



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

Tema de la Tesis

**Factibilidad para la creación de una sucursal
de la Ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma, período
2012**

AUTORA:

Mayra Jessenia Coello Aguirre

DIRECTORA:

Ing. Dominga Ernestina Rodríguez, M.Sc.

Quevedo - Los Ríos – Ecuador

2013

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Mayra Jessenia Coello Aguirre, 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.

Mayra Jessenia Coello Aguirre

CERTIFICACIÓN

La suscrita, Ing. Dominga Ernestina Rodríguez, MSc. Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada Mayra Jessenia Coello Aguirre, realizó la tesis previo a la obtención del título de Contadora Pública Autorizada, titulada: **FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA FERRETERIA DOMINGUEZ EN EL CANTÓN QUINSALOMA, PERÍODO 2012**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

Ing. Dominga Ernestina Rodríguez, MSc
DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo para la obtención del
título de:

CONTADOR PÚBLICO AUDITORIZADO

Aprobado:

Ing. Elsa Álvarez Morales, MSc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

CPA. Patricia Álvarez Perdomo, MSc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Karina Plua Panda, MSc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2013

AGRADECIMIENTO

Dejo en constancia mi más sincero agradecimiento.

A Dios, por darme la vida y lograr una más de mis metas, a mis padres, hermanos, a mi esposo e hijos también reitero mis agradecimientos muy sinceros.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, meritoria institución de enseñanza e investigación.

A las Autoridades de la Universidad

Ing. Roque Luis Vivas Moreira, MSc. Rector de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por su misión en beneficio de la Colectividad Universitaria.

Ing. Guadalupe del Pilar Murillo Campuzano, MSc. Vicerrectora Administrativa de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por su trabajo diario y constante que ha obtenido sus resultados en favor de la educación.

Econ. Roger Tomás Yela Burgos, MSc. Director de la Unidad de Estudios a Distancia, por su trabajo arduo y responsabilidad a favor de la población estudiantil.

A la Ing. Dominga Ernestina Rodríguez Ángulo, MSc. quién con sus conocimientos ha sabido guiarme en el desarrollo y culminación de mi tesis.

DEDICATORIA

A Dios por brindarme salud y sabiduría en todo momento. A mi familia, por ser parte importante en el logro de mis metas profesionales, doy las gracias por haber sido mi fuente de inspiración en mi deseo de cumplir con mis estudios, logrando de esta manera cumplir uno de mis objetivos propuestos.

Mayra

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN	iii
MIEMBROS DEL TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE CUADRO	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
RESUMEN	xviii
ABSTRAC	xx
CAPÍTULO I: MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción	2
1.1.1. Planteamiento del problema	3
1.1.2. Formulación del problema	4
1.1.3. Delimitación del problema	4
1.1.4. Justificación y factibilidad	5
1.1.5. Objetivos	6
1.1.5.1. General	6
1.1.5.2. Específicos	6
1.1.6. Hipótesis	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1. Fundamentación teórica	8
2.1.1. Factibilidad	8

2.1.1.1.	Proyecto de Factibilidad	8
2.1.1.2.	Componentes del estudio de factibilidad	8
2.1.2.	Empresa	10
2.1.2.1.	Definición de empresa	10
2.1.2.2.	Clases de empresas	10
2.1.2.3.	Ferretería	13
2.1.3.	Estudio de mercado	13
2.1.3.1.	Mercado	14
2.1.3.2.	Investigación de mercado	15
2.1.3.3.	Análisis de la oferta	15
2.1.3.3.1.	Oferta	15
2.1.3.3.2.	Análisis actual y futuro de la oferta	16
2.1.3.4.	Análisis de la demanda	16
2.1.3.4.1.	Demanda	16
2.1.3.4.2.	Demanda Insatisfecha	17
2.1.3.4.3.	Demanda Futura	17
2.1.3.4.4.	Análisis actual y futuro de la demanda	17
2.1.3.5.	Producto	17
2.1.3.6.	Precio	18
2.1.3.7.	Análisis de la comercialización	18
2.1.4.	Estudio técnico	19
2.1.4.1.	Tamaño de un proyecto	19
2.1.4.2.	Localización	20
2.1.4.3.	Etapas de la localización	21
2.1.4.4.	Ingeniería del proyecto	21
2.1.4.5.	Organización	22
2.1.4.6.	Fases del proceso organizativo	23
2.1.4.7.	La estructura organizacional	24
2.1.5.	Estudio económico	24
2.1.5.1.	Inversión	25

2.1.5.2.	Activos fijos	26
2.1.5.3.	Capital	26
2.1.5.4.	Financiamiento	27
2.1.5.5.	Costos	27
2.1.5.5.1.	Costo de venta	27
2.1.5.5.2.	Costos fijos	27
2.1.5.5.3.	Costos variables	28
2.1.5.6.	Depreciación	28
2.1.5.7.	Punto de equilibrio	29
2.1.5.8.	Estado de resultados	29
2.1.5.9.	Balance general	30
2.1.6.	Evaluación financiera	30
2.1.6.1.	Estado de flujo de fondos	31
2.1.6.2.	Estado de flujo de caja	31
2.1.6.3.	Beneficio neto	31
2.1.6.4.	Indicadores de evaluación financiera	32
2.1.6.5.	Valor actual neto (VAN)	32
2.1.6.6.	Tasa interna de retorno (TIR)	33
2.1.6.7.	Relación beneficio costo	33
2.1.6.8.	Tiempo de recuperación del capital	33
2.1.6.9.	Análisis de sensibilidad	34
2.1.7.	Evaluación del impacto ambiental	35
2.2.	Fundamentación Legal	35
2.2.1.	Código de comercio	35
2.2.2.	Contenido de un contrato	36
2.2.3.	Específicos generales	37
2.2.4.	Derecho a desarrollar actividad económica	37
2.2.5.	Clausulas legales	37
2.2.6.	Derechos de las personas usuarios y consumidores	38
2.2.7.	Las empresas según el marco jurídico	38

2.2.8.	Requisitos para el funcionamiento de una empresa civil	38
2.2.8.1.	Registro Único de Contribuyentes	38
2.2.8.2.	Patente Municipal	39
2.2.8.3.	Recomendación del Cuerpo de Bomberos	40
2.2.9.	Requisitos para abrir un negocio	40
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		41
3.1.	Materiales y métodos	42
3.1.1.	Materiales	42
3.1.2.	Métodos	42
3.1.2.1.	Inductivo	42
3.1.2.2.	Deductivo	43
3.1.2.3.	Analítico	43
3.1.2.4.	Científico	43
3.1.2.5.	Sistémico	43
3.1.3.	Tipo de investigación	44
3.1.3.1.	Bibliográfica	44
3.1.3.2.	De Campo	44
3.1.4.	Fuentes	44
3.1.4.1.	Primarias	44
3.1.4.2.	Secundarias	45
3.1.5.	Técnicas e instrumento de evaluación	45
3.1.5.1.	Observación	45
3.1.5.2.	Encuestas	45
3.1.5.3.	Entrevista	46
3.1.6.	Población y muestra	46
3.1.6.1.	Población	46
3.1.6.2.	Muestra	46
3.1.7.	Procedimiento metodológico	47
3.1.7.1.	Análisis de mercado	47

3.1.7.2.	Análisis técnico	48
3.1.7.3.	Análisis económico	49
3.1.7.4.	Análisis financiero	53
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN		55
4.1.	Resultados	56
4.1.1.	Análisis de las encuestas aplicadas a la población	56
4.1.1.1.	Materiales de ferretería que más se compra	56
4.1.1.2.	Frecuencia realiza la compra de los productos ferreteros	57
4.1.1.3.	Preferencia para realizar las compras de los productos ferreteros	57
4.1.1.4.	Forma de pago las compras	58
4.1.1.5.	Promedio que invierte en las compras de productos	59
4.1.1.6.	Que más observa al comprar un producto	59
4.1.1.7.	Procedencia de los productos ferreteros de su preferencia	60
4.1.1.8.	Lugar donde realiza la compra de los productos ferreteros	61
4.1.1.9.	Calificación de la atención que le brindan las ferreterías	61
4.1.1.10.	Razón por la que compra en la ferretería	62
4.1.1.11.	Inconvenientes que se presentan al momento de su compra	63
4.1.1.12.	Crear una sucursal en la ferretería del cantón Quinsaloma	63
4.1.1.13.	Lugar donde debe estar ubicada la sucursal de la ferretería	64
4.1.1.14.	Ingreso económico mensual	65
4.1.2.	Estudio de mercado	65
4.1.2.1.	Análisis de las entrevistas	66
4.1.2.2.	Proyección de la oferta	70
4.1.2.3.	Análisis de la demanda	71
4.1.2.4.	Proyección de la demanda	72
4.1.2.5.	Demanda insatisfecha	72
4.1.2.6.	Análisis de precios	73
4.1.2.7.	Canales de distribución	74

4.1.2.8.	Comercialización	75
4.1.2.9.	Promoción	75
4.1.2.10.	Publicidad	75
4.1.3.	Estudio técnico	76
4.1.3.1.	Macrolocalización	76
4.1.3.2.	Microlocalización	76
4.1.3.3.	Distribución del área de la empresas ferretera	77
4.1.3.4.	Características técnicas de los productos	79
4.1.3.5.	Descripción del proceso de comercialización de los productos	79
4.1.3.6.	Flujograma del proceso de venta	80
4.1.3.7.	Slogan	80
4.1.3.8.	Logotipo	81
4.1.3.9.	Organización	81
4.1.3.10.	Funciones	82
4.1.4.	Estudio económico	89
4.1.4.1.	Inversión	89
4.1.4.2.	Capital de trabajo	90
4.1.4.3.	Costo total de operación	91
4.1.4.4.	Depreciación	93
4.1.4.5.	Ingresos	96
4.1.4.6.	Costos	96
4.1.4.7.	Estado de resultados proyectados	96
4.1.4.8.	Flujo de caja	99
4.1.5.	Estudio financiero	101
4.1.5.1.	Valor Actual Neto	101
4.1.5. 2.	Tasa Interna de Retorno	101
4.1.5.3.	Relación beneficio costo	102
4.1.5.4.	Periodo de recuperación de capital	103
4.1.5.5.	Análisis de sensibilidad	103

4.2.	Discusión	104
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		108
5.1.	Conclusiones	109
5.2.	Recomendaciones	110
CAPITULO VI: BIBLIOGRAFÍA		111
6.1.	Literatura citada	112
ANEXOS		117

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro		Pág.
1	Análisis de las entrevistas realizadas a los señores ferreteros.	66
2	Determinación de la oferta actual de clientes según el estudio de mercado para la creación de una sucursal de ferretería Domínguez en Quinsaloma..	69
3	Serie histórica de ventas de productos ferreteros de acuerdo a la población.	70
4	Proyección de la oferta de productos ferreteros	71
5	Análisis de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA.	71
6	Proyección de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA	72
7	Demanda insatisfecha de los productos ferreteros.	73
8	Tamaño del proyecto	73
9	Precio de las líneas de productos que se venderán en USD.	74
10	Detalle de gastos publicitarios	75

11	Inversión fija y diferida.	90
12	Capital de trabajo	91
13	Costo de operación	92
14	Costo de mercadería	93
15	Depreciación de equipos y maquinarias.	94
16	Amortización del Crédito	95
17	Ingresos proyectados por venta de productos ferreteros.	96
18	Costos totales	97
19	Estado de resultados proyectados.	99
20	Flujo de caja durante la duración del proyecto.	100
21	Valor actual neto de retorno del proyecto para la creación de la ferretería.	101
22	Tasa interna de retorno del proyecto para la creación de la ferretería.	102
23	Relación beneficio costo del proyecto para la creación de la ferretería.	102
24	Periodo de recuperación de capital	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura		Pág.
1	Modelo de una estructura organizacional	48
2	Materiales de ferretería que más se compra.	56
3	Con qué frecuencia realiza la compra de los productos ferreteros.	57
4	Cuáles son los días que prefiere para realizar las compras de los productos ferreteros.	58
5	Cómo paga las compras en la ferretería.	58
6	Promedio que invierte en las compras de productos ferreteros.	59
7	Al momento de adquirir un producto que es lo que más observa	60
8	Procedencia de los productos ferreteros de su preferencia	60
9	Lugar dónde realiza la compra de los productos ferreteros	61
10	Califica la atención que le brindan las ferreterías.	62
11	La razón por la que compra en la ferretería	62

12	Los inconvenientes que se presentan al momento de su compra.	63
13	Le gustaría que se implemente una sucursal en la ferretería del cantón Quinsaloma.	64
14	Lugar donde debe estar ubicada la sucursal de la ferretería.	64
15	Ingreso económico mensual	65
16	Mapa del cantón Quinsaloma	76
17	Croquis de ubicación de la empresa	77
18	Croquis del área de la ferretería	78
19	Flujograma del proceso de venta	80
20	Organigrama estructural	81

RESUMEN

La investigación se realizó en el cantón Quinsaloma, cuyos límites son al Norte con el cantón La Maná, al Sur con la parroquia Zapotal - cantón Ventanas y al Este con la parroquia Moraspungo - cantón Pangua y con las siguientes coordenadas geográficas 1° 00" de latitud Sur y 79° 25" de longitud Oeste, a una altitud de 168 msnm, con una duración de 210 días, se plantearon los siguientes objetivos:

a) Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma, período 2012, b) Diagnosticar mediante un estudio de mercado la necesidad para la creación de una sucursal de ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma, periodo 2012, c) Elaborar un estudio técnico y económico que permita determinar la inversión necesaria para la realización del proyecto, d) Determinar la factibilidad financiera del presente estudio para la creación de una sucursal de ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma, año 2012.

La metodología que se utilizó fue de carácter científico, la población objetivo la forman 6.283 habitantes del cantón Quinsaloma de la Población Económicamente Activa, según el INEC 2010, con un crecimiento poblacional del 1.21%, la muestra de la población encuestada es de 342 personas para determinar la demanda, de los cuales se consideró a los propietarios de locales donde se venden productos ferreteros para conocer la oferta de los productos.

Con el estudio de mercado se conoció la demanda de los materiales de construcción, eléctricos, herramientas y entre otros en el cantón Quinsaloma, provincia de Los Ríos, requiere de una inversión fija de 44.396.95 dólares, mismos que requieren de un financiamiento del 35% a dos años plazo y la diferencia será mediante recursos propios.

En el primer año los ingresos son de 117.600 dólares, mientras que el estudio financiero muestra un VAN de 300.681,43 dólares, TIR 118.28 % y Relación Beneficio Costo de 1.75%, es decir que se recupera un dólar más 0.75 centavos, lo cual demuestra la viabilidad del proyecto desde el punto de vista de la evaluación financiera y del estudio de mercado, con esto queda demostrada la hipótesis que la inversión para este tipo de empresa es rentable y factible.

ABSTRAC

The research was conducted in the canton Quinsaloma, whose boundaries are the North with the Canton La Maná, on the south by the parish Zapotal - Canton windows and on the east by the parish Moraspungo - Pangua canton and the following geographical coordinates 1 ° 00 " South latitude and 79 ° 25 'west longitude, at an altitude of 168 meters, with a duration of 210 days, had the following objectives:

a) Conduct a feasibility study for the establishment of a branch in the corner hardware store Quinsaloma Dominguez, period 2012, b) diagnosed by a market study the need for the establishment of a branch in the corner hardware store Quinsaloma Dominguez, period 2012 c) Develop a technical and economic study to determine the investment needed for the project, d) Determine the financial feasibility of this study for the establishment of a branch in the corner hardware store Quinsaloma Domínguez, 2012.

The methodology used was scientific, the target population of 6283 inhabitants are canton Quinsaloma of the economically active population, according to INEC 2010 with a population growth of 1.21%, the sample of the survey population is 342 people for determine demand, which was considered to owners of premises where sold hardware products to meet the supply of products.

By studying market demand is met building materials, electrical, tools and among others in the canton Quinsaloma, province of Los Ríos, requires a fixed investment of 44.396.95 dollars themselves that require funding of 35 % over two years and the difference will be from own resources.

In the first year of income is \$ 117,600, while the financial study shows an NPV of 300.681,43 dollars, 118.28% IRR and Benefit Cost Ratio of 1.75%, ie recovering a 0.75 dollar cents, demonstrating the viability of the project from the point of view of the financial evaluation and market research, this is demonstrated with the hypothesis that investment for this type of business is profitable and feasible.

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

La factibilidad, es un estudio para determinar la infraestructura tecnológica y la capacidad técnica que implica la implementación de un negocio o empresa, así como los costos, beneficios y el grado de aceptación que la propuesta genera, es así que debido a la necesidad creciente de comercializar cada día, mayor cantidad de productos y servicios, requiere de técnicas y elementos que faciliten su desplazamiento hacia los mercados potenciales de clientes y la satisfacción del consumidor, es así que los productos ferreteros juegan un papel importante en las economías de todos los países.

Una ferretería es un establecimiento comercial dedicado a la venta de útiles para el bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar, normalmente es para el público en general aunque también existen dedicadas a profesionales con elementos específicos, etimológicamente ferretería significa "tienda del hierro", también designa al conjunto de útiles de hierro que en ella se puede adquirir (producto de ferretería) y por extensión a otros productos metálicos (desarmadores, serruchos o martillos) o no metálicos allí adquiridos (tubo de silicona y su pistola de aplicación o una lija), algunas de ellas también venden pinturas y equipos para el pintor (brochas, rodillos, pistolas)

Actualmente según el INEC 2010, en el Ecuador hay 10.308 ferreterías y alrededor del 43% de ellas se concentran en la región costa, es así que en los últimos años, se puede apreciar que la provincia de Los Ríos está siendo tomada en cuenta como un potencial mercado, tanto por inversionistas locales y nacionales, lo cual de alguna manera u otra está fomentando el equilibrio económico en la población y establecimiento empresarial.

El mercado ferretero en el cantón Quinsaloma no disponen de todos los productos ferreteros necesarios para satisfacer la demanda, teniendo que los consumidores viajar a otros lugares aledaños para adquirir los mismos, es así que la ferretería Domínguez ha considerado necesario implementar una sucursal en este sector. La ferretería Domínguez tiene operando en el mercado de Quevedo más de 20 años, misma que cuenta con una casa matriz y una sucursal, ubicadas en la parroquia San Camilo, de propiedad del señor Jorge Domínguez.

Previo a la creación de la empresa es necesario realizar un estudio de factibilidad en el cual contenga el estudio técnico, económico y financiero para determinar la viabilidad del mismo.

1.1.1. Planteamiento del problema

Debido a que el mercado ferretero ha crecido de una forma acelerada, y en la actualidad sus productos son utilizados en todos los hogares, por lo que cada vez hay más demanda de material eléctrico, construcción, cerrajeros, carpintería, agricultura, entre otros. y viendo la necesidad de satisfacer la demanda se ha visto la importancia de realizar una investigación objetiva sobre lo que a ferretería se refiere; para poder determinar de una manera clara las formas y técnicas que se utilizarán y pondrán en práctica para la fijación y creación de una sucursal de la ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma.

El problema planteado inicia porque no existe en el cantón Quinsaloma una ferretería con las características que satisfaga las necesidades de los clientes que necesitan algo más que tornillos y cables. Esto causa que las personas

salgan de la ciudad para poder adquirir los productos que necesitan tales como herramientas que no encuentran en las ferreterías existentes, razón por la cual se va a diferenciar esta empresa de la competencia.

Por los limitados inventario con que cuentan las ferreterías de Quinsaloma lo usuarios se ven obligados a salir a comprar en otros cantones aledaños, lo cual genera pérdida de tiempo, retraso en las construcción, encarecimiento del producto, entre otros aspectos.

Con el presente proyecto se busca poder determinar los diversos canales de distribución, técnicos de ventas y factores en los cuales la futura competencia no ha intervenido y así colocarlos a favor de la sucursal de la ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma, misma que podrá a disposición de la ciudadanía productos ferreteros de diferentes marcas nacionales y extranjeros.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo influye en el proceso de inversión contar con un proyecto para la implantación de una sucursal de la ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma?

1.1.3. Delimitaciones del problema

Objeto de estudio: Factibilidad para la creación de una sucursal de la Ferretería Domínguez.

Campo de acción: Proyecto de inversión.

Ubicación: Cantón Quinsaloma.

Temporal: Año 2012.

1.1.4. Justificación y factibilidad

Para ejecutar un negocio es importante aplicar técnicas tales como; estudio de mercado para conocer la demanda y oferta de los productos, el estudio técnico los proceso, el estudio económico el capital de trabajo y el estudio financiero de donde se va a obtener los recursos económico y saber cuáles son los beneficios del proyecto, es decir si es o no viable la puesta en marcha del mismo, de allí la necesidad de efectuar un proyecto de estas características para poder crear una sucursal de la ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma.

