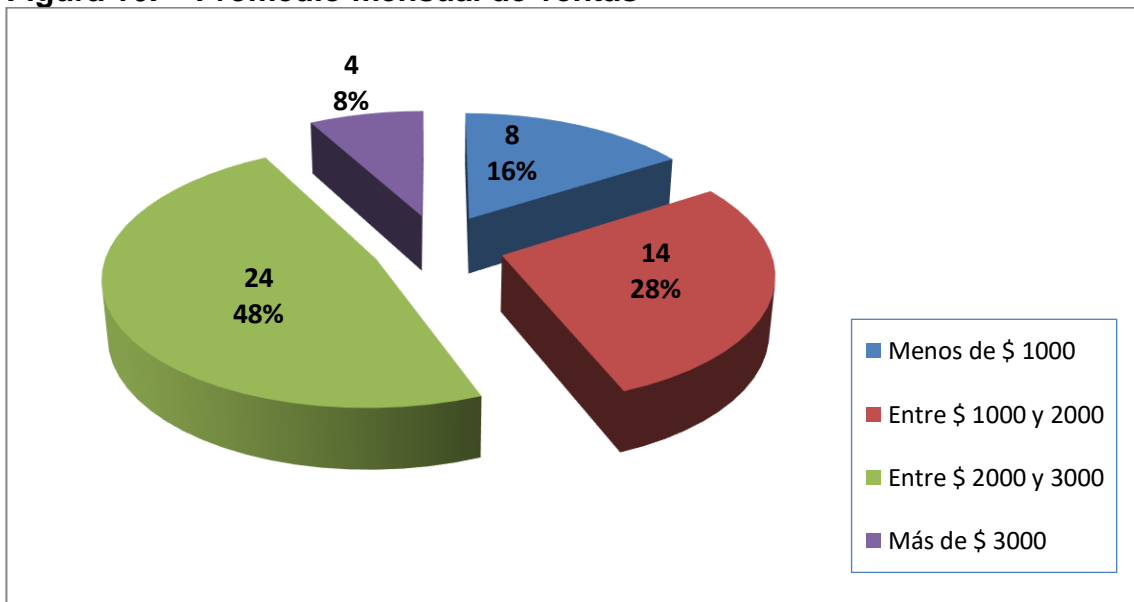
Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 15. Proveedor de los libros



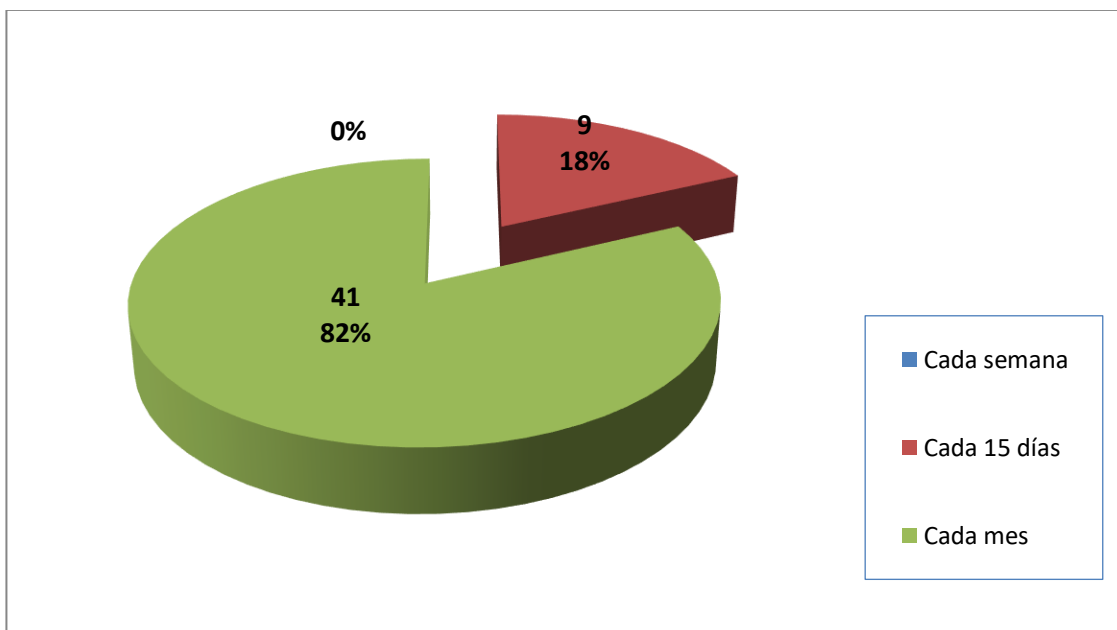
Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 16. Promedio mensual de ventas



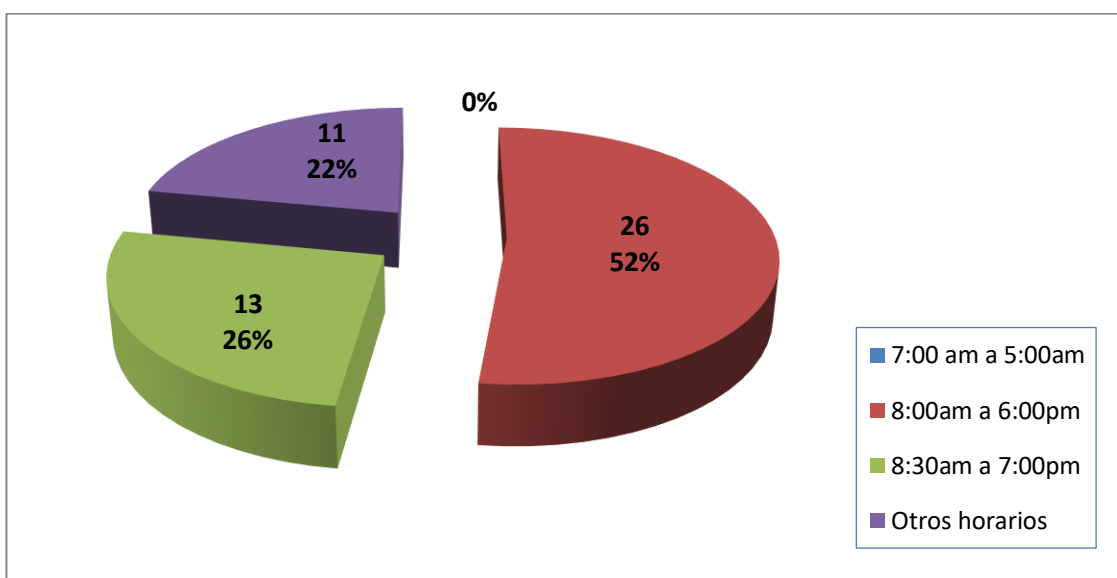
Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 17. Frecuencia de compra de libros.



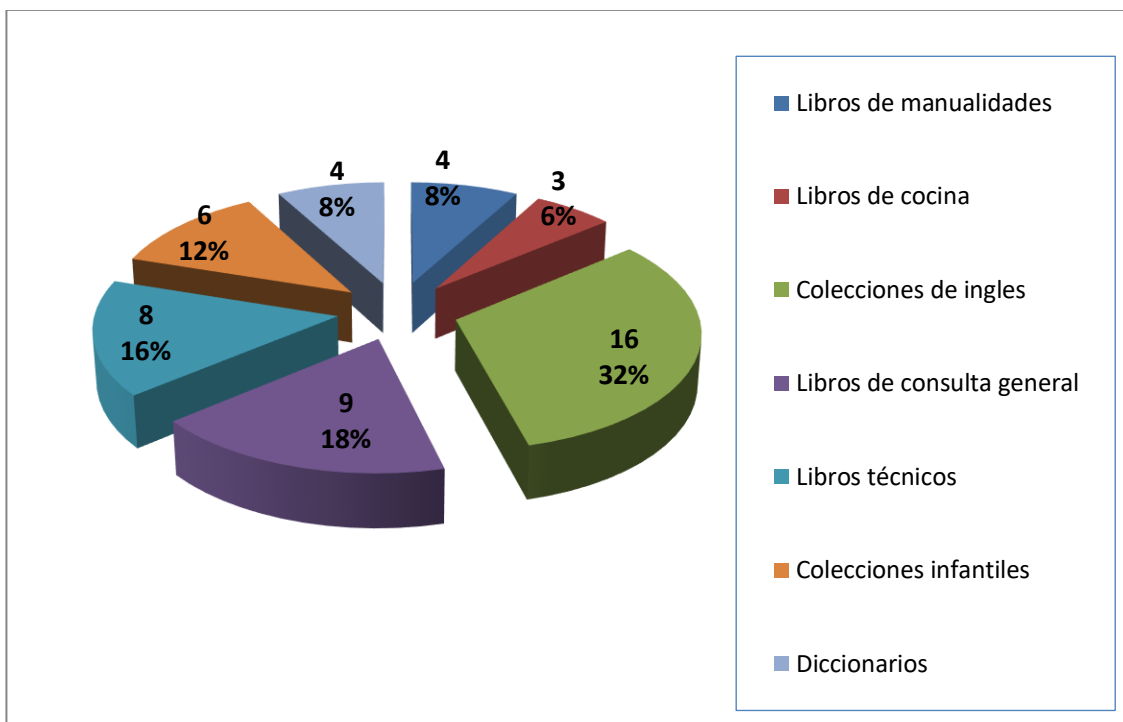
Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 18. Horario de atención.