La presente investigación es importante porque permitirá con la creación de la sucursal de la ferretería Domínguez el desarrollo del cantón Quinsaloma, ya que se muestra como una ciudad en crecimiento de la población y de desarrollo social en cuanto a demanda de obras e infraestructura, obras y servicios por ser nuevo.

Este estudio es factible porque cuenta con toda la información necesaria para su ejecución, con los recursos económicos necesarios y sobre todo porque no existe otra investigación relacionada, lo cual hace que sea original.

1.1.5. Objetivos

1.1.5.1. General

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma, período 2012.

1.1.5.2. Específicos

- Diagnosticar mediante un estudio de mercado la necesidad para la creación de una sucursal de ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma, periodo 2012.
- Elaborar un estudio técnico y económico que permita determinar la inversión necesaria para la realización del proyecto.
- Determinar la factibilidad financiera del presente estudio para la creación de una sucursal de ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma, año 2012.

1.1.6. Hipótesis

El estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de la ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma determina que es rentable el proyecto.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Factibilidad

Flórez (2007). La factibilidad debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio de mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y sus cronología, lo mismos que los costos de operaciones y el cálculo de los ingresos, identificaciones plena de fuentes de financiación y la regulación de compromisos de participación en el proyecto, aplicación de criterios de evaluación financieros, económicos, social y ambiental, que permita obtener argumento para la decisiones de realización del proyecto.

Acevedo (2010). Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación.

2.1.1.1. Proyecto de factibilidad

Chiriboga (2008). Plan de mercado que se propone a realizar una empresa tomando en cuenta acciones técnicas, económicas o financieras del proyecto a desarrollar, en base a hechos reales y precisos, mide los beneficios o rentabilidad del proyecto.

2.1.1.2. Componentes del estudio de factibilidad

Acevedo (2010). Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de tres análisis, los cuales son la base en la cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

- **Análisis de mercado**, se entiende por análisis de mercados como la distinción y separación de las partes del mercado para llegar a conocer los principios o elementos de este.
- **Análisis técnico**, el análisis técnico es una técnica utilizada para prever la dirección futura de las cotizaciones mediante el estudio de datos históricos de los mercados, principalmente las cotizaciones, los volúmenes y el interés abierto
- **Análisis financiero**, es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras.

Cabe señalar que cada uno de los análisis o estudio se describen más adelante.

Ramírez (2009). El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.

El resultado de los estudios de factibilidad de trabajos de investigación es la base de las decisiones que se tomen para su introducción, por lo que deben ser lo suficiente precisas para evitar errores que tienen un alto costo social directo. Esto sólo se puede asegurar mediante el empleo de procedimientos y de análisis debidamente fundamentados

2.1.2. Empresa

2.1.2.1. Definición de empresa

Ena (2008). La empresa se entiende como una unidad que organiza, coordina y controla los medios materiales, el trabajo y la técnica, con objeto de producir bienes o servicios o comercializarlo.

López (2009). Una empresa es una combinación organizada de dinero y de personas que trabajan juntas, que produce un valor material (un beneficio) tanto para las personas que han aportado ese dinero (los propietarios), como para las personas que trabajan con ese dinero en esa empresa (los empleados), a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos (los clientes).

Keat (2011). La teoría tradicional (neoclásica) de la economía definió a la empresa como un conjunto de recursos que se transforman en productos demandados por los consumidores. Los costos con lo que una empresa produce están regidos por la tecnología disponible, y la cantidad que produce y los precios a los cuales vende están influidos por la estructura de los mercados en los que operan. La diferencia entre el ingreso que recibe y los costos en los que incurre es la utilidad.

2.1.2.2. Clases de empresas

Ena (2008). Existen muchas formas de clasificar las empresas: según el tipo de actividad desarrollada según su forma jurídica, según su volumen de venta etc.

Déniz (2008). Existen distintas clase de empresas, según el elemento diferenciador que se tome como referencia.

Por su actividad:

Empresas industriales: en ella se lleva a cabo la transformación de materiales, mediante el trabajo (mano de obra) y la aplicación de bienes duraderos (maquinaria) para obtener y vender el producto resultante.

Empresas comerciales: realizan la venta, sin transformación previa, de productos a los consumidores.

Empresa de servicios: ofrecen fundamentalmente servicios a los usuarios como los créditos y servicios bancarios (entidades financieras), el asesoramiento (despachos de abogados, asesorías fiscales y contables, etc.), el alojamiento (hoteles), el transporte, entre otros.

Por su tamaño:

Atendiendo a su tamaño, puede distinguirse entre empresas grandes, medianas, pequeñas y my pequeñas; recibiendo también estas últimas el calificativo de micro empresas. De entre los criterios utilizados para determinar el tamaño pueden citarse el volumen de ventas, el total del activo y el número de empleados.

Por su forma jurídica:

Empresa individual: su propietario es una persona física. No existen separaciones entre el patrimonio empresarial y el personal. Su titular responde ilimitadamente de todas las deudas de la empresa.

Sociedad colectiva: es aquella en la que todos los socios en nombre colectivo y bajo una razón social, se comprometen a participar, en la proporción que establezcan, de los mismos derechos y obligaciones. Los socios son de dos clases, industriales y capitalistas, respondiendo de forma personal, ilimitada y solidaria de las deudas de la sociedad.

Sociedad de responsabilidad limitada: el capital de este tipo de sociedades, que estarán dividido en participaciones sociales indivisibles (no tienen el carácter de valor negociables), está integrado por la aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.

Sociedad anónima: es una sociedad que, teniendo un capital propio dividido en acciones, funciona bajo el principio de la falta de responsabilidad de los socios por las deudas sociales.

Sociedad cooperativa de trabajo asociado: es una sociedad con capital variable y estructura y gestión democráticas que asocian a personas, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para realizar actividades económicas y sociales de interés común y de naturaleza empresarial, repuntándose los resultados económicos a los socios una vez atendidos los fondos comunitarios, en función de las actividades cooperativizadas que realizan.

Sucursal: es sucursal todo establecimiento secundario a través del cual una sociedad desarrolla en lugar distinto a su domicilio determinadas actividades comprendidas dentro de su objeto social. La sucursal carece de personería jurídica independiente de su principal. Está dotada de representación legal permanente y goza de autonomía de gestión en el ámbito de las actividades que la principal le asigna, conforme a los poderes que otorga a sus representantes.

2.1.2.3. Ferrería

Airunp et al. (2011). Establecimiento comercial dedicado a la venta de útiles para el bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar, normalmente es para el público en general aunque también existen dedicadas a profesionales con elementos específicos como: cerraduras, herramientas de pequeño tamaño, clavos, tornillos, silicona, persianas, por citar unos pocos.

2.1.3. Estudio de mercado

Mankiw (2008). El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Medina (2009). El estudio de mercado consiste en el análisis, la determinación y la organización de las actividades que permiten resolver eficazmente las siguientes cuestiones: ¿Dónde voy a vender?, ¿Cuándo voy a vender?, ¿Por mediación de quien?, ¿A través de que vías?.

Flórez (2007). El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En los proyectos públicos, los esfuerzos se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que se beneficia con el proyecto.

Para su realización, se identifican una serie de variables de tipo económico, financiero, social, organizacional y de producción, que al ser tenidas en cuenta, permitan desarrollar con posibilidades de éxito, el plan de negocio que está elaborando.

2.1.3.1. Mercado

Zeron (2009). Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas en la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

Comprende todas las personas, hogares, empresas que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no los consumen aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Mercado es de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

- Estudios sobre la distribución
- Estudios sobre cobertura de producto en tiendas
- Aceptación y opinión sobre los productos
- Estudios sobre puntos de venta, etc.

2.1.3.2. Investigación de mercado

Stanton (2009). Consiste en el diseño, la recopilación, el análisis y el reporte de la información y de los datos relevantes del mercado para una situación específica a lo que se enfrenta la empresa.

2.1.3.3. Análisis de la oferta

Acevedo (2010). En los proyectos de inversión se tiene que indicar con quien se va a competir, cuál es la capacidad de producción, a que precio venden, en base a qué compiten.

2.1.3.3.1. Oferta

Keat (2011). La cantidad de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a vender a distintos precios dentro de cierto periodo al mantenerse constantes otros factores distintos al precio.

Stiglitz (2009). El concepto de oferta es describir la cantidad de un bien o de un servicio que a una familia o empresa le gustaría vender a un precio determinado.

Thompson (2007). La oferta es la cantidad de producto y servicio que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado para satisfacer necesidades o deseo.

2.1.3.3.2. Análisis actual y futuro de la oferta

El análisis de la oferta deberá considerar ampliamente las condiciones bajo las que se competirá en el mercado financiero, tomando en cuenta los productos y servicios financieros ya existentes en el mercado en que se pretende posicionar.

2.1.3.4. Análisis de la demanda

Acevedo (2010). Es la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado.

2.1.3.4.1. Demanda

Keat (2011). Las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a comprar a distintos precios dentro de un cierto periodo, al mantenerse constantes otros factores distintos al precios.

Stiglitz (2009). La demanda es describir la cantidad de un bien o de un servicio que una familia o empresa decide comprar a un determinado precio. Es importante comprender que los economistas no solo les interesan lo que la gente desea, sino también lo que deciden comprar dadas las limitaciones de gasto que les impone su restricción presupuestaria y dados los precios de los diferentes bienes.

López (2010). La demanda de un bien o servicio se puede definir como la cantidad que el consumidor está dispuesto a comprar a distintos precios de

mercado. En la medida que el precio sea más alto, la cantidad que se está dispuesto a adquirir será menor y viceversa.

2.1.3.4.2. Demanda insatisfecha

Vizcarra (2007). Parte de la demanda planeada en términos reales, en que esta excede a la oferta, por tanto no puede hacerse una compra efectiva de bienes y servicios.

2.1.3.4.3. Demanda futura

Sapag (2007). La realización de esta demanda permitirá conocer las cantidades de bienes y servicios que se podrían producir durante cierto número de año a determinado costo y precio.

2.1.3.4.4. Análisis actual y futuro de la demanda

Ramírez (2009). Con el objetivo de conocer si la entidad en formación, así como los productos y servicios financieros que ofrecerá, contarán con una demanda que haga viable el proyecto, debe efectuarse una investigación de mercado que se sustentará en la evaluación del sistema financiero y de variables sociales y económicas.

2.1.3.5. Producto

Medina (2009). Es cualquier bien, servicio o idea que se ofrezca en el mercado para satisfacer los deseos o necesidades de los clientes. El producto ideal es el

que está en la mente del consumidor y esta idea marca las puntas sobre el producto que se debe crear, presentar, anunciar y distribuir.

Esteban (2008). Un producto es un conjunto de cualidades físicas o tangibles y psicológicas o intangibles que el consumidor/comprador considera que tiene un determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos y necesidades, siendo susceptible de ser comercializado o intercambiado para ser usado, consumido o disfrutado.

Granados (2007). El producto es cualquier bien o servicio que genera el trabajo humano y que se ofrece al mercado para la satisfacción de las necesidades o deseo de quienes lo conforman, ya sea clientes actuales o potenciales.

2.1.3.6. Precio

Medina (2009). El precio es la cantidad de dinero, esfuerzo o tiempo que los compradores están dispuestos a pagar para conseguir la posición, el consumo o el uso de un determinado bien, producto o servicio, el precio tiene un fuerte impacto sobre la imagen del producto.

2.1.3.7. Análisis de la comercialización

Martínez (2006). El estudio de mercado debe completarse con un análisis de las formas actuales en que está organizada la cadena que relaciona a la unidad productora con la unidad consumidora, así como la probable evolución futura de esa organización. Tal análisis es un requisito indispensable para poder presentar proporciones concretas sobre la forma en que se espera distribuir los bienes o servicios que se producirán con el proyecto, teniendo en cuenta las

modalidades existentes y fundamentando, cuando corresponda, la factibilidad de los cambios que se proponen relación con esas modalidades.

Contreras (2008). La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece. La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social.

2.1.4. Estudio técnico

Sapag (2007). Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

2.1.4.1. Tamaño de un proyecto

Flórez (2007). Al establecer el tamaño más adecuado de un proyecto, se deberá apelar a la información disponible en torno al mercado, al proceso productivo, a la localización, a la disponibilidad de insumos y otros factores que serán considerados más o menos relevantes dependiendo del proyecto que se trate; de todos modos, a la dimensión definitiva se llegará mediante un proceso de aproximación sucesivas.

Fernández (2007). El tamaño del proyecto se inicia con la elaboración de un diagrama de flujo de proceso, que muestre las diferentes etapas de producción, cantidades de insumo y de producto terminado. Lo que se pretende es demostrar en toda su extensión el proceso productivo, donde quede clara la tecnología que más se ajusta al proyecto en los diferentes estados que irán convirtiendo los insumos en producto.

Vargas (2010). Es la capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de operación normal, de la cual se determina el tamaño o dimensionamiento que debe tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del proyecto.

2.1.4.2. Localización

Córdoba (2006). El análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mismo costo. En general, las decisiones de localizaciones podrían catalogarse de infrecuentes, de hechos, algunas empresas solo la toman una vez en su historia. Este suele el caso de las empresas pequeñas de ámbito local, pequeños comercios o tiendas, bares, restaurantes, etc.

La localización adecuada de la empresa que se creará con la probación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el proyecto debe obedecer no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucional, e incluso, de preferencias emocionales. Con todos ellos se buscan determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

Flórez (2007). Se habrá de realizar el análisis de las variables que permitan el lugar donde se ubicara el proyecto, teniendo en cuenta los criterios de maximización de utilidades y minimización de los costos de producción y gastos operacionales.

El estudio de localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como macrolocalización, hasta

identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como macrolocalización, para finalmente determinar un sitio preciso u ubicación del proyecto.

2.1.4.3. Etapas de la localización

Córdoba (2006). El estudio de la localización de un proyecto comprende las siguientes etapas:

- **Macro localización:** Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación buscándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.
- **Micro localización:** abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costo para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.

2.1.4.4. Ingeniería del proyecto

Flórez (2007). La tecnología brinda diferentes alternativas de utilización y combinación, que afectan las inversiones, los costos, gastos e ingresos del plan de negocio.

La utilización de una tecnología específica, unida a la utilización de materias primas y materiales, mano de obras, métodos y procedimientos, compone lo que comúnmente se conoce con el nombre de proceso de producción. Dependiendo de las características propias del producto, de los insumos

empleados y de las restricciones de mercado y financieras, se puede elegir entre varios tipos de procesos.

La tecnología puede ser de tipo tradicional, cuando el proceso que se utilice sea rustico, casero. Si por el contrario, se utiliza parcial o totalmente maquinaria, el proceso será considerado como mecanizado. Si el proceso utiliza tecnología avanzada, se puede clasificar como sistematizado o con tecnología de punta, cuando se utilice tecnología moderna y sistematizada.

Cuando exista un diseño estable aceptable y una gran demanda, la producción en serie puede ser la más apropiada, por cuanto se aplica el concepto de economía de escala, con la consiguiente disminución de costos unitarios. En el caso de bienes de uso muy especializados, la atención por pedidos puede presentar mayores ventajas en cuanto a calidad, al dedicar la tecnología disponible exclusivamente a ese renglón.

2.1.4.5. Organización

Acevedo (2010). Indicar la estructura organizativa de la empresa, es decir en lo que se refiere a los recursos humanos disponibles para administrar el proyecto. La organización formal es la configuración intencional que se hace de las diferentes tareas y responsabilidades, fijando su estructura de manera que se logren los fines establecidos por la empresa.

Dirce (2013). Esta organización formal supone ordenar y coordinar todas las actividades, así como los medios materiales y humanos necesarios. En una organización estructurada correctamente cada persona tiene una labor específica. De esta manera, los distintos empleados dedican su tiempo a la ejecución de sus tareas y no a competir entre ellos por subir de nivel o por

influencias; esto es así porque las relaciones de autoridad, la información, los métodos de trabajo, procedimientos y responsabilidades están previstos de antemano por la organización. Dicha organización es la variable que más influye en el rendimiento de los trabajadores y, por tanto, también en el de la empresa.

La organización informal se conforma mediante una red de relaciones informales que se producen en el ámbito empresarial y que no han sido planificadas por la dirección ni establecidas con anterioridad. De esta manera, dos empresas con una organización formal similar serán diferentes, y también será distinto su funcionamiento, puesto que estarán integradas por personas que se adaptan de forma muy diferente a la organización formal.

2.1.4.6. Fases del proceso organizativo

Dirce (2013). Para dotar de organización a una empresa formal es preciso seguir una serie de pasos:

1. Determinar claramente la actividad que se va a realizar; esto es, qué vamos a hacer.
2. Efectuar la división de esta actividad.
3. Ordenar las divisiones y señalar las personas que se responsabilizarán de cada una de ellas.

Establecer los medios materiales y humanos que requiera cada división, fijando el papel de cada uno de ellos.

4. Implantar un sistema de comunicación que permita que las distintas partes de la organización tengan la información necesaria para tomar las decisiones de su competencia.
5. Fijar un sistema de control. Las organizaciones interactúan siempre en un entorno muy cambiante al que han de adaptarse constantemente; por ello, la función organizativa no finaliza nunca. En esta fase se comprueba que la organización funciona como se había previsto, introduciéndose los ajustes necesarios para su mejora.

2.1.4.7. La estructura organizacional

Hutt y Marmioli (2011). La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

2.1.5. Estudio económico

Vizcarra (2007). Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener

como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.1.5.1. Inversión

Flórez (2007). Se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa.

Estudiado el plan de negocio, determinado su conveniencia y aprobada su inversión, se procede a su ejecución, que no es otra cosa que la utilización de los recursos humanos, técnicos, financieros y administrativos necesarios para llevar a feliz término la puesta en marcha del proyecto.

En esta etapa se deben conseguir los créditos necesarios, solicitar los permisos a las autoridades, realizar la contratación de obras, compra de maquinarias y equipos, de acuerdo con el proceso tecnológico definido; hacer la instalación y montaje de los equipos, de acuerdo con el diagrama de flujos establecido en el proceso de producción a seguir y a la distribución en planta realizada en el proyecto.

Una de las primeras actividades que se realizan durante la inversión, es la consecución de los recursos financieros definidos en el plan de negocio. Es la selección del crédito se escogerá aquel que ofrezca las mejores condiciones en cuanto a tasas de interés, plazo, periodo de gracia, forma de amortización y garantías exigidas.

En la solicitud del crédito es indispensable cuantificar la necesidad de recursos para las inversiones fijas, para el capital de trabajo y para gastos preoperativos,

si es del caso, entendiendo y aplicando los criterios que para tal fin utilizan los intermediarios financieros. Ahora bien, los intermediarios financieros administran líneas de créditos específicas de acuerdo con el uso que se le vaya a dar a los recursos crediticios solicitados por el emprendedor.

En la etapa de inversión, se hace necesario contratar por periodos relativamente cortos, la prestación de determinados servicios o el uso de ciertos equipos. Entre más tiempo del necesario se utilicen estos recursos, le resultará cada vez más costoso el plan de negocio.

2.1.5.2. Activos fijos

Vaquiroy (2008). Los activos fijos serán todos aquellos bienes tangibles necesarios para el proceso de transformación de materia prima (edificios, terrenos, maquinaria, equipos, etc.) o que pueden servir de apoyo al proceso. Estos activos fijos conforman la capacidad de inversión de la cual dependen la capacidad de producción y la capacidad de comercialización.

2.1.5.3. Capital

Sarmiento (2009). El capital de trabajo permite medir el equilibrio patrimonial de la compañía. Se trata de una herramienta muy importante para el análisis interno de la empresa, ya que refleja una relación muy estrecha con las operaciones diarias del negocio.

Muñoz (2008). Recursos inmovilizados en inventarios de materias primas, productos en proceso y productos terminados, en cuentas por cobrar a los clientes y en los promedios mínimos de cuentas corrientes bancarias.

2.1.5.4. Financiamiento

Muñoz (2008). Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

2.1.5.5. Costos

Sarmiento (2010). Es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable e inventariable.

Baca (2008). Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.

2.1.5.5.1. Costo de venta

Baca (2008). Es un valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado en condiciones de ser entregado al sector comercial.

2.1.5.5.2. Costos fijos

Sapag (2008). Es el costo que se deberán pagar en un periodo determinado independientemente de su nivel de producción (arriendo de bodegas, algunas remuneraciones, seguros de máquinas, entre otros).