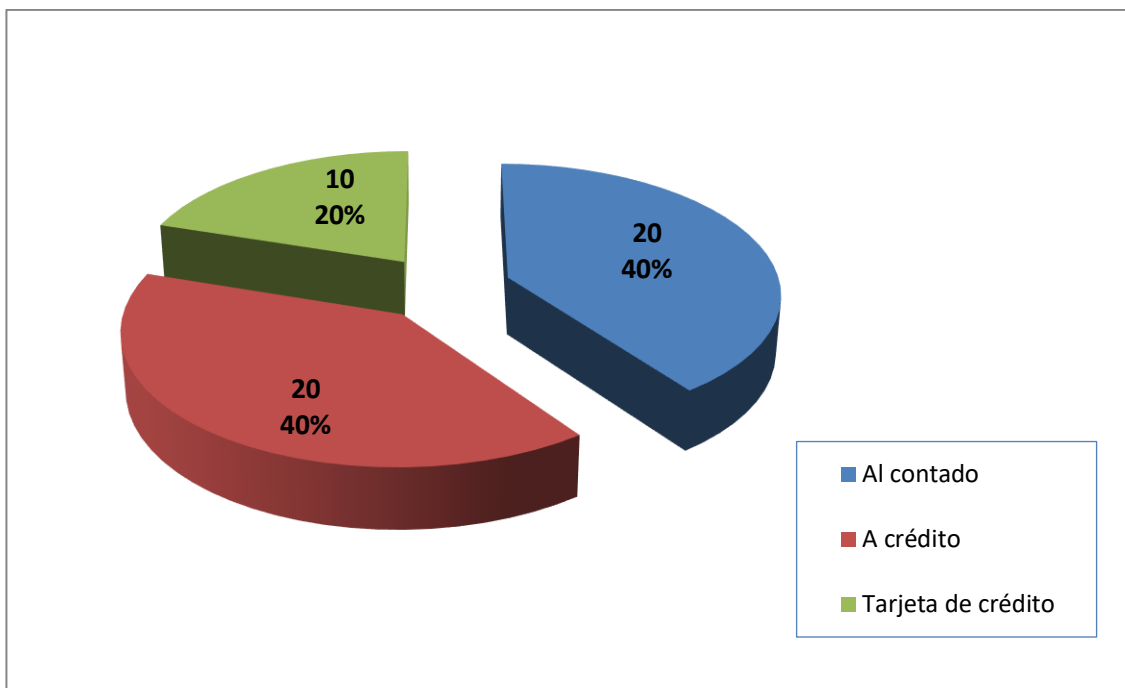
Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 19. Libros que más compran.