Malagón (2008). Son aquellos que no varían con la producción y son constantes e independientes de la eficiencia de la gestión hospitalaria, el pago por los servicios de energía eléctrica, agua, etc. Obviamente, el costo fijo por unidad de producción disminuye cuando aumenta la producción.

2.1.5.5.3. Costos variables

Massons (2008). El costo variable se define como aquel que aumenta o disminuye con el aumento o disminución de la venta. Todos los costos, aunque sean fijos, aumentan o disminuyen, a la larga, con los incrementos o decrementos de las ventas. La diferencia esencial entre los variables y los fijos de la enorme sensibilidad de los primeros. Cualquier aumento o disminución de la venta reporta instantáneamente la oscilación del costo variable. Esto no ocurre con los gastos fijos. Tales gastos pueden permanecer estables a corto plazo pese a ciertos aumentos o disminución de ventas; o inversamente: dar un brusco salto hacia arriba, aunque las ventas no se hayan alterado.

Malagón (2008). Son aquellos que varían en forma proporcional con los cambios de producción o actividad.

2.1.5.6. Depreciación

Sarmiento (2009). La depreciación es un reconocimiento racional y sistemático del costo de los bienes, distribuido durante su vida útil estimada, con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público.

Vaquiroy (2008). La depreciación es un costo o gasto en que incurre una empresa por el uso de sus activos fijos como edificios, vehículos, maquinaria, entre otros, y se utiliza como procedimiento para reducir el valor de dichas inversiones haciendo cargos que afectan al estado de resultados a través del tiempo.

2.1.5.7. Punto de equilibrio

Sarmiento (2009). Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.

Toro (2007). Es la cantidad de producido tal que iguala los ingresos totales con los costos totales, lo cual equivale a decir que es el volumen de producido para el cual el ingreso operacional es cero vamos a explicar mediante un ejemplo que es el punto de equilibrio, y como este se puede estimar mediante tres métodos: el método de la ecuación, el de la contribución marginal y el método gráfico.

2.1.5.8. Estado de resultados

Sarmiento (2009). Es un documento contable complementario donde se informa detallada y ordenadamente el resultado de las operaciones: utilidad, pérdida y excedente de una entidad durante un periodo determinado.

2.1.5.9. Balance general

Sarmiento (2009). El balance general es un estado financiero principal histórico que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento determinado preparado de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA), Normas Internacionales de Contabilidad e Interpretaciones SIC aplicando el Plan Contable General y en el marco de la doctrina contable. Consta de tres partes, Activo, Pasivo y Patrimonio.

Cruz (2010). El balance proporciona información sobre los activos, pasivos y neto patrimonial de la empresa en una fecha determinada, al realizar el balance general al inicio de la operación de una empresa o al inicio de un año fiscal, se le conoce con el nombre de balance general inicial, se le conocerá con el nombre de balance general final. También se pueden realizar balances en cualquier momento, en los cuales no solo se incluyen los activos, pasivos y capital.

2.1.6. Evaluación financiera

Sarmiento (2009). La Evaluación Financiera es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto.

Meza (2009). Es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión.

En el ámbito de la Evaluación Financiera de Proyectos se discute permanentemente si las proyecciones de ingresos y gastos deben hacerse a precios corrientes o a precios constantes; es decir, si se debe considerar en las proyecciones de ingresos y gastos el efecto inflacionario, o si se debe ignorarlo.

2.1.6.1. Estado de flujo de fondos

Vizcarra (2007). Movimiento de entrada y salida de efectivo que muestra las interrelaciones de flujos de recursos entre los sectores privado, público y externo, que ocurre tanto en el sector real como en el sistema financiero.

2.1.6.2. Estado de flujo de caja

Zapata (2008). Es el estado financiero que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. Este estado tiene un mayor sentido práctico como presupuesto, siendo una herramienta de vital importancia dentro de la planificación financiera a corto plazo.

2.1.6.3. Beneficio neto

Rus (2008). La mayoría de los proyectos de inversión incurrir en costes en el presente a cambio de un flujo de beneficios netos (beneficios menos costes operativos anuales) durante la vida del proyecto. La corriente de beneficio y costes esperados que se van generando gracias a la ejecución del proyecto han de agregarse para compararlos con la inversión realizada en el presente. El

valor actual neto (Van) de la inversión refleja en una única cifra el beneficio neto del proyecto, rentabilidad (social o privada). Del proyecto evaluado.

2.1.6.4. Indicadores de evaluación financiera

Sarmiento (2009). Es uno de los instrumentos más usados para realizar análisis financiero de entidades, ya que estas miden en un alto grado la eficacia y comportamiento de la empresa. Presentan una perspectiva amplia de la situación financiera, puede precisar el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura y todo lo que tenga que ver con su actividad.

2.1.6.5. Valor actual neto (VAN)

Baca (2008). Llamado también Valor Presente Neto (VPN) es el resultado de la diferencia entre los ingresos actualizados y los costos actualizados, a una determinada tasa de descuento o de oportunidad de capital.

Sarmiento (2009). Es el valor monetario actualizado de todos los cobros o ingresos menos el valor actualizado de todos los pagos o costos de la inversión.

Pérez (2008). El van se obtiene como suma de todo los movimientos de fondos actualizados al origen del cálculo de inversión mediante una tasa de descuento que exprese la rentabilidad mínima exigida por la empresa a sus inversiones.

2.1.6.6. Tasa interna de retorno (TIR)

Sarmiento (2009). Es el rendimiento anual de los activos netos o de la inversión que se determina mediante el análisis del flujo de fondos corrientes actualizados a precios de mercado. La TIR se compara con el interés de capital para determinar si un proyecto se debe realizar.

Baca (2008). La Tasa Interna de Retorno (TIR) está definida como aquella tasa de interés o descuento que hace que el valor actual neto de una inversión sea igual a cero.

Pérez (2008). La tasa interna de rentabilidad expresa el tiempo de interés compuesto que genera la inversión, durante toda su vida, es decir, es el rendimiento en porcentaje anual obtenido sobre el capital invertido.

2.1.6.7. Relación beneficio costo

Sapag (2007). La relación Beneficio costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero la relación será mayor que uno y si el van es negativo, esta será menor que uno.

2.1.6.8. Tiempo de recuperación del capital

Gil (2010). El periodo de recuperación de una inversión se puede definir como el tiempo que tarda en recuperarse el desembolso inicial. Si suponemos una

inversión inicial y unos flujos netos de caja donde los flujos de cajas son los cobros menos los pagos en cada momento del tiempo, el periodo de recuperación es el tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial mediante la obtención de los diferentes flujos de caja netos posteriores.

Tarrago (2006). Es el número de años que la empresa tarda en recuperar la inversión. Este método selecciona aquellos proyectos cuyos beneficios permiten recuperar más rápidamente la inversión, es decir, cuanto más corto sea el periodo de recuperación de la inversión mejor será el proyecto.

Jiménez (2008). El tiempo de recuperación de capital representa el tiempo que tardaría el inversionista en recuperar todo su capital en el caso hipotético de que todas las utilidades se usaran exclusivamente para su fin.

2.1.6.9. Análisis de sensibilidad

Michael (2007). Es una técnica que muestra la proporción del valor presente neto que, en igualdad de condiciones cambiara frente a una modificación de una variable de entrada como venta.

Pérez (2008). El análisis de sensibilidad consiste en evaluar cómo se comporta la rentabilidad ante cambios en los valores de las variables que intervienen en su cálculo. En el ejemplo en estudio, el VAN depende de los valores que tomen las distintas variables de inversión, de financiación de proveedores y de la partidas de la cuenta de resultados. El método para hallar la sensibilidad del VAN a cada una de las variables consiste en recálculo manteniendo fijas todas las variables menos una, cuya incidencia quiere cuantificarse.

Eslava (2008). No todas las variables que intervienen en un proyecto influyen de la misma manera en el resultado final. La experiencia demuestra que en cada proyecto existe un determinado conjunto de variables que, dada su relevancia, a sus variaciones es muy sensible el resultado del proyecto de inversión.

2.1.7. Evaluación del impacto ambiental

Sapag (2008) Procedimientos asociados con dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionará la inversión, asociada con los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente.

Mankiw (2008). Un estudio de impacto ambiental es un conjunto de análisis técnico científicos, sistemáticos, interrelacionados entre sí, cuyo objetivo es la identificación, predicción y evaluación de los impactos significativos positivos y/o negativos, que pueden producir una o un conjunto de acciones de origen antrópico sobre el medio ambiente físico, biológico y humano.

2.2. Fundamentación legal

2.2.1. Código de Comercio

Artículo 1171.- No pueden dictarse otras providencias precautorias que las establecidas en este Código, y que exclusivamente consistirán en el arraigo de la persona en el caso de la frac. I del art. 1168, y en el secuestro de bienes en los casos de las fracs. II y III del mismo artículo.

Artículo 1175.- En el caso del artículo anterior, la providencia se reducirá a prevenir al demandado que no se ausente del lugar del juicio sin dejar representante legítimo, suficientemente instruido y expensado, para responder a las resultas del juicio.

Desde luego, la procedencia de dicha medida se basa en el hecho de tener temor (el demandante) de que el deudor se ausente u oculte, o bien, se tenga el temor de que el deudor dilapide, oculte u enajene sus bienes.

Dado que es bastante común que cuando un juez decreta el arraigo civil en contra de un deudor, este la incumpla, la ley penal establece sanciones para este caso, de tal forma que de un juicio de carácter civil.

El deudor puede afrontar un genuino malestar derivado del hecho de cometer ahora un ilícito al desobedecer un mandato de autoridad, y así tenemos que el Código Penal Federal establece:

Código Penal Federal

Título Sexto

Delitos Contra la Autoridad

2.2.2. Contenido de un contrato

A pesar de los múltiples formatos de contrato pre elaborados que se consiguen en el, mercado, teniendo en cuenta las leyes y normas de cada país creemos de utilidad y en beneficio de nuestros amables lectores indicar los contenidos mínimos en un contrato, que con ciertos niveles de flexibilidad y dependiendo

de casos específicos, pueden ser utilizados guía para el proceso de ejecución de cualquier proyecto.

2.2.3. Específicos generales

Aquí especifica el objeto del contrato y se hace una breve síntesis de los principales características del proyecto, tomadas de los términos de referencia o de la base de licitación

No resulta redundante y si de notable utilidad tratar de definir o describir algunos términos que deben tener un significado muy específico en el contexto, tales como: contratista, propietario, sede de la empresa, sitio de la obra, unidad de proceso, instalaciones auxiliares, fecha de inscripción de trabajo, vigencia del contrato.

2.2.4. Derecho a desarrollar la actividad económica

Según el Art. 15 de Capítulo tercero de la ley del trabajo dice que toda persona tiene derecho a desarrollar actividades económicas en forma individual o colectivo, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

2.2.5. Clausulas legales

Todo contrato debe definir la como se procederá en términos de arbitraje para atender circunstancias anómalas o no prevista, como fuerza mayor, terminación unilateral del contrato, suspensión temporal de obras etc.

2.2.6. Derechos de las personas usuarias y consumidoras

El Art.55 del capítulo tercero de la ley de trabajo de las personas usuarias y consumidoras dice que podrán construir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos y las representan y defiendan antes las autoridades judiciales o administrativas.

2.2.7. Las empresas según el marco jurídico

Empresas mercantiles: son aquellas que se constituyen para realizar actos de comercio y que previamente deben cumplir con solemnidades que exige el código de comercio y la ley de compañías, como son: escritura pública de constitución de la compañía; aprobación en la Superintendencia de Compañías; aprobación en la en la superintendencia de compañías ; deposito de un monto de dinero en una cuenta bancaria; inscripción en el Registro Mercantil; afiliación a unas de las cámaras; obtener RUC Y patente municipal.

2.2.8. Requisitos para el funcionamiento de una empresas civil

2.2.8.1. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros. Que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que

generan u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo para inscribirse es de TREINTA DIAS contados a partir de la constitución en el Ecuador

Los requisitos para inscribir una empresas son la cedula de identidad y papeleta de votación y llenar formulario.

Para las empresa se requiere la escritura de constitución de la compañía copia de la cedula y papel de votación del representante legal y llenar formulario.

La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya: 1) cambiado de actividad económica; 2) Cambio de domicilio; 3) Cesado su actividad; y 4) aumentado o disminuido el capital.

2.2.8.2. Patente Municipal

ES UN COMPROBANTE DE PAGO EMITIDO POR LA Administración zonal correspondiente por la cancelación anual de impuestos de patente municipales se grave a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial.

- Patente personas naturales
- Patente jurídica

2.2.8.3. Recomendación e Cuerpo de Bomberos

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que debe tener para evitar los mismos.

El cumplimiento de estas recomendaciones le da derecho al dueño del negocio a reclamar el seguro contra incendios, que es cancelado con todos los pagos de las planillas de energía eléctrica

2.2.9. Requisitos para abrir un negocio

Es necesario para poder tener en regla el negocio los siguientes permisos:

- Tener el RUC
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos
- Permiso del Ilustre Municipio del Cantón

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y métodos

3.1.1. Materiales

Equipos y materiales que se utilizaron en la investigación:

Descripción	Cantidad
Computadora Alquiler (Horas)	40
Impresiones	750
Empastados	2
Memory Flash	2
Internet (Horas)	70
CD	7
Copias	1.300
Lápiz	3
Cuadernos	2
Carpetas	10

3.1.2. Métodos

3.1.2.1. Inductivo

La aplicación de este método permitió realizar un estudio de los problemas particulares, es decir del proceso funcional, operativo y administrativo de la ferretería, información obtenida por medio de la observación, encuestas y entrevistas, para elaborar el proyecto.

3.1.2.2. Deductivo

Este método se lo aprovechó en el razonamiento necesario para obtener datos requeridos que partieron de los hechos generales aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, y cuya aplicación es de carácter general describir la problemática para la creación de la ferretería.

3.1.2.3. Analítico

Sirvió para realizar el análisis de manera sistemática de la oferta y demanda de los productos ferreteros para realizar las proyecciones y poder establecer los recursos necesarios durante la vida útil del proyecto.

3.1.2.4. Científico

Se aplicó varios pasos fijados en alcanzar conocimientos mediante instrumentos confiables, secuencia estándar de fórmulas que con su aplicación permitieron responder preguntas y cálculo, para obtener el conocimiento y resultados válidos de los encuestados y entrevistados, así como de los criterios de los diferentes autores citados.

3.1.2.5. Sistémico

Se utilizó este método porque es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos, es decir que el investigador sintetiza las superaciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa que sometió a prueba, para comprobar la hipótesis planteada en la presente investigación.

3.1.3. Tipos de investigación

3.1.3.1. Bibliográfica

Se consideró este tipo de investigación con el propósito de obtener los criterios a través de la expresión escrita por diferentes autores en libros, revistas, artículos científicos, entre otros, para fundamentar el problema e hipótesis planteada.

3.1.3.2. De Campo

La investigación se desarrolló en el sitio de la problemática identificada, cantón Quinsaloma, su micro localización de investigación es el área urbana, lo cual permitió una visión real del problema planteado con la finalidad de conocer el proceso de utilización y comercialización de los productos ferretero en el sector.

3.1.4. Fuentes

3.1.4.1. Primarias

La recolección de datos primarios se efectuó por: encuestas, observación y entrevistas que garantizaron veracidad y aplicabilidad al problema concreto, sobre el uso de los materiales ferreteros en el cantón Quinsaloma.

3.1.4.2. Secundarias

Punto de partida de la investigación, tiene la ventaja de fácil consulta, se refiere a la información que se obtuvo en lo relacionado con el trabajo de investigación, entre las cuales se puede mencionar la recopilación de datos a través de textos, folletos, revistas e internet que sustentan el trabajo de investigación.

3.1.5. Técnicas e instrumento de evaluación

3.1.5.1. Observación

El apoyo de la información que se obtuvo a través de las visitas realizadas a los habitantes de la ciudad de Quinsaloma; para determinar el efecto que produce el no contar con una empresa que ofrezca los servicios y productos ferretero adecuado fue fundamental, y para ello se elaboró una ficha de observación como instrumento de recolección de datos.

3.1.5.2. Encuestas

Para conocer el criterio de la población se aplicó un cuestionario que permitió determinar la oferta y demanda de los productos ferreteros en el cantón Quinsaloma.

3.1.5.3. Entrevista

Se aplicó esta técnica al propietario de la ferretería Domínguez para conocer el sistema de operación, estructura organizativa ente otros aspectos importantes para la creación de la sucursal en el cantón Quinsaloma.

3.1.6. Población y muestra

3.1.6.1. Población

La población objetivo de la investigación la forman 6.283 habitantes de la Población Económicamente Activa del cantón Quinsaloma, según el INEC 2010.

3.1.6.2. Muestra

Para determinar el tamaño se consideró el muestreo probabilístico aleatorio simple, esta técnica permitió generalizar los resultados que se obtuvo a partir de una muestra hacia toda la población.

Para determinar el tamaño de la muestra se consideró la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= muestra

N = Universo objetivo 6283

Z = Nivel de confianza 1,96%

e = Margen de error 5%

p= Probabilidad de ocurrencia del evento 50%

q = Probabilidad de no ocurrencia 50%

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 6283}{0,05^2 (6283 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,50 \times 0,50 \times 6.283}{0,0025(6282) + 3,8416 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 1570,75}{15,705 + 0,9604}$$

$$n = \frac{6034,1932}{17,6258} = 342,35$$

N= 342 personas

Para determinar la demanda se consideró una muestra de 342 personas del cantón Quinsaloma y 4 propietarios de locales donde venden productos ferreteros para conocer la oferta de los productos.

3.1.7. Procedimiento metodológico

3.1.7.1. Análisis de mercado

- Para determinar la oferta para crear la sucursal de la ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma, se realizó una investigación sobre las características de los servicios y productos que oferta la competencia.

- Para determinar la demanda se encuestó a la población en estudio de la localidad, de quienes se adquieren criterios sobre los servicios y productos que desearían, precios, horarios de atención entre otros.

3.1.7.2. Análisis técnico

- El tamaño del proyecto se determinó por la capacidad física o real de las instalaciones, durante un periodo de operación normal, de la cual se determinó el dimensionamiento, además se inicia con la elaboración de un diagrama de flujo de proceso.
- Localización, estará ubicada la sucursal de la Ferretería Domínguez en cantón Quinsaloma, de acuerdo a la información obtenida en las encuestas.
- Para la adecuación del local comercial de las diferentes áreas se diseñará con la ayuda de un arquitecto o profesional del área.
- La estructura organizacional será definida de acuerdo a las sugerencias y recomendaciones técnicas, misma que tienen distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización, luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

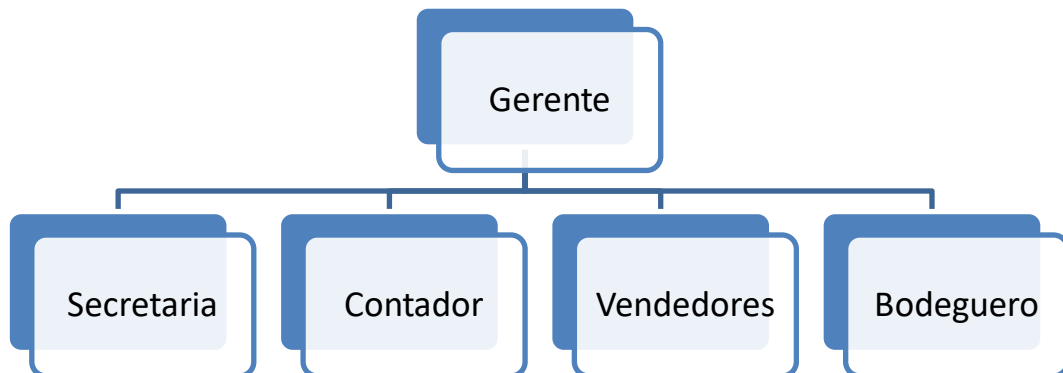


Figura 1. Modelo de una estructura organizacional

3.1.7.3. Análisis económico

Para realizar el análisis económico del proyecto y la proyección se apoyó en la información primaria obtenida de las encuestas y entrevistas, de donde se obtuvo los parámetros de oferta, demanda, comercialización y precios.

Los costos se proyectaron en base a los resultados obtenidos de la investigación de mercado e información secundaria.

Los ingresos de las ventas y egresos de los gastos generados por la operaciones propia del negocio fue determinado y proyectados para los 5 años de vida útil de proyecto, lo cual permitió establecer el punto de equilibrio.

Para determinar los costos fijos, variables y el costo total y unitario por servicio se empleó la siguiente fórmula

$$CT = CF + CV$$

Donde:

CT = Coto Total

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

- **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se estableció considerando los costos fijos, costos variables e ingreso total, aplicando la siguiente fórmula.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos totales}}}$$

- **Depreciación**

Para realizar la depreciación de la propiedad planta y quipo fue necesario aplicar la fórmula de línea recta.

$$Da = \frac{V.a}{V.u}$$

Por despeje y reemplazó se puede aplicar la siguiente ecuación:

$$Vr = \frac{Va - Da}{n}$$

Donde:

Va = Valor actual

Vu = Vida útil

Vr = Valor residual

Da = Depreciación acumulada

- **Estado de resultado**

El estado de resultado, se estableció en base a los costos de producción y los ingresos por venta de los productos para determinar la utilidad neta.

NOMBRE DE LA EMPRESA NN
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 20XX

(+) Ingresos Netos

(-) Costos de producción

(=) Utilidad bruta en ventas

Gastos de Administración

- (-) Sueldo administrativo
- (-) Útiles de oficina utilizada
- (-) Gastos de teléfono

Gastos Financieros

- (-) Interés

(=) Utilidad Neta en operaciones

- (-) Reparto de Utilidades a trabajadores (15%)

(=) Utilidad antes del Impuesto a la Renta

- (-) Impuesto a la Renta a Utilidades

(=) Utilidad Neta

Fuente: Zapata 2011

- **Estado financiero**

El Balance General conocido también como Estado de Situación Financiera, Estado de Recursos y Obligaciones, Estado de Activos Pasivos y Patrimonio es un documento que muestra la situación financiera de la empresa en una fecha determinada. También se dice que es una relación detallada del Activo, Pasivo y Patrimonio en una fecha determinada y el esquema que se utilizó en el desarrollo del proyecto es el siguiente:

NOMBRE DE LA EMPRESA NN
ESTADO FINANCIERO
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 20XX

ACTIVO

CORRIENTE

Bancos

Cuentas por cobrar

NO CORRIENTES

Instalación

- Depreciación de Instalación

Maquinaria y equipo

- Depreciación de Maquinaria y equipo

Muebles y enseres

- Depreciación de Muebles y enseres

TOTAL DE ACTIVOS

PASIVOS

A CORTO PLAZO

Cuentas por pagar

PATRIMONIO

Capital

Pérdidas y Ganancias

TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO

Fuente: Zapata 2011

3.1.7.4. Análisis financiero

Con la utilización de la fórmula del VAN (Valor Actual Neto), se logró determinar la rentabilidad en función del financiamiento.

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \dots + \frac{E}{(1+i)^n} + VR$$

Donde:

VAN = Valor actual neto

FNE = Flujo neto de efectivo

I = Inversión

n = Número de años

Í = Tasa de interés

VR = Valor residual

Para determinar la rentabilidad (TIR) en función de porcentaje, se manejó con la siguiente fórmula:

$$TIR - T_m + (T_m - T_m) \left[\frac{(Vanm)}{(Vanm - VANM)} \right]$$

Donde:

TÍR = Tasa interna de retorno

Tm = Tasa menor

TM = Tasa mayor o tasa superior

Vanm = Valor actual neto menor

VANM = Valor actual neto mayor

Para determinar la rentabilidad del proyecto se utilizó la relación beneficio/ costo mediante la siguiente fórmula:

Relación Beneficio Costo (R B/C).

$$RB/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{BNt}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{Ct}{(1+i)^n} + lo} = \frac{VAN \text{ Ingresos}}{VAN \text{ Egresos}}$$

Donde:

BN t = Beneficio neto hasta el año t

C t = Costos totales hasta el año t

t = Intervalo de tiempo (1, 2, 3,...n)

n = Último año de vida útil del proyecto

lo = Inversión del año cero

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Análisis de las encuestas aplicadas a la población del cantón Quinsaloma

4.1.1.1. Materiales de ferretería que más se compra

Según la encuesta realizada a la población de Quinsaloma el 62,57%, son los materiales de construcción que más se compra, mientras que el 18,42% herramientas, el 14,04% materiales eléctricos y en menor porcentaje limpieza 4,09% y 0,88% otros, figura 2.

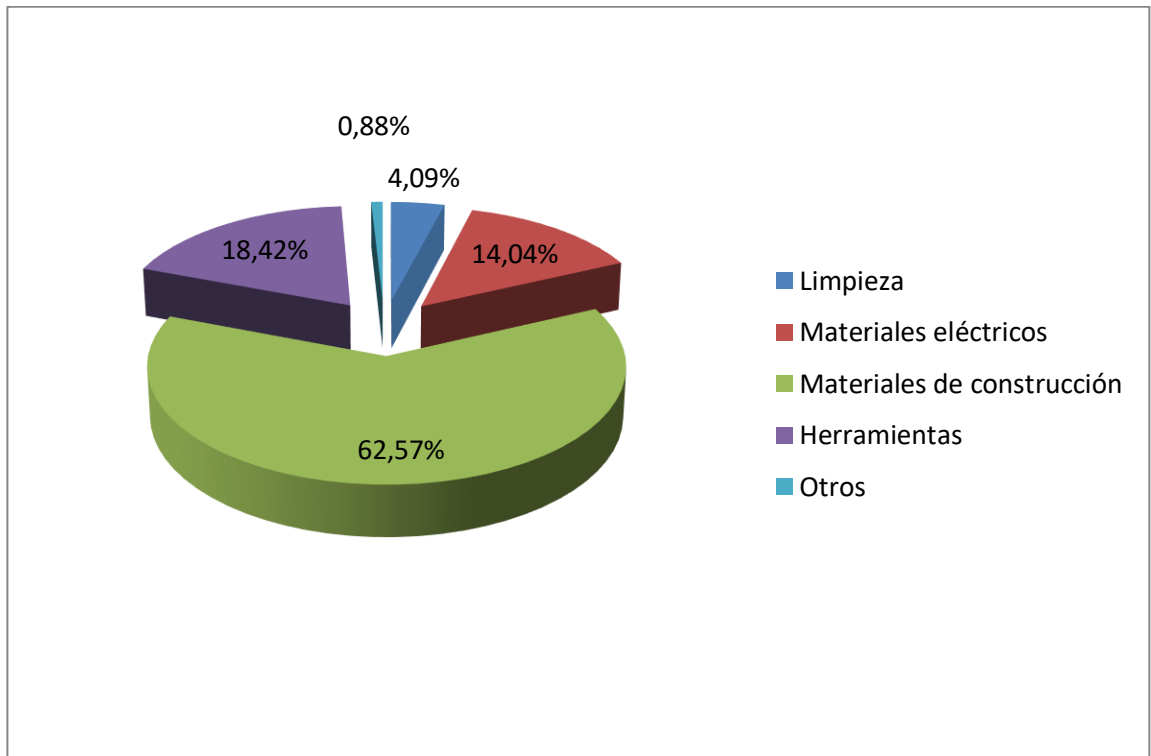


Figura 2. Materiales de ferretería que más se compra.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.2. Frecuencia con la compra los productos ferreteros

De acuerdo a la encuesta realizada a los habitantes de Quinsaloma con el 22,73% realiza la compra de productos ferreteros lo hace quincenal, el 47,93% semanal, con el 21,90% rara vez y con el 7,44% realizan las compras diariamente, figura 3.

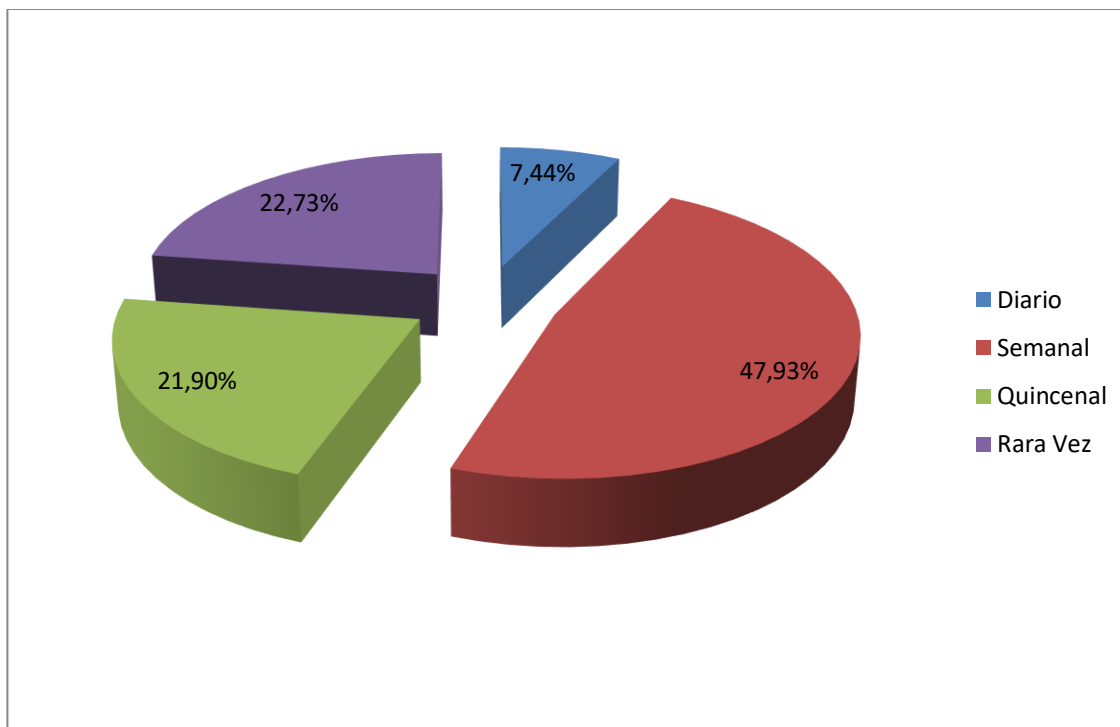


Figura 3. Con qué frecuencia realiza la compra de los productos ferreteros.

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.3. Preferencia para realizar las compras de los productos ferreteros

El 31,29% de los encuestados prefiere los días domingos para realizar sus compras de los productos ferreteros, sábados con el 24,27%, lunes con el 21,64%, viernes el 11,11% y en menor porcentaje los días miércoles, martes y jueves, figura 4.

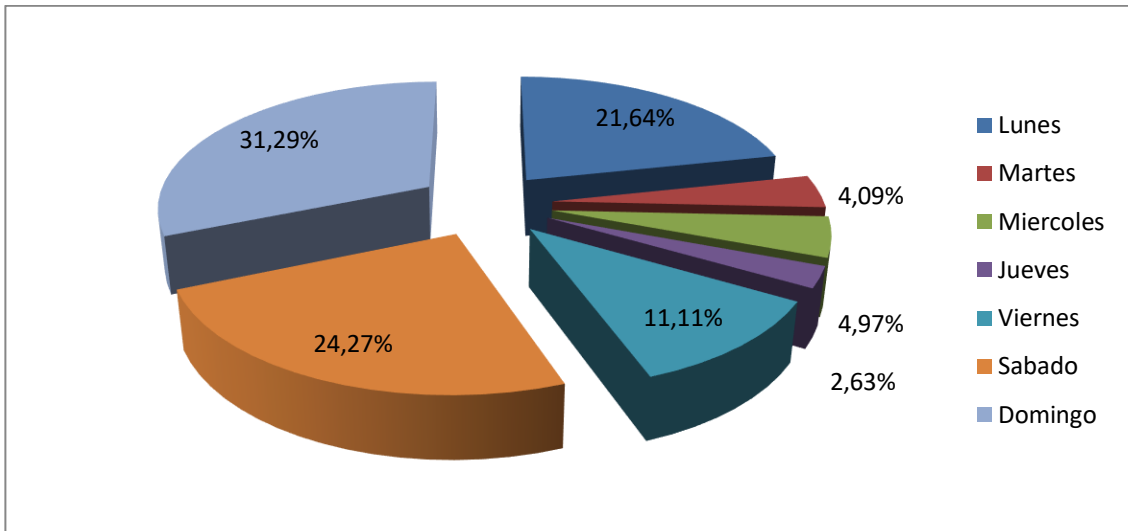


Figura 4. Días que prefieren para realizar las compras de los productos ferreteros.

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.4. Forma de pago las compras

Según la figura 5, el 83,04% de los encuestados cancelan las compras en la ferretería al contado, el 14,04% paga a crédito y el 2,92% otro.

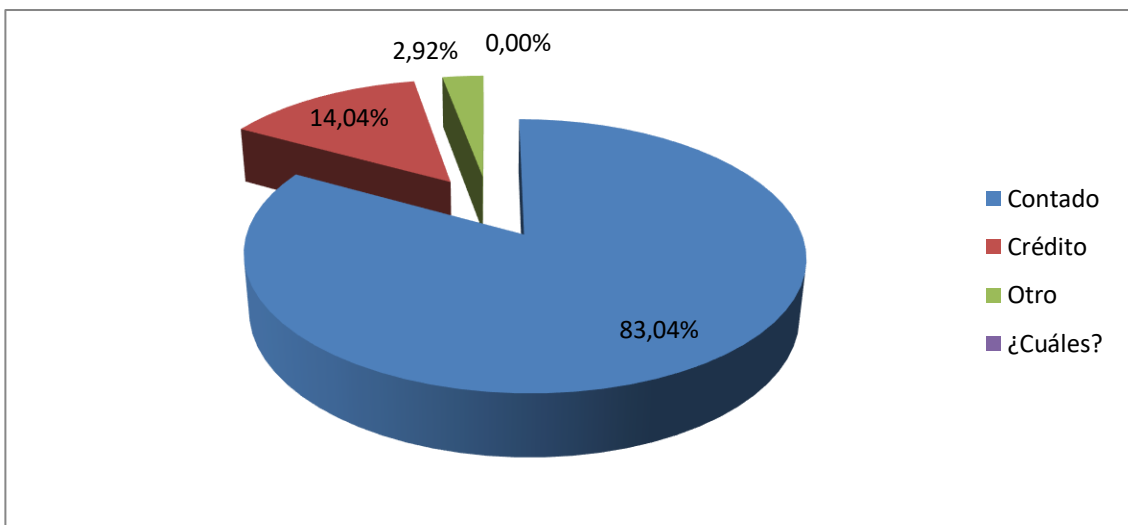


Figura 5. Forma de cancelar las compras en la ferretería.

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.5. Promedio que invierte en las compras de productos

De acuerdo a la figura 6. El 12,57 % de la ciudadanía del cantón Quinsaloma, invierte en las compras de productos ferreteros \$31 o más, el 14,91% invierte de \$21- \$30, mientras que el 13,45% invierte de \$ 11 a \$ 20 y de la misma manera invierte 59.06% de \$1 a \$10 en sus compras de productos.

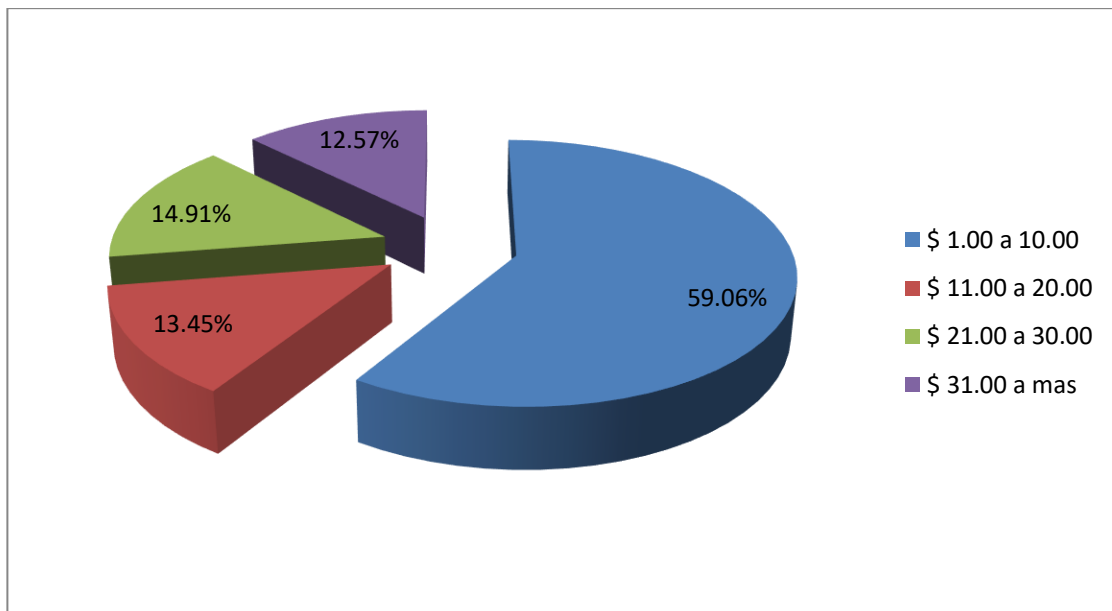


Figura 6. Promedio que invierte en las compras de productos ferreteros.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.6. Que más observa al comprar un producto

La mayoría con un 85,09% de los encuestados al momento de adquirir un producto lo que más observan es la calidad, y con el 14,91% observa el precio del producto.

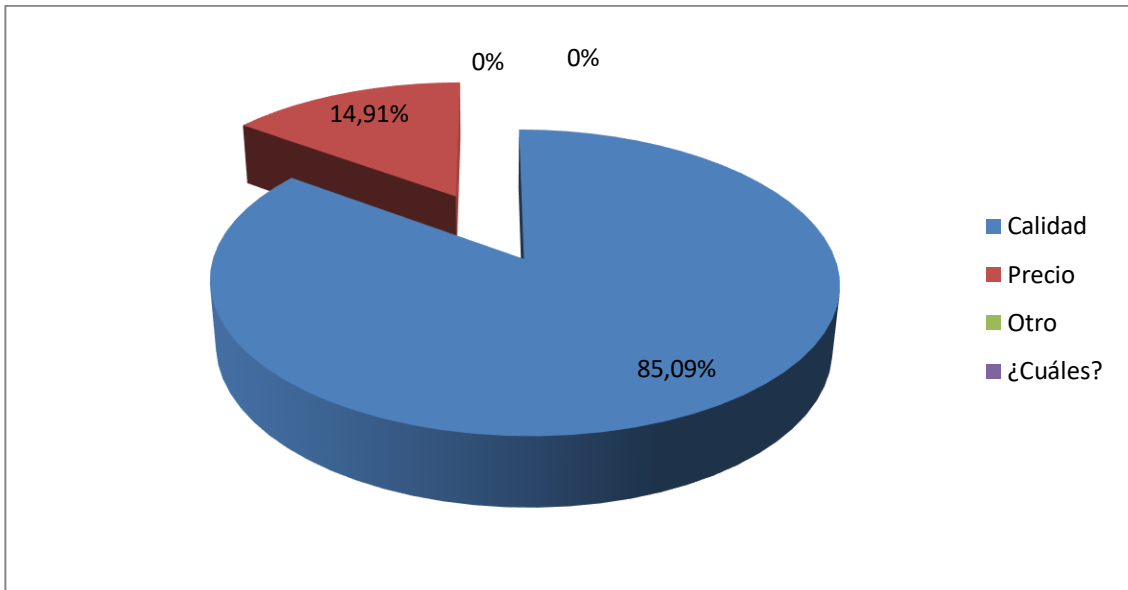


Figura 7. Al momento de adquirir un producto que es lo que más observa

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.7. Procedencia de los productos ferreteros

Con un 60,83% de la población prefieren los productos ferreteros por su procedencia nacional, mientras que un 39,17% los productos extranjeros.

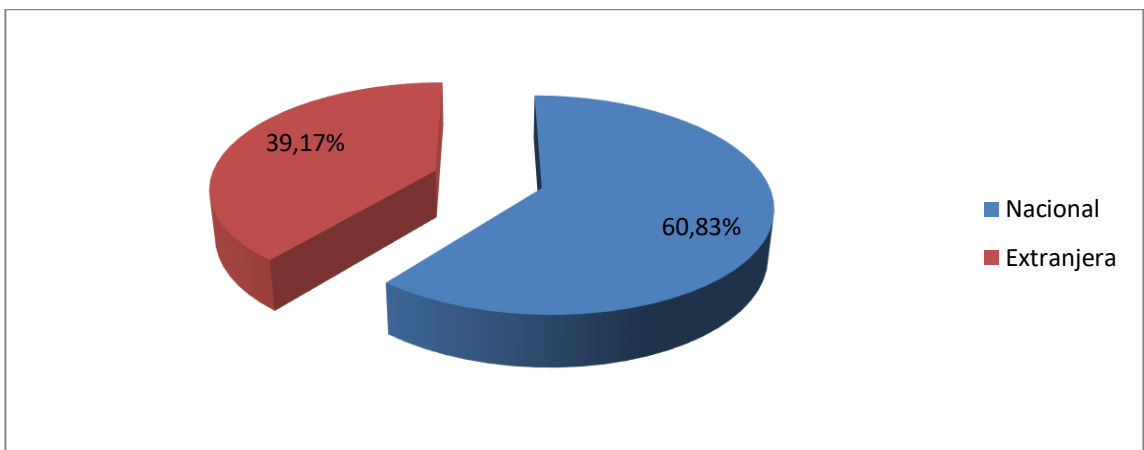


Figura 8. Procedencia de los productos ferreteros.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.8.- Lugar donde realiza la compra de los productos ferreteros

La población encuestada con el 59,94% realiza la compra de los productos ferreteros en la Ferretería Lisbeth, mientras que un 30,99% en la Ferretería Carrillo y en menor porcentaje con el 4,97 y 4,09% en Ferretería Trujillo y Ferretería Dianita respectivamente.