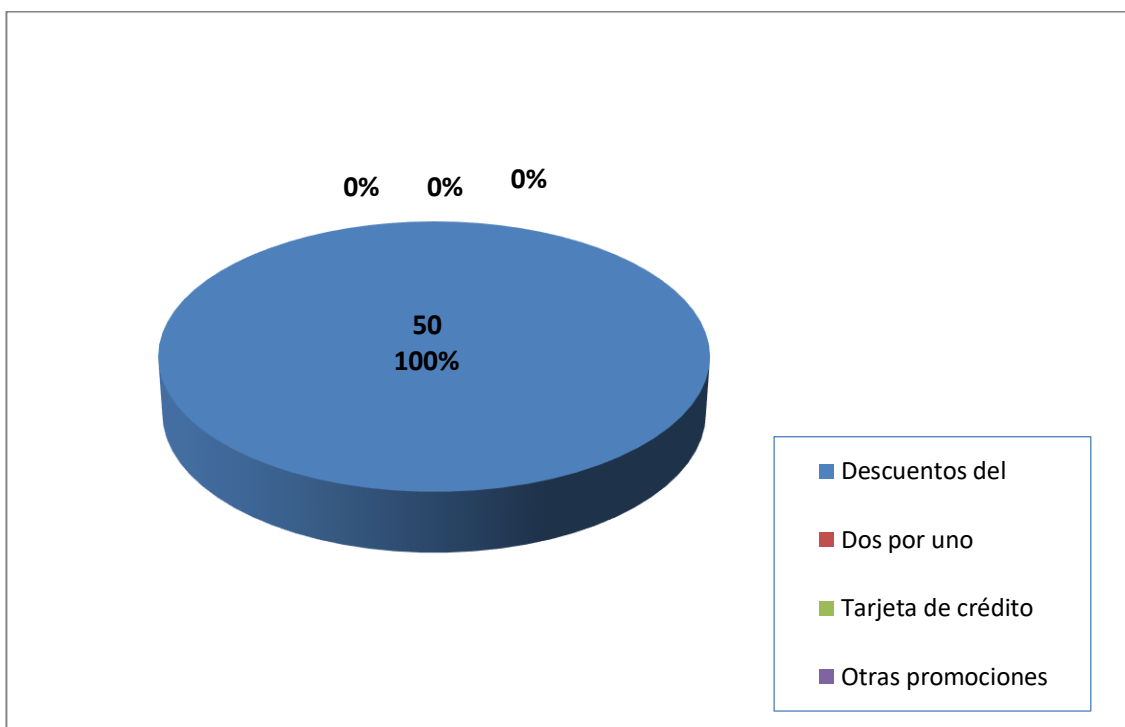
Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Figura 20. Formas de pago para los clientes.



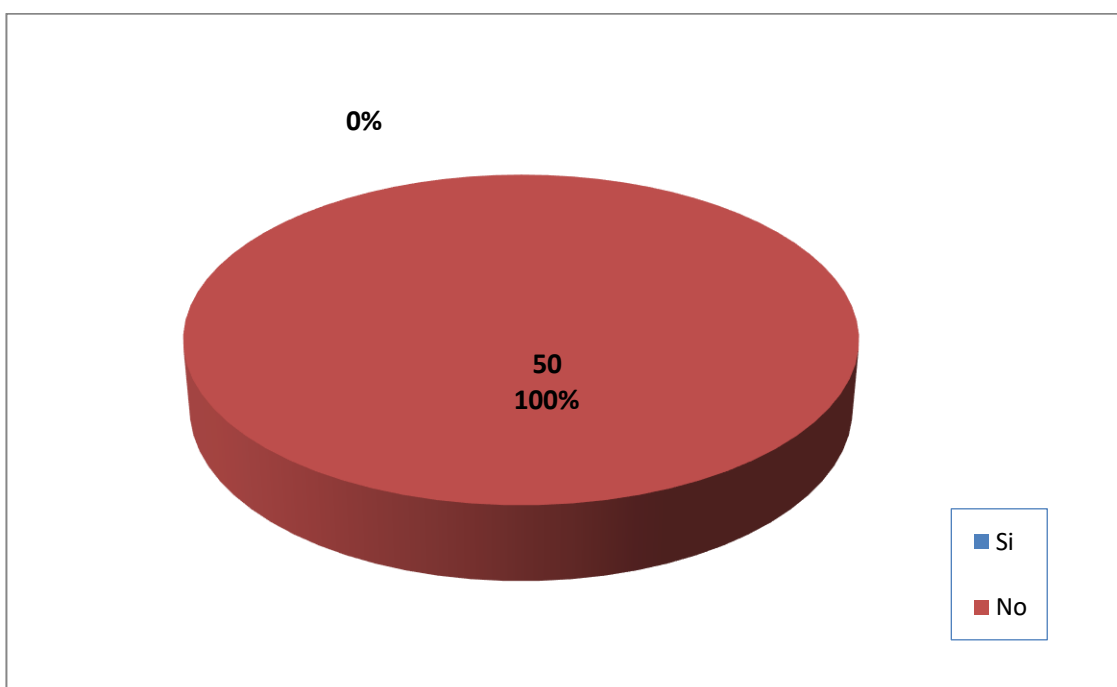
Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
 Elaboración: El autor 2015

Figura 21. Tipo de promociones ofrecidas.



Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
 Elaboración: El autor 2015

Figura 22. Convenio con instituciones.