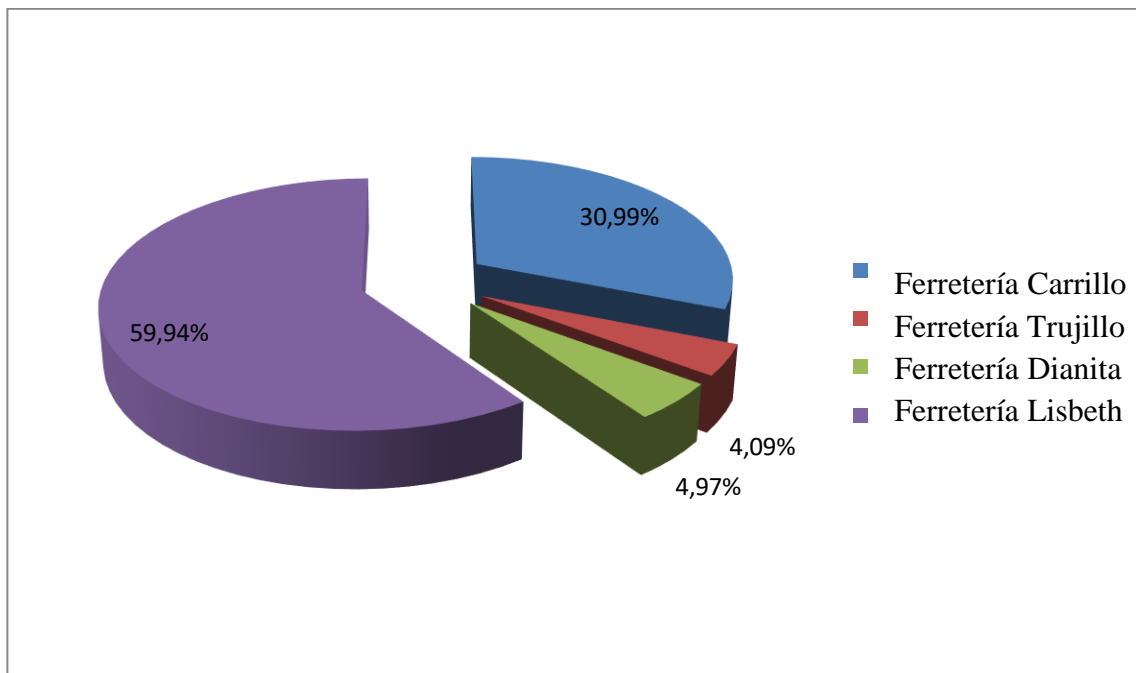


Figura 9. Lugar dónde realiza la compra de los productos ferreteros

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.9.- Calificación de la atención que le brindan las ferreterías

De acuerdo a la encuesta realizada a la ciudadanía con un 67,54% califica la atención que les brindan las ferreterías como Buena, el 26,61% Muy buena y en menor porcentaje con el 3,22% excelente y regular, Mala 2,63% respectivamente.

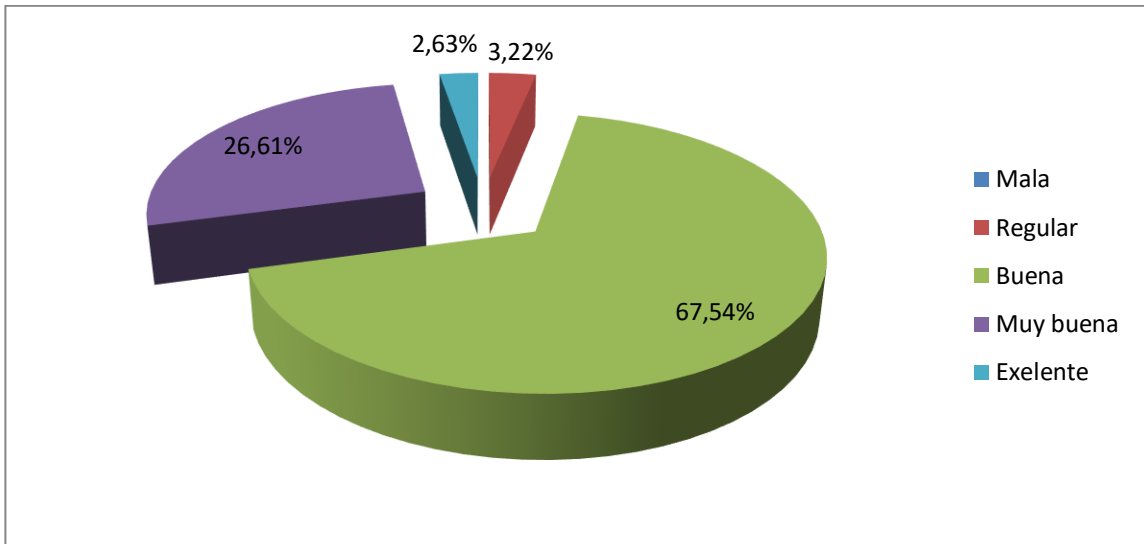


Figura 10. Califica la atención que le brindan las ferreterías.

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.10.- Razón porque compra en esa ferretería

Manifiesta la mayoría de los encuestados con el 48,25% que la razón por la que compra en la ferretería es por los precios, el 26,61% por la atención, 22,51% la razón es el lugar y con el 2,63% otro.

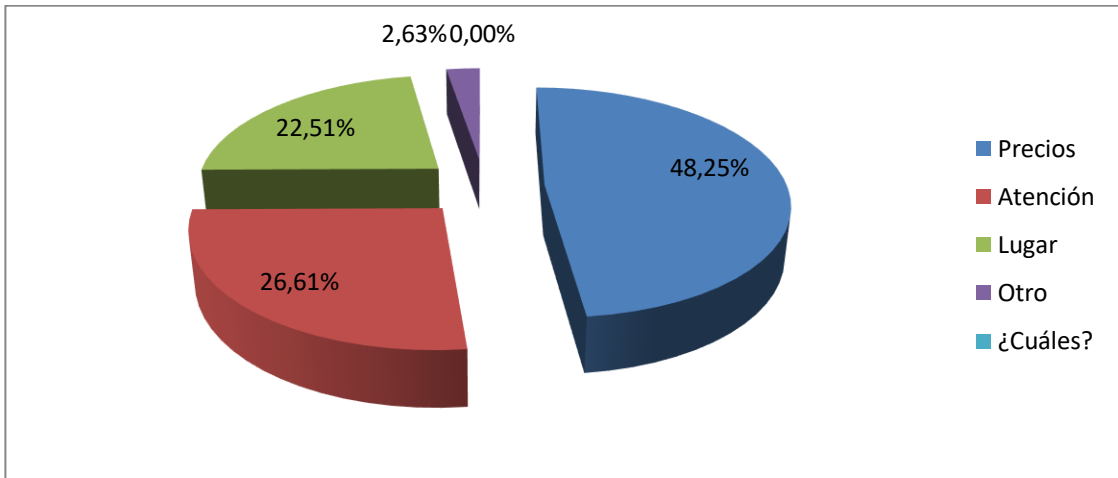


Figura 11. La razón por la que compra en la ferretería

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.11.- Inconvenientes que se presentan al momento de su compra

De acuerdo a la encuesta en la figura 11. Con el 54,09% los inconvenientes que se presentan al momento de su compra Ninguno, el 22,51% la distancia seria el inconveniente con un 18,42% el transporte y por último con un 4,97% la atención al cliente.

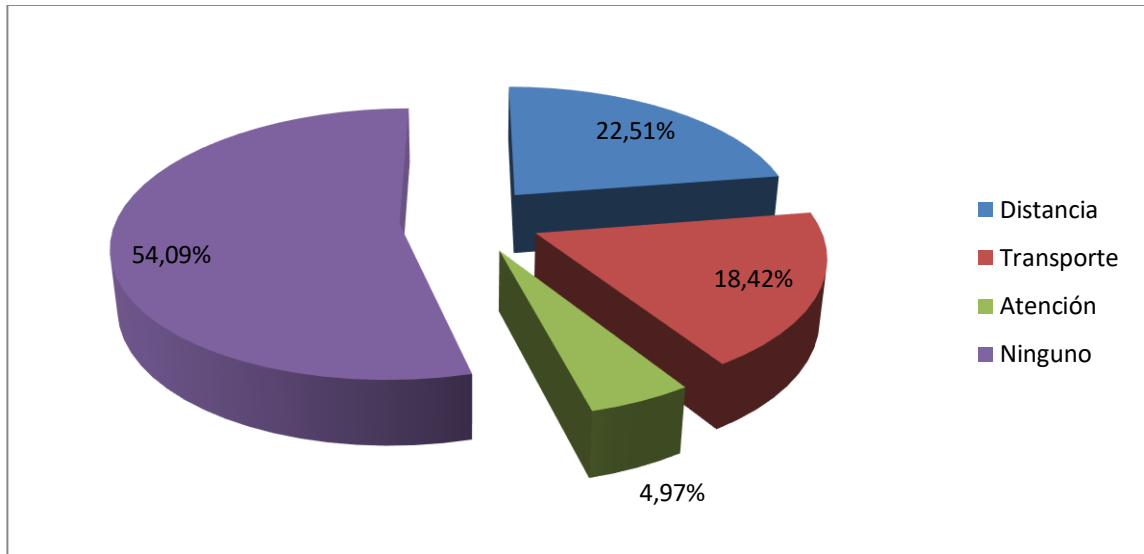


Figura 12. Los inconvenientes que se presentan al momento de su compra.

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.12. Crear una sucursal en la ferretería del cantón Quinsaloma

Con el 97,37% la mayoría de las personas encuestadas Si les gustaría que se cree una sucursal en la ferretería Domínguez del cantón Quinsaloma y el 2,63% No están de acuerdo.

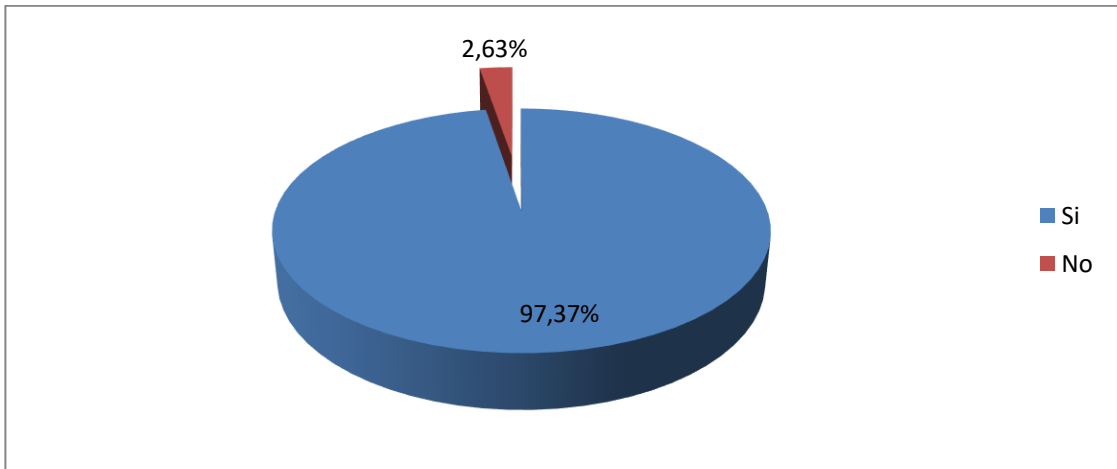


Figura 13. Le gustaría que se implemente una sucursal en la ferretería del cantón Quinsaloma.

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.13.- Lugar donde debe estar ubicada la sucursal de la ferretería

Según la figura 14, el 51,46% considera que debe estar ubicada la sucursal de la ferretería Domínguez en la avenida principal, el 40,94% en el centro de la ciudad, 6,73% otros y un mínimo con el 0,88% en centros comerciales.

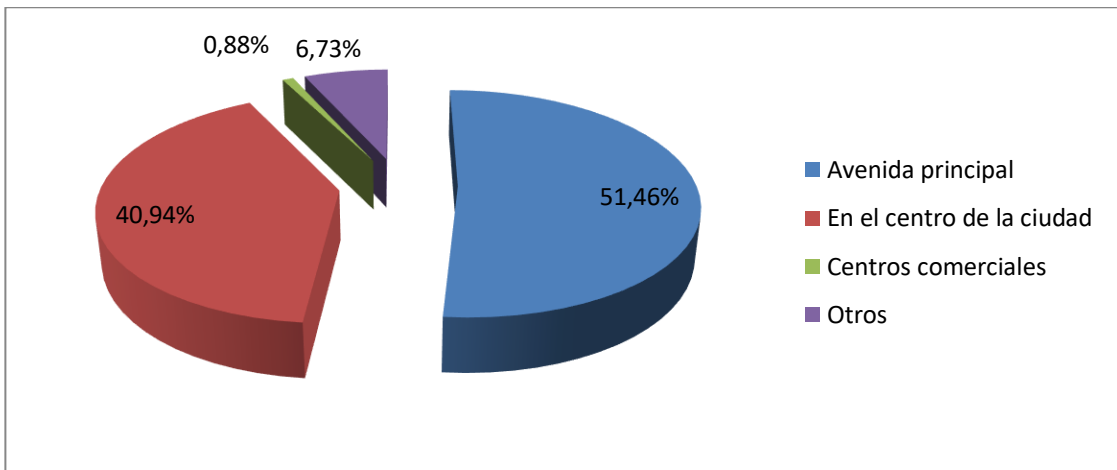


Figura 14. Lugar donde debe estar ubicada la sucursal de la ferretería.

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mayra Coello

4.1.1.14.- Ingreso económico mensual

La mayoría de las personas encuestadas con un 46.78% el ingreso económico mensual es más de \$ 300, el 32.46% oscila entre \$ 201 y \$ 300 mensuales con el 17.54% de \$101 a \$ 200 dólares mensuales y el 3.22% su ingreso es de \$ 1 a \$ 100 dólares mensuales.

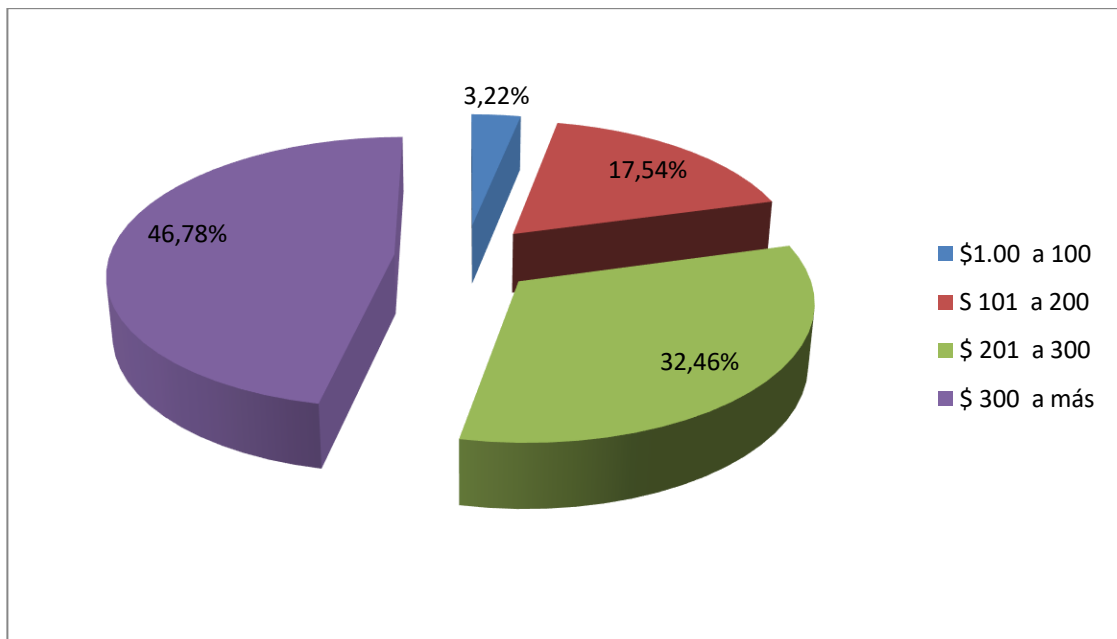


Figura 15. Ingreso económico mensual

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Mayra Coello

4.1.2. Estudio de mercado

De acuerdo al estudio de mercado se determinó la oferta y la demanda de los productos ferretero en el cantón Quinsaloma, mediante la recopilación de información a través de la aplicación de encuestas y entrevistas, es decir investigación de campo a los consumidores y ofertantes, para el análisis de la demanda y oferta respectivo.

4.1.2.1. Análisis de las entrevistas realizadas a los señores ofertantes

Los microempresarios que ofertan productos ferreteros en el cantón Quinsaloma, son cuatro, para su análisis fue necesario categorizarlos por ferretería a) Ferretería Lisbeth b) Ferretería Carrillo, c) Ferretería Dianita, d) Ferretería Trujillo.

Cuadro 1. Análisis de las entrevistas a los señores ferreteros

Preguntas	Respuestas	Conclusiones
1.- ¿Cuál es el horario de atención de la ferretería?	a) 8 am a 19 pm b) 8 am a 19 pm c) 8 am a 19 pm c) 8 am a 19 pm	El 100% de los empresarios ferreteros abren sus puertas para atender al público en horario de 8 am a 19 pm.
2.- ¿Qué días de la semana se atiende en la ferretería?	a) Lunes a Domingo b) Lunes a Domingo c) Lunes a Domingo c) Lunes a Domingo	Se aprecia que el 100% de los encuestados indicaron que los días de atención en las empresas que ofrecen productos ferreteros son de lunes a domingo.
3.- ¿El local donde funciona la ferretería es?	a) Propios b) Propio c) Arrendado c) Propio	El local donde funcionan las empresas ferreteras es propio con el 75,00% y alquilado representa el 25,00%.
4.- ¿Cuál es el número de empleados que tiene la ferretería?	a) 1-5 b) 1-2 c) 1-5 c) 1-3	Las empresas ferreteras en un 50% tiene de 1 a 5 empleados, esto se debe porque son microempresas, mismas que tiene menos de diez empleados como lo indican los estudios relacionados.

5.- Los proveedores son a nivel:	a) Regional b) Nacional c) Nacional c) Nacional	El 75,00% de los microempresarios ferreteros encuestados realizan sus compras a proveedores nacionales y el 25,00% regional.
6.- ¿Cuáles son los días de mayor demanda en la ferretería?	a) Sábado b) Sábado c) Lunes c) Sábado	El 75,00% de las compras de los productos ferreteros la realizan los días sábados, seguido por el 25,00% los días lunes.
7.- ¿Cuál es el monto mensual en dólares que generan las ventas en su ferretería?	a) 5.000 y 10.000 b) 5.000 y 10.000 c) 10.000 y 15.000 c) 5.000 y 10.000	El 75% tienen un ingreso bruto por las ventas de productos ferreteros entre 5.000 y 10.000 dólares mensuales.
8.- ¿Cuál es el sistema de venta en la ferretería?	a) Efectivo b) Efectivo c) Efectivo c) Efectivo	Todos los ferreteros encuestados señalaron que sus ventas las realizan en efectivo, ya que de esta manera garantizan sus ventas.
9.- ¿Cuál es la forma de pago a los proveedores de la ferretería?	a) Contado b) Crédito c) Crédito c) Efectivo	Se aprecia que los ferreteros realizan sus compras de mercadería al contado en un 50,00% y la diferencia a crédito, ya sea a 30, 60 ó 90 días plazo con respaldo de cheques.
10.- ¿Está satisfecho con la calidad de los productos que ofrecen los proveedores?	a) Si b) Si c) Si c) Si	Se observa que el 100% de los microempresarios ferreteros encuestados indicaron que están satisfechos con los productos que ofrecen los proveedores, ya que cuentan con sistemas de garantía cuando se

		presentan desperfectos en la mercadería.
11.- ¿Cuenta la ferretería con una amplia gama de productos ferreteros?	a) Si b) Si c) Si c) No	El 75,00% de los microempresarios cuentan con una amplia gama de productos ferreteros y el 25,00% lo tienen de manera limitada, esto se debe por el alto valor de capital de operación que hay que tener para operar,
12.- ¿Cuáles son los productos ferretero de mayor venta?	a) Construcción b) Construcción c) Eléctricos c) Herramientas	El 50,00% de los microempresarios encuestados señalaron que los productos ferreteros de mayor demanda son los de construcción, seguido por los materiales eléctricos y herramientas con el 25,00%, respectivamente.
13.- ¿Dónde adquiere Ud. su mercadería para la ferretería?	a) Guayaquil b) Quito c) Sto. Domingo c) Guayaquil	Se aprecia que el 50,00% de los microempresarios el lugar donde adquieren la mercadería para su ferretería es el Guayaquil seguido con el 25,00% en Quito y otras ciudades como Santo Domingo, respectivamente
14.- ¿Cuál es el sistema de compra de los productos ferreteros?	a) Distribuidores b) Distribuidores c) Catálogos – Distribuidores c) Distribuidores	El sistema de compra de los productos ferreteros es a través de los distribuidores con el 75,00%, seguido con el 25,00% por medio de

		catálogos.
15.- ¿Cuántos años tiene ofreciendo los productos ferreteros en el cantón?	a) 1 a 2 b) 3 a 5 c) 3 a 5 c) más de 5	El 50,00% de los microempresarios ferreteros tienen 3 a 5 años de experiencia y con menor experiencia en un 25,00% de 1 a 2 años y más de 5 años respectivamente.
16. ¿Cuántos clientes considera Ud. que atiende semanalmente?	a) 600 b) 510 c) 360 c) 390	El número de clientes varía en cada uno de los establecimientos que ofrecen productos ferreteros?

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mayra Coello

En base al conocimiento obtenido tras la visita y entrevistas a las ferreterías en Quinsaloma, se concluye que la oferta actual en los negocios que venden productos ferreteros, localizados como principales competidores suma un total de 89280 clientes atendidos al año que representa la oferta aparente.

Cuadro 2. Determinación de la oferta actual de clientes según el estudio de mercado para la creación de una sucursal de ferretería Dominguez en Quinsaloma.

Ferreterías	Nº de clientes		
	Semanal	Mensual	Anual
Ferretería Lisbeth	600	2400	28800
Ferretería Carrillo	510	2040	24480
Ferretería Dianita	360	1440	17280
Ferretería Trujillo	390	1560	18720
Total	1860	7440	89280

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Mayra Coello

Como se aprecia en el cuadro 3 para obtener la serie histórica de ventas de productos ferreteros en los almacenes en el cantón Quinsaloma, se han tomado datos estadísticos de dos años obtenidos de las entrevistas a los

empresarios, considerando que los habitantes realizan la compra de estos bienes y servicios una vez por semana, para la proyección se consideró un crecimiento poblacional del 1.21% anual según el INEC 2010.

Cuadro 3. Serie histórica de venta de productos ferreteros de acuerdo a la población.

	x Años	y Clientes	x²	xy
2010	1	89.280,00	1	89.280,00
2011	2	90.360,29	4	180.720,58
Σ	3	179.640,29	5	270.000,58
X	1,50	89.820,14	2,50	135.000,29

Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: La autora

$$b = \frac{\sum xy - ((\sum x)(\sum y))/n}{\sum x^2 - ((\sum x)^2)/n}$$

$$a = \overline{Y} - b \overline{X}$$

$$b = \frac{540,14}{0,50}$$

$$a = 88.199,71$$

$$b = 1.080,29$$

4.1.2.2. Proyección de la oferta

En el cuadro 4, se observa la proyección de la oferta, para ello se utilizó la fórmula de regresión lineal, para lo cual fue necesario calcular los valores de a) y b) para luego multiplicar para el número de año, tal como se presenta a continuación.

Cuadro 4. Proyección de la oferta de productos ferreteros.

Años	x Años	Y = a + bx
2013	4	92.520,86
2014	5	93.601,15
2015	6	94.681,44
2016	7	95.761,73
2017	8	96.842,02

Elaboración: La autora

4.1.2.3. Análisis de la demanda

Los resultados del censo de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para el año 2010 de la ciudad determinan que la población total económicamente activa es de 6.283 habitantes del cantón Quinsaloma con un crecimiento del 1,21% anual. De acuerdo a la encuesta realizada a la ciudadanía de Quinsaloma con el 47.93% realiza la compra 1 vez por semanal de productos ferreteros, que si multiplicamos 6283 clientes por 4 semanas y por 12 meses del año representa 301.584 clientes que demanda de los productos al año, figura 2.

Cuadro 5. Análisis de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA.

	x Años	y Clientes	x²	xy
2010	1	301.584	1	301.584,00
2011	2	305.233	4	610.466,33
Σ	3	606.817	5	912.050,33
X	1,50	303.409	2,50	456.025,17

Fuente: Datos del INEC 2010.

Elaboración: El autor

4.1.2.4. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó la fórmula de regresión lineal, para lo cual fue necesario calcular los valores de a) y b) para luego multiplicar para el número de año, se inicia con año 4 porque el 2012 es año cero para el proyecto tal como se presenta a continuación, Cuadro 6.

$$b = \frac{\sum xy - ((\sum x)(\sum y))/n}{\sum x^2 - ((\sum x)^2)/n}$$

$$b = \frac{1.824,58}{0,50}$$

$$b = 3.649,17$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

$$a = 297.934,83$$

Cuadro 6. Proyección de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA.

Años	x Años	Y = a + bx Población
2013	4	312.531,50
2014	5	316.180,67
2015	6	319.829,83
2016	7	323.479,00
2017	8	327.128,16

Fuente: Datos del INEC 2010.

Elaboración: El autor

4.1.2.5. Demanda insatisfecha

Luego de determinar la demanda y oferta futura se calculo la demanda insatisfecha, restando la oferta de la demanda de los próximos cinco años, la misma que se refleja en los valores negativos, como se puede apreciar en el Cuadro 5.

Cuadro 7. Demanda insatisfecha de los productos ferreteros.

Años	Oferta Futura	Demanda Futura	Demanda Insatisfecha Futura
2013	92.520,86	312.531,50	-220.011
2014	93.601,15	316.180,67	-222.580
2015	94.681,44	319.829,83	-225.148
2016	95.761,73	323.479,00	-227.717
2017	96.842,02	327.128,16	-230.286

Fuente: Datos del INEC 2010 proyectados.

Elaboración: La autora

El aporte del proyecto será del 10% anual del total de la demanda insatisfecha, considerando ventas promedios de 5.5 dólares por cliente.

Cuadro 8. Tamaño del proyecto.

AÑOS	OFERTA FUTURA	DEMANDA FUTURA	DEMANDA	TAMAÑO	PORCENTAJE %
			INSATISFECHA FUTURA		
2013	92.520,86	312.531,50	-220.011	21.383	-10%
2014	93.601,15	316.180,67	-222.580	22.451	-10%
2015	94.681,44	319.829,83	-225.148	23.349	-10%
2016	95.761,73	323.479,00	-227.717	24.283	-11%
2017	96.842,02	327.128,16	-230.286	25.254	-11%

Fuente: Datos del INEC 2010 proyectados.

Elaboración: La autora

4.1.2.6. Análisis de precios

Según los datos obtenidos por los proveedores se detallan los precios mismos que están determinados en base al costo del producto y al margen de utilidad. Además para este proyecto se entrevistó a propietario de ferreterías para verificar el precio, el margen fluctúa entre el \$ 5 según la línea de productos Cuadro 9 y anexo.

Cuadro 9. Precio de las líneas de productos que se venderán en USD.

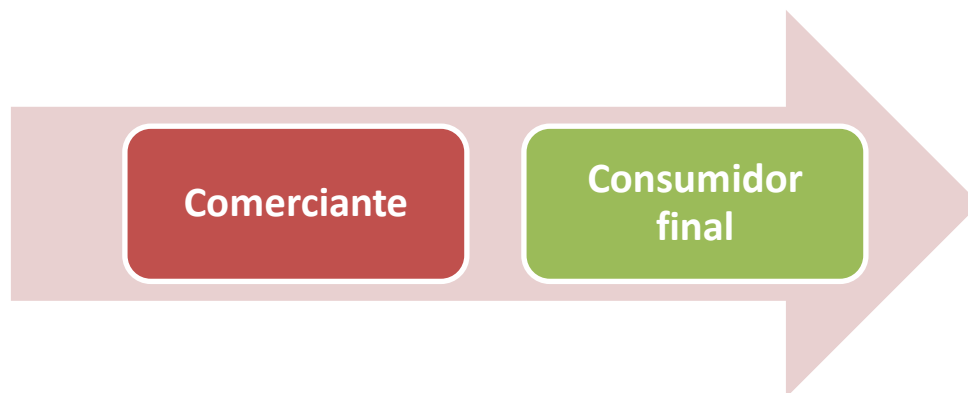
Producto	Costo unitario	Precio de venta al público
Línea abrazaderas	1,42	1,68
Línea agarraderas	2,38	2,89
Línea anzuelos	0,05	0,07
Línea aldabas	0,37	0,42
Línea flex	0,28	0,52
Línea eléctrico	2,8	3,38
Herramientas	98	120
General ferretería	23	26
Línea balanzas	16,2	19,4
Línea bisagras	0,5	1,1
Línea brocas	2,3	3,1
Línea brochas	4,2	6,5
Línea candados	6,7	9,2
Línea grifería	37	39,2
Línea general	23,4	27,8
Línea chapas	13,2	15,4
Línea clavos	43	49,2
Destornilladores	2,1	4,8
Línea galvanizados	2,6	3,6
Línea p v c	2,2	3,2
Línea pintura	9,4	13
Línea pegamentos	1,7	2,8

Fuente: Proveedores (2011)

Elaboración: El autor

4.1.2.7. Canales de distribución

El canal de distribución de los productos ferreteros será mediante la comercialización directa es decir como se lo muestra en la siguiente figura.



4.1.2.8. Comercialización

La comercialización de los productos se lo realizará mediante la venta directa, para ello se dispondrá de un local comercial de venta al público, aplicando las estrategias del marketing.

4.1.2.9. Promoción

Por inauguración del local comercial y de acuerdo a las fechas se promocionará líneas de productos de diferentes marcas y procedencia.

4.1.2.10. Publicidad

Para incrementar las ventas y captar el mercado en radio y prensa escrita para dar a conocer la sucursal ferretera en el cantón Quinsaloma y lugares aledaños, valor que asciende a \$2.700,00 anuales.

Cuadro 10. Detalle de gastos publicitarios

Emisora	Cuñas diarias	Meses	Total cuñas	Valor mes	Valor total
Radio	2	12	60	180,00	2.160,00
Diario	1/4 pág.	6	6	90,00	540,00
Inversión total en publicidad				270,00	\$2.700,00

Fuente: Proveedores (2011)

Elaboración: El autor

4.1.3. Estudio técnico

4.1.3.1. Macrolocalización

La ferretería estará ubicada en el cantón Quinsaloma, provincia de Los Ríos.



Figura 16. Mapa del cantón Quinsaloma

4.1.3.2. Microlocalización

Mediante la encuesta realizada se determinó que la población considera que la empresa ferretera debe funcionar en el centro de la ciudad, por cuanto se dispone de todos los servicios necesarios para su normal funcionamiento.

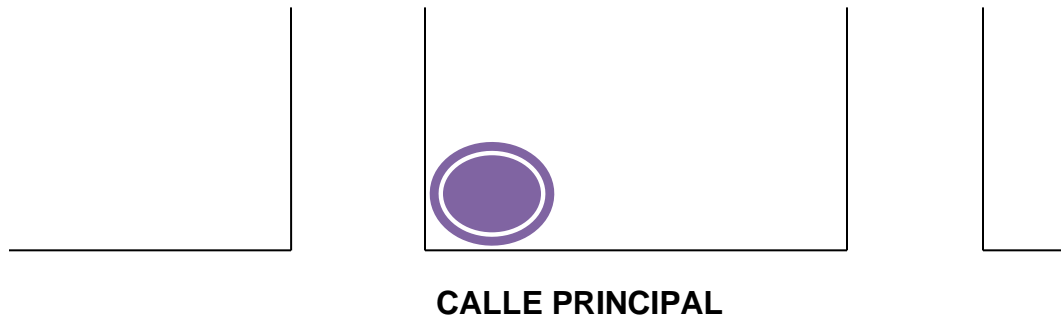


Figura 17. Croquis de ubicación de la empresa

4.1.3.3. Distribución del área de la empresa ferretera

La empresa ferretera funcionará en un local comercial alquilado, con una superficie de 8 por 7,5 metros dando un total de 60 metros cuadrados, mismo que estará distribuido de la siguiente manera; bodega, oficina del gerente y mostrador, figura 33.

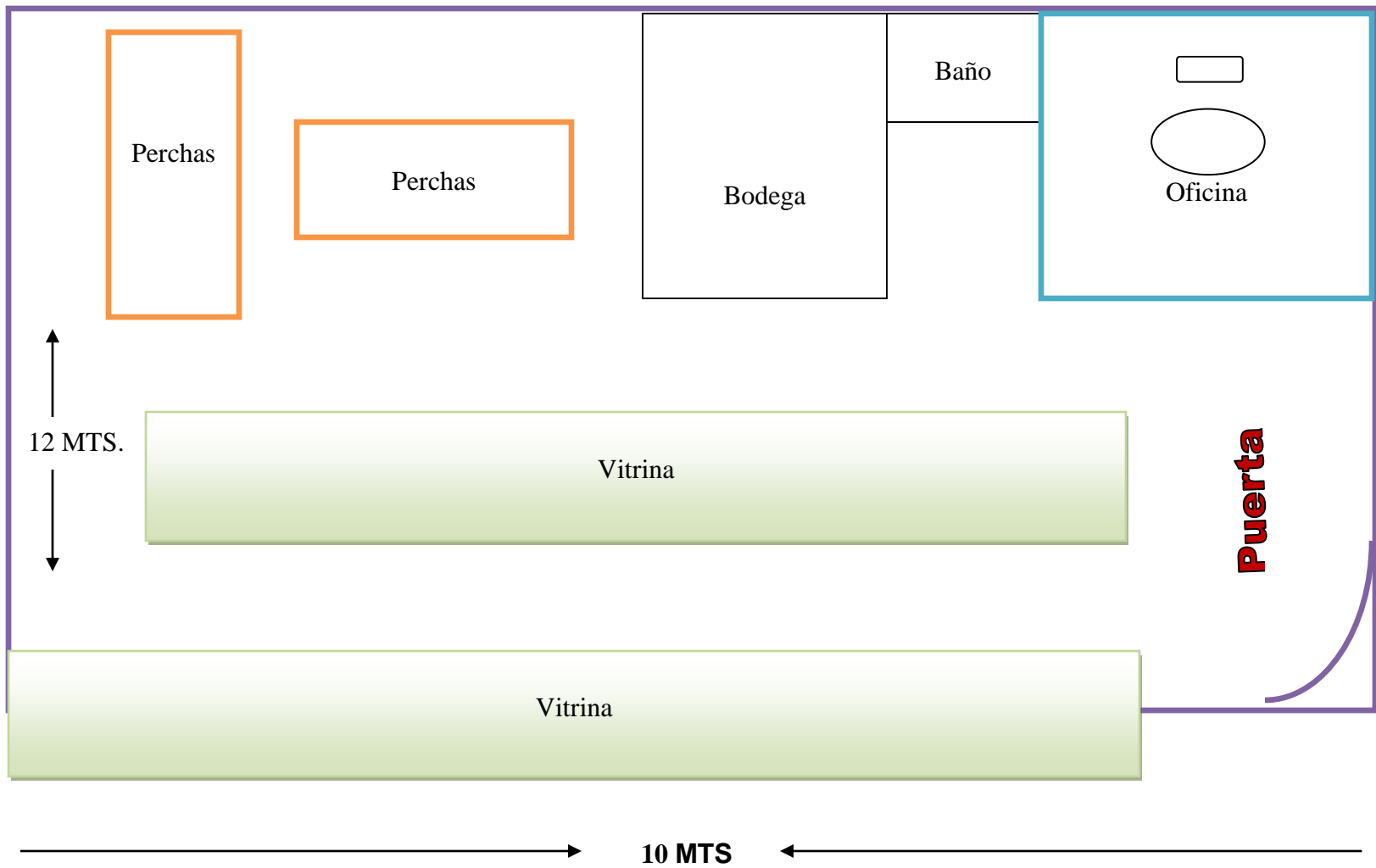


Figura 18. Croquis del área de la ferretería

4.1.3.4. Características técnicas de los productos

La mercadería / productos serán de diferentes marcas de procedencia nacional y extranjera, los cuales están agrupado por líneas:

- Pintura y materiales
- Equipos de construcción
- Material eléctrico.
- Material para instalaciones de agua.
- Material de construcción.
- Cemento.
- Equipos y materiales de ebanistería.
- Materiales de rodadura.
- Aceites y grasas.
- Materiales agrícolas.

4.1.3.5. Descripción del proceso de comercialización de los productos

Para el proceso de comercialización de los productos ferreteros se procede de la siguiente manera:

- Primeramente se inicia con la toma del pedido por uno de los vendedores que están en el mostrador y atención al cliente.
- Se registrará el pedido de los productos para verificar el precio y se emitirá una proforma
- Si el cliente está de acuerdo con los valores y producto se procederá a facturar
- El cliente pagará el valor emitido en la factura.
- Luego se procederá a despacha la mercadería
- Verificar el producto o mercadería
- Por último se entregará el producto.