Fuente: Entrevista aplicada a los propietarios de librerías del cantón Quevedo
Elaboración: El autor 2015

Anexo 7. Resultados del estudio de económico

Cuadro 40. Gastos administrativos de la distribuidora DISELI del cantón Quevedo

N°	Detalle	Cantidad	Valor Unitario USD	Total USD
1	Alquiler del local	1	600,00	600,00
2	Agua	1	10,00	10,00
3	Luz	1	45,00	45,00
4	Teléfono e internet	1	35,00	35,00
5	Publicidad televisiva	1	120,00	120,00
6	Publicidad impresa - folletos	1	100,00	100,00
7	Administrador - Contador	1	600,00	600,00
8	Secretaria	1	400,00	400,00

9	Útiles de oficina	1	75,00	75,00
10	Materiales de limpieza	1	30,00	30,00
11	Depreciación de activos - administración	1	57,08	57,08
SUMAN				2.072,08

Cuadro 41. Gastos de venta

ORD.	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Total
1	Vendedor externo N°: 1	1	400,00	400,00
2	Vendedor externo N°: 2	1	400,00	400,00
3	Vendedor interno	1	400,00	400,00
4	Cobrador	1	400,00	400,00
5	Servicio de Datafast	1	107,52	107,52
6	Depreciación de Activos - Ventas	1	79,89	79,89
7	Comisión vendedor	1	2.766,62	2.766,62
8	Comisión cobrador	1	409,87	409,87
9	Gastos operativos - logística	1	1.024,68	1.024,68
SUMAN				5.988,58

Cuadro 42. Amortización del crédito

MESES	MONTO	INTERES	CAPITAL	CUOTA
1	29.183,31	369,66	327,68	697,34
2	28.855,63	365,50	331,83	697,34
3	28.523,80	361,30	336,03	697,34
4	28.187,76	357,05	340,29	697,34
5	27.847,47	352,73	344,60	697,34
6	27.502,87	348,37	348,97	697,34
7	27.153,90	343,95	353,39	697,34
8	26.800,52	339,47	357,86	697,34
9	26.442,65	334,94	362,40	697,34
10	26.080,26	330,35	366,99	697,34
11	25.713,27	325,70	371,64	697,34
12	25.341,64	320,99	376,34	697,34
13	24.965,29	316,23	381,11	697,34
14	24.584,18	311,40	385,94	697,34
15	24.198,25	306,51	390,83	697,34
16	23.807,42	301,56	395,78	697,34
17	23.411,65	296,55	400,79	697,34
18	23.010,86	291,47	405,87	697,34
19	22.604,99	286,33	411,01	697,34
20	22.193,99	281,12	416,21	697,34
21	21.777,77	275,85	421,48	697,34
22	21.356,29	270,51	426,82	697,34
23	20.929,46	265,11	432,23	697,34
24	20.497,23	259,63	437,70	697,34

25	20.059,53	254,09	443,25	697,34
26	19.616,28	248,47	448,86	697,34
27	19.167,42	242,79	454,55	697,34
28	18.712,87	237,03	460,31	697,34
29	18.252,56	231,20	466,14	697,34
30	17.786,42	225,29	472,04	697,34
31	17.314,38	219,32	478,02	697,34
32	16.836,36	213,26	484,08	697,34
33	16.352,29	207,13	490,21	697,34
34	15.862,08	200,92	496,42	697,34
35	15.365,66	194,63	502,70	697,34
36	14.862,96	188,26	509,07	697,34
37	14.353,88	181,82	515,52	697,34
38	13.838,36	175,29	522,05	697,34
39	13.316,31	168,67	528,66	697,34
40	12.787,65	161,98	535,36	697,34
41	12.252,29	155,20	542,14	697,34
42	11.710,15	148,33	549,01	697,34
43	11.161,14	141,37	555,96	697,34
44	10.605,18	134,33	563,00	697,34
45	10.042,18	127,20	570,14	697,34
46	9.472,04	119,98	577,36	697,34
47	8.894,68	112,67	584,67	697,34
48	8.310,01	105,26	592,08	697,34
49	7.717,94	97,76	599,58	697,34
50	7.118,36	90,17	607,17	697,34
51	6.511,19	82,48	614,86	697,34
52	5.896,33	74,69	622,65	697,34
53	5.273,68	66,80	630,54	697,34
54	4.643,14	58,81	638,52	697,34
55	4.004,62	50,73	646,61	697,34
56	3.358,01	42,53	654,80	697,34
57	2.703,21	34,24	663,10	697,34
58	2.040,11	25,84	671,50	697,34
59	1.368,61	17,34	680,00	697,34
60	688,61	8,72	688,61	697,34
SUMAN		12.656,87	29.183,31	41.840,19

Anexo 8. Fotos de la investigación

Encuesta realizada a la demanda de libros





- **Encuesta realizada a la oferta de libros**