4.1.3.6. Flujograma del proceso de venta

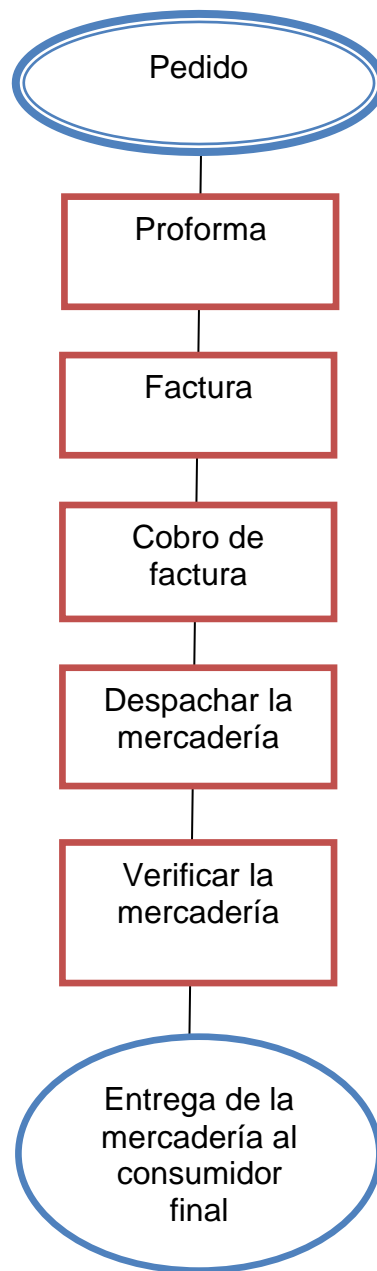


Figura 19. Flujograma del proceso de venta

4.1.3.7. Slogan

“En la calidad de atención está la fortaleza de la ferretería”

4.1.3.8. Logotipo

“Ferretería Domínguez” este nombre está basado en la actividad a la que se dedica más el nombre de la casa matriz



4.1.3.9. Organización

La Sucursal de la Ferretería Domínguez estará estructurada de la siguiente manera:

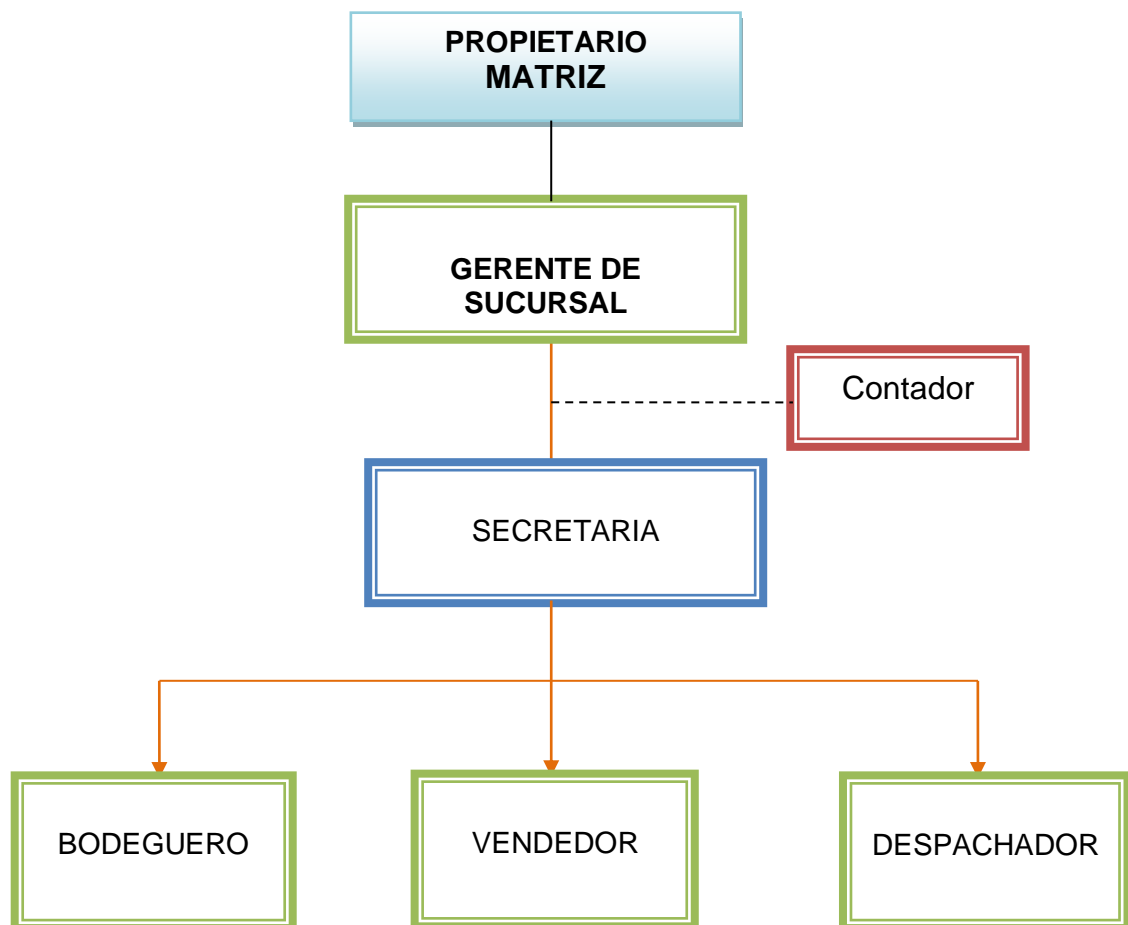


Figura 20. Organigrama estructural

4.1.3.10. Funciones

I. IDENTIFICACION

AREA :GERENCIA

CARGO :GERENTE

JEFE INMEDIATO :

II. PROPOSITO GENERAL

Representar Administrativa, Judicial y Extrajudicialmente a la empresa, además debe planear, organizar, dirigir, controlar y coordinar todas las actividades de manejo, administración y proyección de la empresa de acuerdo con las consideraciones y determinaciones.

DESCRIPCION DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

1. Ejecutar y celebrar todo acto comprendido dentro del objeto social.
2. Formular, dirigir, evaluar y controlar todo lo relacionado con la fijación y cumplimiento de las políticas y estrategias generales, de orden administrativo,
3. Financiero y operativo de la misma.
4. Efectuar los planes, programas y proyectos requeridos para el desarrollo armónico de la Sucursal de la Ferretería Domínguez.
5. Obtener la autorización y aprobación para los actos y contratos que sobrepasen la cuantía fijada por la junta directiva.
6. Adquirir, enajenar y gravar los bienes sociales.
7. Comparecer en los juicios que se discuta la propiedad de los bienes sociales.
8. Dar y recibir dinero en mutuo en cualquier cantidad.
9. Realizar depósitos bancarios.
10. Asegurar, negociar y evaluar títulos valores.
11. Velar por la organización y buena marcha de la sociedad.
12. Cuidar por los activos y buen crédito de esta.

13. Mantener bajo su dirección los archivos.
14. Vigilar el buen desempeño de los trabajadores y hacer la mejor selección de los mismos.
15. Coordinar las actividades que desarrollen las áreas que componen la Empresa.
16. Elaborar el presupuesto y cuidar su manejo de acuerdo a las normas que lo reglamentan para las sociedades públicas.
17. Elaborar un informe escrito anual sobre la forma como hubiese llevado a cabo su gestión, informe que conjuntamente en el balance general del ejercicio y demás documentos exigidos por la ley
18. Reportar a las diferentes instancias de los centros de control que los soliciten o tenga obligación de reportar.
19. Dictar, cumplir y hacer cumplir los reglamentos y normas elaboradas para el funcionamiento de la empresa.

REQUISITOS

CONOCIMIENTOS BASICOS

- Legislación vigente aplicable a los servicios públicos.
- Sistemas informáticos.
- Administración empresarial.
- Metodologías de formulación y evaluación de proyectos
- Desarrollo y Relaciones Humanas.
- Gestión de calidad.

EDUCACION

Título profesional Ingeniero en Administración de Empresas, Licenciado en Administración y Afines.

EXPERIENCIA

3 años como profesional o 1 año de desempeño

I. IDENTIFICACION

AREA : SECRETARIA

CARGO : SECRETARIA

JEFE INMEDIATO : GERENTE

II. PROPÓSITO GENERAL

Recepción de documentos para conocimiento y visto bueno de la gerencia y administración, redacción y despacho de comunicaciones, con la sumilla de la Gerente y/o Administrador, ágil y oportunamente a clientes, proveedores, Jefes departamentales y auxiliares. Realizar el cobro de las facturas de ventas, entregar al contador los reportes diarios de las ventas.

DESCRIPCION DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Recibir las llamadas que son parte de las actividades comercial de la empresas ferretera.
- Reportar las novedades que se presenten como consecuencia del desarrollo de las actividades diarias.
- Organizar y realizar el trabajo diario requerido por la gerencia.
- Dar a conocer al personal de nuevas políticas y decisiones emitidas por la gerencia.
- Mantener al día el control de asistencia del personal que labora en la empresa.
- Realizar y receptar todas las comunicaciones

REQUISITOS

- Archivología
- Word
- Excel

CONOCIMIENTOS BASICOS

EDUCACION

Título profesional de Secretaria Ejecutiva.

EXPERIENCIA

1 años como profesional o 1 año de desempeño

I. IDENTIFICACION

AREA : VENTA

CARGO : VENDEDOR

JEFE INMEDIATO : GERENTE

II. PROPÓSITO GENERAL

Su labor es imprescindible ya que es la fuerza de venta, es responsable de la atención al cliente.

DESCRIPCION DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Recapta los pedidos
- emite y analizar las proformas de los pedidos
- Ejecutar la cobranza de los productos.
- Estudiar el mercado para la recomendar la inserción de nuevos productos.

REQUISITOS

- Word
- Excel

CONOCIMIENTOS BÁSICOS

EDUCACIÓN

Título profesional

EXPERIENCIA

1 años como profesional o 1 año de desempeño

I. IDENTIFICACION

AREA : CONTABILIDAD

CARGO : CONTADOR

JEFE INMEDIATO: GERENTE

II. PROPOSITO GENERAL

Es el encardado de llevar el proceso contable, registro, control y elaboración de los estados financieros, presentación oportuna de flujos de caja, pagos de impuestos, sueldos y otras obligaciones de la empresa ferretera.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Llevar el proceso contable de la empresa de manera sistematizada y ordenada.
- Registrar todas las operaciones diarias de flujos de caja, bancos y obligaciones.
- Controlar los saldos y movimientos de cuentas.
- Efectuar los pagos de sueldos, impuestos y otras obligaciones.
- Realizar oportunamente los informes mensuales de obligaciones tributarias y roles de pago
- Informar las novedades contables a la gerencia.

REQUISITOS

- Principios contables
- Word
- Excel

CONOCIMIENTOS BÁSICOS

EDUCACIÓN

Título de Lcdo. en Contabilidad Pública y Autorizado, Ingeniero en CPA. o CPA

EXPERIENCIA

1 años como profesional o 1 año de desempeño

I. IDENTIFICACIÓN

AREA : BODEGA

CARGO : BODEGUERO

JEFE INMEDIATO : GERENTE

II. PROPÓSITO GENERAL

Es responsable de llevar el control de inventario de mercadería, almacenar la mercadería entre otras labores relacionada con el puesto.

DESCRIPCION DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Llevar un kardex de entrada y salida de mercadería.
- Reportar a la gerencia cuando se presentan mercadería en mal estado para proceder a dar de baja del producto.
- Indicar cuándo se está próximo a culminar la existencia de un producto.
- Realizar la remisión de pedidos para que la gerencia la apruebe y proceda a ejecutar su pedido.

REQUISITOS

- Word
- Excel

CONOCIMIENTOS BASICOS

EDUCACION

Título de bachiller en Informática, Comercio, entre otros afines.

EXPERIENCIA

1 año de desempeño

I. IDENTIFICACIÓN

AREA : DESPACHADOR

CARGO : SECRETARIA

JEFE INMEDIATO : GERENTE

II. PROPOSITO GENERAL

Responsable de las actividades de entrega de los productos de la Sucursal de la Ferretería Domínguez

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Verificar que el producto este en buen estado.
- Realizar la prueba e indicaciones necesarias del funcionamiento de un producto.
- Entregar la mercadería y receptor la copia de la factura para el respectivo control.

REQUISITOS

- Word
- Excel

CONOCIMIENTOS BÁSICOS

EDUCACIÓN

Bachiller

EXPERIENCIA

1 año de desempeño

4.1.4. Estudio económico

4.1.4.1. Inversión

El total de la inversión fija comprende los equipos de computación, equipos de oficina, muebles y enseres de oficina, vitrinas, archivadores, perchas, entre otros. para el funcionamiento de la ferretería es de \$9.066.30, y la inversión diferida está compuesta por programa contable, estudio de mercado, gastos de organización entre otros esto es \$ 2.210,00 que esto sumado a la inversión fija da un total de \$ 11.614.59, cuadro 11.

Cuadro 11. Inversión fija y diferida.

RUBROS	Cantidad	V. U. (\$)	Total (\$)
Inversión fija			
Computadora con impresora	2	830,00	1.660,00
Aire acondicionado split 24000 vtu	1	870,00	870,00
Fax Panasonic KX -FP101	1	120,00	120,00
Televisor plasma Sony	1	250,00	250,00
Mini componente Sony	1	150,00	150,00
Caja registradora	1	631,00	631,00
Escritorios	2	180,80	361,60
Silla	2	111,20	222,40
Sillas espera	4	56,00	224,00
Archivadores 4 gavetas	1	171,00	171,00
Mostrador	1	317,00	317,00
Estanterias 4 paneles	1	156,00	156,00
Papelera 2 servicios	1	14,00	14,00
Materiales y equipos de operación	1	3.099,30	3.099,30
Vitrinas	2	245,00	490,00
Rotulo luminoso	1	330,00	330,00
Total inversión fija			9.066,30
Inversión Diferida			
Estudios de mercado	1	460,00	460,00
Porgrama contable	1	400,00	400,00
Gastos de organización	1	500,00	500,00
Gastos de instalacion y puesta en marcha	1	350,00	350,00
Capacitación del personal	1	500,00	500,00
Total inversión diferida			2.210,00
Subtotal de inversión fija y diferida			\$ 11.276,30
Imprevisto 3%			\$ 338,29
Total de inversión fija y diferida USD			\$ 11.614,59

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.4.2. Capital de trabajo

El capital para poder comercializar los productos ferretero es de **54.696,95** dólares, cuadro 12.

Cuadro 12. Capital de trabajo

Rubros	Cantidad	V. U. (\$)	Total (\$)
Gerente	1	545,14	545,14
Secretaria - Cajera	1	318,36	318,36
Contador	1	318,36	318,36
Vendedor	1	318,36	318,36
Bodeguero	1	264,00	264,00
Despachador	1	264,00	264,00
Alquiler local comercial	1	300,00	300,00
Materiales de limpieza	1	10,33	10,33
Materiales de oficina	1	50,00	50,00
Mantenimiento de equipos	1	30,00	30,00
Energía Eléctrica	1	55,75	55,75
Teléfono / internet	1	35,00	35,00
Agua	1	4,54	4,54
Gasto publicidad	1	270,00	270,00
Capacitación	1	320,00	320,00
Inventario de mercadería	1	40.000,00	40.000,00
Subtotal costo de producción			43.103,84
Imprevisto 3%			1.293,12
Total de costos de producción USD			44.396,95

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.4.3. Costo total de operación

Para el primer año se presenta un total de costos de operación de \$ 69. 402,19 dólares, los cuales se proyectaron para los cinco años de vida útil del proyecto, cuadro 13.

Cuadro 13. Costo de operación

COSTOS DE OPERACIÓN	0	Años					
		2013	2014	2015	2016	2017	
COSTOS VARIABLES							
INVENTARIO MERCADERIA							
Mercaderia	1	40.000,00	40.000,00	42.000,00	44.100,00	46.305,00	48.620,25
TOTAL COSTO VARIABLE			40.000,00	42.000,00	44.100,00	46.305,00	48.620,25
COSTOS FIJOS							
PERSONAL							
Gerente propietario	1	545,14	6.541,67	6.541,67	6.541,67	6.541,67	6.541,67
Secretaria	1	318,36	3.820,33	3.820,33	3.820,33	3.820,33	3.820,33
Contador	1	318,36	3.820,33	3.820,33	3.820,33	3.820,33	3.820,33
Vendedor	1	318,36	3.820,33	3.820,33	3.820,33	3.820,33	3.820,33
Bodeguero	1	264,00	3.168,00	3.168,00	3.168,00	3.168,00	3.168,00
Despachador	1	264,00	3.168,00	3.168,00	3.168,00	3.168,00	3.168,00
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS							
Mantenimiento de equipos	1	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
SERVICIOS BÁSICOS							
Energía Eléctrica	1	55,75	669,00	669,00	669,00	669,00	669,00
Teléfono /nternet	1	35,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Agua	1	4,54	54,48	54,48	54,48	54,48	54,48
GASTOS DE VENTA							
Gasto publicidad	1	270,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00
Capacitación	1	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
Otros gastos							
COSTO FIJO TOTAL			29.402,15	29.402,15	29.402,15	29.402,15	29.402,15
COSTO TOTAL			69.402,15	71.402,15	73.502,15	75.707,15	78.022,40

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

Los costos por líneas de productos con el respectivo margen de ganancia y el precio de venta al público, con un promedio del porcentaje de utilidad del 25%, se presentan en el cuadro 14.

Cuadro 14. Costo de mercadería

Rubros	Precio Costo	% Utilidad	PVP	Total Venta
Material de Construcción	16.105,00	35%	5.636,75	21.741,75
Equipos de construcción	4.000,00	25%	1.000,00	5.000,00
Material eléctrico	5.989,00	35%	2.096,15	8.085,15
Material para instalaciones de agua	5.882,00	30%	1.764,60	7.646,60
Pintura y materiales para pintar	2.000,00	25%	500,00	2.500,00
Materiales de rodadura	1.000,00	20%	200,00	1.200,00
Aceites y grasas para vehículos	1.000,00	20%	200,00	1.200,00
Materiales para la labores agrícolas	1.000,00	25%	250,00	1.250,00
Cemento (300 qq)	2.024,00	8%	161,92	2.185,92
Equipos y materiales de ebanistería	1.000,00	30%	300,00	1.300,00
TOTAL MERCADERIAS USD	40.000,00	25%	12.109,42	52.109,42

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.4.4. Depreciación

La tabla de depreciación de los activos fijos tangibles se la elaboró de acuerdo a las normativas vigentes sobre el valor de depreciación y porcentaje según el criterio de expertos, además se estableció el valor residual obtenido de los mismos, el que para este caso se lo obtuvo para cinco años tiempo de duración del proyecto.

Cuadro 15. Depreciación de equipos y maquinarias.

TABLA DE DEPRECIACION LINEAL							
I T E M	PRECIO	UNIDADES	AÑO	VALOR	VIDA	DEPRECIACION	VALOR
	UNITARIO (\$)		INVERSION	INICIAL	UTIL (AÑOS)	ANUAL	RESIDUAL (10%)
Computadora	1.660,00	1	1	1.660,00	3	498,00	166,00
Equipos de oficina	1.390,00	1	1	1.390,00	10	125,10	139,00
Muebles de oficina	1.483,00	1	1	1.483,00	10	133,47	148,30
Equipos y materiales de operación	3.099,30	1	1	3.099,30	5	557,87	309,93

I T E M	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	VALOR A LOS	VALOR EN
	1	2	3	4	5	5 AÑOS	LIBROS (\$)
Computadora	498,00	498,00	498,00			1.494,00	166,00
Equipos de oficina	125,10	125,10	125,10	125,10	125,10	625,50	139,00
Muebles de oficina	133,47	133,47	133,47	133,47	133,47	667,35	148,30
Equipos y materiales de operación	557,87	557,87	557,87	557,87	557,87	2.789,37	309,93
TOTAL DEPRECIACION USD	756,57	756,57	756,57	258,57	258,57	2.786,85	453,30

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

En el cuadro 16, se detalla la tabla de amortización del costo del crédito, mismo que es de 15.539 dólares a 2 años plazo con interés del 11.8% en un banco de la localidad.

Cuadro 16. Amortización del Crédito

EL TOTAL DE LA INVERSION ASCIENDE A 44.397
 EL FINANCIAMIENTO CORRESPONDE AL 35% 15.539

TABLA DE AMORTIZACIÓN

MONTO: 15.539 PERIODO DE GRACIA: 0 AÑOS
 PLAZO: 2 años FORMA DE PAGO: MENSUAL
 TASA (%): 11,80 FECHA DE INICIO: 02-Ene-2013

DIVID. No.	FECHA	CAPITAL	INTERESES	DIVIDENDO	SALDO DE CAPITAL
0	02-Ene-2013				\$ 15.538,93
1	01-Febrero-2013	647,46	152,80	800,26	14.891,48
2	03-Marzo-2013	647,46	146,43	793,89	14.244,02
3	02-Abril-2013	647,46	140,07	787,52	13.596,57
4	02-Mayo-2013	647,46	133,70	781,16	12.949,11
5	01-Junio-2013	647,46	127,33	774,79	12.301,66
6	01-Julio-2013	647,46	120,97	768,42	11.654,20
7	31-Julio-2013	647,46	114,60	762,06	11.006,74
8	30-Agosto-2013	647,46	108,23	755,69	10.359,29
9	29-Septiembre-2013	647,46	101,87	749,32	9.711,83
10	29-October-2013	647,46	95,50	742,96	9.064,38
11	28-Noviembre-2013	647,46	89,13	736,59	8.416,92
12	28-Diciembre-2013	647,46	82,77	730,22	7.769,47
13	27-Enero-2014	647,46	76,40	723,86	7.122,01
14	26-Febrero-2014	647,46	70,03	717,49	6.474,56
15	28-Marzo-2014	647,46	63,67	711,12	5.827,10
16	27-Abril-2014	647,46	57,30	704,76	5.179,64
17	27-Mayo-2014	647,46	50,93	698,39	4.532,19
18	26-Junio-2014	647,46	44,57	692,02	3.884,73
19	26-Julio-2014	647,46	38,20	685,66	3.237,28
20	25-Agosto-2014	647,46	31,83	679,29	2.589,82
21	24-Septiembre-2014	647,46	25,47	672,92	1.942,37
22	24-October-2014	647,46	19,10	666,56	1.294,91
23	23-Noviembre-2014	647,46	12,73	660,19	647,46
24	23-Diciembre-2014	647,46	6,37	653,82	0,00

C = Valor del Capital 1.413,40
 i = Tasa de Interés 579,36
 n = Número de Años

$$C \times \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.4.5. Ingresos

Los ingresos obtenidos según lo proyectado para los cinco años de vida útil, los ingresos mensuales son de \$9.800,00 dólares y para obtener el valor anual es multiplicar por los 12 meses, generando un ingreso bruto anual de 117.600,00 dólares. Cuadro 17.

Cuadro 17. Ingresos proyectados por venta de productos ferreteros.

CONCEPTO	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTA MENSUAL \$					
1782 consumidores por \$ 5,50	9.800,00	10.290	10.702	11.130	11.575
INGRESOS POR VENTA ANUAL \$					
21,382 consumidores por \$ 5,50	117.600,00	123.480	128.419	133.556	138.898
TOTAL INGRESOS USD	\$ 117.600,00	\$ 123.480,00	\$ 128.419,20	\$ 133.555,97	\$ 138.898,21

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.4.6. Costos

Los costos fijos para el primer año son de \$ 30.158.72 y los variables de \$57.316,03 sumando un total de \$ 87.474,75 dólares, los costos fijo unitario total es de \$ 0.20 y variables unitario de \$ 0.50 que sumados dan un costo total unitario de \$ 0.70 cuadro 18.

De acuerdo al análisis el punto de equilibrio monetario es de \$298.360,88 dólares para que la empresa no gane ni pierda, con un margen de contribución \$ 322304,534 dólares.

4.1.4.7. Estado de resultados proyectados

La utilidad neta para el primer año es de \$ 30.950.31 dólares, con un incremento anual, lo que hace que se presente una situación económica favorable para la empresa como se aprecia en el cuadro 19.

Cuadro 18. Costos totales

RUBROS	AÑOS					ACUMULADO TOTAL	VALORES JUNITARIOS
	2013	2014	2015	2016	2017		
	1	2	3	4	5		
COSTOS FIJOS	29.402,15	29.402,15	29.402,15	29.402,15	29.402,15	147.010,73	
DEPRECIACION	756,57	756,57	756,57	258,57	258,57	2.786,85	
TOTAL COSTOS FIJOS (CF)	30.158,72	30.158,72	30.158,72	29.660,72	29.660,72	149.797,58	0,2
COSTOS VARIABLES	40.000,00	42.000,00	44.100,00	46.305,00	48.620,25	221.025,25	
PARTICIPACION DE EMPLEADOS 15%	6.904,18	7.911,29	8.739,07	8.813,77	9.584,29	41.952,60	
IMPUESTO A LA RENTA 25%	9.780,93	11.207,66	12.380,35	12.486,18	13.577,74	59.432,86	
GASTOS FINANCIEROS	1.413,40	579,36	-	-	-	1.992,76	
TOTAL COSTOS VARIABLES (CV)	58.098,50	61.698,31	65.219,43	67.604,95	71.782,28	324.403,47	0,5
TOTAL COSTOS USD	88.257,22	91.857,03	95.378,14	97.265,67	101.443,00	474.201,05	0,7

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

MARGEN DE CONTRIBUCION:

MC = Venta Total - Costo Variable Total

MC = 641953,3747 - 319.648,84

MC = 322304,534

PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO:

PE = $\frac{\text{Costos Fijos x Ingresos Totales (Ventas)}}{\text{Margen de Contribución}}$

PE = $\frac{149.797,58 \times 641.953,37}{322.304,53}$

PE = 298.360,88

Cuadro 19. Estado de resultados proyectados.

CONCEPTO	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
	1	2	3	4	5
(+) Ingresos por venta de productos ferreteros	117.600,00	123.480,00	128.419,20	133.555,97	138.898,21
(-) Costos de operación	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
(=) Utilidad bruta en ventas	77.600,00	83.480,00	88.419,20	93.555,97	98.898,21
(-) Gastos de administración	29.402,15	29.402,15	29.402,15	29.402,15	29.402,15
(-) Gastos financieros	152,80	152,80	152,80	152,80	152,80
(-) Depreciaciones	756,57	756,57	756,57	258,57	258,57
(=) Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores	47.288,48	53.168,48	58.107,68	63.742,45	69.084,69
(-) Participación de trabajadores 15%	7.093,27	7.975,27	8.716,15	9.561,37	10.362,70
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	40.195,21	45.193,21	49.391,53	54.181,08	58.721,99
(-) Impuesto a la renta 23%	9.244,90	10.394,44	11.360,05	12.461,65	13.506,06
(=) UTILIDAD NETA USD	30.950,31	34.798,77	38.031,48	41.719,43	45.215,93

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.4.8. Flujo de caja

En el flujo de caja se presentan para los años de vida útil del proyecto, el primer año es negativo con -58.132.60 dólares a partir del segundo año se incrementa \$ 88.980.10, Cuadro 20.

Cuadro 20. Flujo de caja durante la duración del proyecto.

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Venta		117.600,00	123.480,00	128.419,20	128.419,20	133.555,97
Total de ingresos		117.600,00	123.480,00	128.419,20	128.419,20	133.555,97
EGRESOS						
Inversion fija tangible	9.066,30					
Inversion fija intangible	9.066,30					
Capital de operación	40.000,00					
sueldos		25.643,33	25.643,33	25.643,33	25.643,33	25.643,33
Depreciacion		756,57	756,57	756,57	756,57	756,57
Gastos financieros		2.220,00	2.220,00	2.220,00	2.220,00	2.220,00
Total de egresos	58.132,60	28.619,90	28.619,90	28.619,90	28.619,90	28.619,90
Flujo de caja USD	-\$ 58.132,60	\$ 88.980,10	\$ 94.860,10	\$ 99.799,30	\$ 99.799,30	\$ 104.936,06

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.5. Estudio financiero

4.1.5.1. Valor Actual Neto

De acuerdo al estudio financiero se demuestra que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles, para lo cual se ha calculado los siguientes indicadores financieros; VAN \$ 300.681,43.

Cuadro 21. Valor actual neto de retorno del proyecto para la creación de la ferretería.

Años	Flujo neto de caja	F.N.C. Actualizado al 16%
0	15.538,93	-15.538,93
1	88.980,10	76.706,98
2	94.860,10	70.496,50
3	99.799,30	63.937,19
4	99.799,30	55.118,26
5	104.936,06	49.961,43
$\Sigma =$		300.681,43
VAN = USD		300.681,43

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.5. 2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno se calculo aplicando una tasa de descuento del 16% y 107% para obtener un VAN positivo y otro negativo según el cálculo de la formula interpolada, presentando un valor de TIR 118.28%, Cuadro 22.

Cuadro 22. Tasa interna de retorno del proyecto para la creación de la ferretería.

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	F.N.C. ACTUALIZADO AL 16%	F.N.C. ACTUALIZADO AL 107%
0	15.538,93	-15.538,93	-15.538,93
1	88.980,10	76.706,98	42.985,55
2	94.860,10	70.496,50	22.138,23
3	99.799,30	63.937,19	11.251,66
4	99.799,30	55.118,26	5.435,58
5	104.936,06	49.961,43	2.761,04
∑ =		300.681,43	69.033,13
TIR		118,28	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.5.3. Relación beneficio costo

La relación beneficio costos resultado de la actualización de los costos y los beneficios de acuerdo a la tasa de oportunidad del 16% dando como resultado una R B/C 1,75, Cuadro 23.

Cuadro 23. Relación beneficio costo del proyecto para la creación de la ferretería.

AÑOS	BENEFICIOS (B) (INGRESOS)	BENEFICIOS (B) ACTUALIZADOS	COSTOS (C) (EGRESOS)	COSTOS (C) ACTUALIZADOS
0	-	-	44.396,95	44.396,95
1	117.600,00	101.379,31	71.572,11	57.257,69
2	123.480,00	91.765,76	70.738,08	45.272,37
3	128.419,20	82.272,75	70.158,72	35.921,26
4	128.419,20	70.924,78	69.660,72	28.533,03
5	133.555,97	63.587,73	69.660,72	22.826,42
Valor Residual en el año 5	756,57	652,22		
∑ =	632.230,94	410.582,54	396.187,30	234.207,73
R B/C =		1,75		

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

4.1.5.4. Periodo de recuperación de capital

El periodo de recuperación del capital se lo obtiene en cinco años de vida útil de proyecto es de 2 años, donde se recupera la inversión de \$44.396.95. Cuadro 24.

Cuadro 24. Periodo de recuperación de capital

CONCEPTO	AÑOS					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA		1.376,35	34.628,70	38.240,60	38.068,54	41.430,56
INVERSIÓN	44.396,95	-	-	-	-	-
FLUJO ACUMULADO		1.376,35	36.005,05	74.245,65	112.314,19	153.744,75

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La autora

$$Pr = 112.314,19$$

$$Pr = \frac{\text{Inversión} \times n \text{ años en que el flujo la sup}}{\text{La sumatoria hasta el año } n} = \frac{177.587,81}{112.314,19} = 1,6 \text{ Años}$$

$$Pr = 2 \text{ Años}$$

4.1.5.5. Análisis de sensibilidad

El proyecto es sensible a los cambios en la economía externa y sobre todo a las políticas de precios así como a la demanda de los productos. Para un ejemplo se ha considerado incrementar la tasa de de interés al 20% dando un VAN de \$ 64.028.27, TIR de 87.07% y una Relación Beneficio Costo de 1.61 dólares, es decir que se recupera el dólar mas 61 centavos.

4.2. Discusión

La investigación partió con el estudio de mercado mediante la aplicación de instrumentos de recolección de información; encuestas a clientes y ofertantes se determinó que existe demanda insatisfecha de productos ferreteros por el incremento poblacional mismo que es de 1.21% de acuerdo al INEC 2010, de los cuales 47.93% por lo menos realizan una vez a la semana compra de estos productos, lo que concuerda con **Medina (2009)**. El estudio de mercado consiste en el análisis, la determinación y la organización de las actividades que permiten resolver eficazmente las siguientes cuestiones: ¿Dónde voy a vender?, ¿Cuándo voy a vender?, ¿Por mediación de quien?, ¿A través de que vías?. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente como unas determinadas características, la demanda como lo señala **Flórez (2007)**. El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final.

En los proyectos públicos, los esfuerzos se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que se beneficia con el proyecto, el análisis de precio los productos tienen un margen de ganancia del 5 al 100% dependiendo de la línea de productos. **Medina (2009)**. El precio es la cantidad de dinero, esfuerzo o tiempo que los compradores están dispuestos a pagar para conseguir la posición, el consumo o el uso de un determinado bien, producto o servicio, el precio tiene un fuerte impacto sobre la imagen del producto.

Según los resultados la población indicó que la ferretería debe estar ubicada en el centro o avenida principal de recinto Quinsaloma, lo cual concuerda con **Flórez (2007)**. Se habrá de realizar el análisis de las variables que permitan el lugar donde se ubicara el proyecto, teniendo en cuenta los criterios de

maximización de utilidades y minimización de los costos de producción y gastos operacionales.

La creación de la ferretería con productos ferreteros comercializará materiales de construcción, materiales eléctricos, herramientas y entres otros en el Recinto Quinsaloma Parroquia Moraspungo Cantón Pangua Provincia del Cotopaxi, requiere de una inversión fija es de \$ 44.396.95, para la compra de activos fijos, diferidos y capital de trabajo, tal como lo señala **Flórez (2007)**. Se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa, para la implementación de la ferretería se buscará el financiamiento del 35% a dos años al 11.80% en un banco de la localidad **Vaquiroy (2008)**. Los activos fijos serán todos aquellos bienes tangibles necesarios para el proceso de transformación de materia prima (edificios, terrenos, maquinaria, equipos, etc.) o que pueden servir de apoyo al proceso. Estos activos fijos conforman la capacidad de inversión de la cual dependen la capacidad de producción y la capacidad de comercialización.

Los ingresos para el primer año son de \$116.600,00 dólares valores que servirá para cubrir los valores de operación de la empresa, es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica.

Flujo de caja para el año cero es negativo con -\$ 58.132,60 y para el primer año es de 88.980.10, incrementándose cada año, valor disponible de acuerdo a lo establecido por **Zapata (2008)**. Es el estado financiero que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. Este estado tiene un mayor sentido práctico como presupuesto, siendo una herramienta de vital importancia dentro de la planificación financiera a corto plazo.

Para el estudio financiero fue necesario elaborar el flujo de caja lo cual permitió traer los valores de cada año al valor presente generando un VAN positivo de 300.681,43 dólares, **Baca (2008)**. Llamado también Valor Presente Neto (VPN) es el resultado de la diferencia entre los ingresos actualizados y los costos actualizados, a una determinada tasa de descuento o de oportunidad de capital.

TIR 118.28 % **Sarmiento (2009)**. Es el rendimiento anual de los activos netos o de la inversión que se determina mediante el análisis del flujo de fondos corrientes actualizados a precios de mercado. La TIR se compara con el interés de capital para determinar si un proyecto se debe realizar y la Relación Beneficio Costo de 1.75 es decir que se recupera un dólar más 75 centavos valores que concuerda con lo señalado por **Sapag (2007)**. La relación Beneficio costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero la relación será mayor que uno y si el van es negativo, esta será menor que uno.

El periodo de recuperación de la inversión será en 2 años, **Gil (2010)**. El periodo de recuperación de una inversión se puede definir como el tiempo que tarda en recuperarse el desembolso inicial. Si suponemos una inversión inicial y unos flujos netos de caja donde los flujos de cajas son los cobros menos los pagos en cada momento del tiempo, el periodo de recuperación es el tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial mediante la obtención de los diferentes flujos de caja netos posteriores.

Según el análisis de mercado, económico y financiero el proyecto de factibilidad es viable tal como lo establece **Flórez (2007)**. Se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos, con el propósito de

garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa. La hipótesis “El estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de la ferretería Domínguez en el cantón Quinsaloma determina que es rentable el proyecto” se acepta.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El mercado se determinó que existe demanda insatisfecha debido al crecimiento poblacional del cantón Quinsaloma mismo que es de 1.21% anual.
- Con la ejecución de este proyecto se brinda servicio a la comunidad ya que las ferreterías actuales no cuentan con todo el material necesario que demanda la comunidad en general.
- La empresa debe contar con financiamiento para la puesta en marcha de la misma ya que requiere de activos fijos, diferidos y capital de trabajo.
- El estudio financiero demostró que es rentable la empresa ya que sus indicadores como el VAN 300.681,43 fue positivo, la TIR 118,28 superior a la tasa de descuento del mercado y la Relación Beneficio Costo de 1.75 es decir que se recupera un dólar más 75 centavos.

5.2. Recomendaciones

- Ejecutar el proyecto para brindar diferente línea de productos ferreteros y servicios porque el estudio de factibilidad determinó que es rentable.
- Captar la demanda insatisfecha del cantón Quinsaloma, mediante la entrega de productos de buena calidad y a precio competitivo.
- Diseñar estrategias para mantener un flujo de clientes constantes y por ende ventas altas.
- Llevar un control de proceso administrativo y financiero de tal manera que permita optimizar los recursos.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura citada

ACEVEDO Karen (2010). Estudio de Factibilidad de Un Proyecto. Edit. Universidad del Atlántico.

AIRUNP W. (2011). Ferretería. Consultado el 23 de Marzo del 2012. Disponible en <http://es.wikipedia.org/w/index.php?oldid=50855696>, 18 ediciones anónimas.

BACA Gabriel (2008). Evaluación de Proyectos, Quinta Edición McGraw-Hill, México D.F. p. 40, 392

CONTRERAS Cynthia (2008). Mercado. Disponible en: www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml Consultado el 18 de Marzo del 2012.

CÓRDOBA Marcial (2006). Formulación y evaluación de proyecto. ECOE. Ediciones, Colombia – Bogotá. p. 501.51.

CHIRIBOGA Alberto (2008). Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano. Quinta edición. p. 325

CRUZ Vidal (2010). Balance general proyecto financiero. Disponible en: <http://www.slideshare.net/vidalcruz/3-el-balance-general> Consultado el 22 de Marzo del 2012.

DÉNIZ José (2008). Fundamento de contabilidad financiera teoría y práctica. Primera edición. Publicación Delta. Madrid – España. Pp. 5 y 6.

DIRECTORIO GENERAL DE EMPRESAS DIRCE (2013). La organización en la empresa. www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448146859.pdf

ENA Belén (2008). Contabilidad general y tesorería. Gestión administrativa, cuarta edición. Editorial Paraninfo. España. P 5.

ENCICLOPEDIA PRÁCTICA DE LA CONTABILIDAD (2010). Disponible en: www.universia.net Grupo Centrum/ Oceano Universia Holding.

ESLAVA Jaime (2008). Las claves del análisis económico - financiero de la empresa. Editorial ESIC. España. P 311.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS INEC (2010). <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=16686>.

TALAYA Esteban (2008). Principio de marketing. Editorial ESIC. Madrid – España. P 396.

FERNÁNDEZ Saúl (2007). Los proyectos de inversión, primera edición. Editorial tecnológica Costa Rica. P 38.

FLÓREZ Juan (2007). Proyecto de inversión para las PYME Creación de empresa. Ediciones ECOE. Bogotá – Colombia. Pp. 10, 17, 47, 49, 53 y 54.

GIL María (2010). Como crear y hacer funcionar una empresa. Editorial ESIC. 8ª edición. España. P 36.

GRANADOS María (2007). Liderazgo emprendedor, como ser un emprendedor de éxito y no morir en el intento. Editorial CENGAGE LEARNING. México. P 80.

HUTT Gabriela y MARMIROLI Belén (2011). “Diseño de Organizaciones Eficientes”. Estructura Organizacional. Mintzberg. Pp. 15, 17

JIMÉNEZ Arturo (2008). Diseño de proceso en ingeniería química. Editorial Reverte, S.A. España – México. P 11.

KEAT Paul (2011). Economía de empresa. Cuarta edición. Editorial Pearson. México. Pp. 28, 79 y 83.

LÓPEZ María (2010). Fundamento de economía, empresa, derecho, administración y metodología de la investigación aplicada a la RSC. Editorial UNED. España. P 16.

LÓPEZ Francisco (2009). La empresa explicada de forma sencilla. Primera edición. Barcelona – España. P 29.

MALAGÓN Gustavo (2008). Administración. Tercera edición. Editorial Panamericana. Colombia. P 369.

MANKIW Gregory (2008). Principios de Economía, Tercera Edición, de, Mc Graw Hill, p. 42.

MARTÍNEZ María (2006). Guía para la presentación de proyecto. ILPES. México. P 24.

MASSONS Joan (2008). Finanzas para profesionales de marketing y venta. 3ª edición actualizada. Editorial DEUSTO. España. P 160.

MEDINA Urbano (2009). Como evaluar un proyecto empresarial una visión practica. Ediciones Días de Santos. España. Pp. 86, 100 y 103.

MEZA Jhonny (2009). Evaluación financiera de proyectos. Proyecciones a precios corrientes o a precios constantes. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constantes.htm> consultado el 21 de Marzo del 2012.

- EHRHARDT Michael (2007).** Finanzas corporativas. Segunda edición. Editorial CENGAGE LEARNING. México. P 375.
- MUÑOZ A. (2008).** Haga rentable su negocio. Edición segunda. P. 81
- PÉREZ, Juan (2008).** Control de gestión empresarial texto y caso. Editorial ESIC. 7ª edición. España. Pp. 245, 248 y 252.
- RAMIREZ Daniarys (2009).** Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio bibliográfico. Centro universitario Vladimir Ilich Lenin, Las Tunas, Cuba. Disponible en <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>. Consultado 01/29/2012.
- RUS de Ginés (2008).** Coste – Beneficio, evaluación económica de políticas y proyecto de inversión. Tercera edición actualizada. Editorial Ariel. España. Pp.151 y 152.
- STANTON Michael (2004).** Fundamentos de Marketing 13ª. Edición p. 863
- SAPAG Nassir (2007).** Preparación y Evaluación de Proyectos, Primera edición, McGraw-Hill México. P 48.
- SAPAG Nassir (2008).** Preparación y evaluación de proyectos. Cuarta edición, México. Pp. 131, 256.
- SARMIENTO Rubén (2009).** Contabilidad General. Sexta edición, impreso en Quito - Ecuador Pp. 10, 32 y 33.
- SARMIENTO Rubén (2010).** Contabilidad de costos. Segunda edición, impreso en Quito - Ecuador Pp. 10 y 260.

STIGLITZ Joseph (2009). Microeconomía. Cuarta edición. Editorial Ariel.
España. Pp. 78 y 87.

TARRAGO J. (2006). Fundamentos de economía de la empresa. Pp.
308. Disponible en www.gestiopoli.com, consultado el 20 de Marzo 2012.

THOMPSON (2007). Tipo de empresa. Disponible en:
www.promonegocios.net Consultado el 25 de Marzo del 2012.

TORO Francisco (2007). Costos y presupuestos con base en tareas. Editorial
especial. España. P 17.

VÁQUIRO José (2008). El valor presente neto. Disponible en:
[http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm#La inversión inicial previa](http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm#La%20inversi%C3%B3n%20inicial%20previa)
Consultado el 19 de Marzo del 2012.

VARGAS Jorge (2010). El tamaño del proyecto. Disponible en:
www.itescam.edu.mx Consultado el 22 de Marzo del 2012.

VIZCARRA José (2007). Economía – términos, ideas y fenómenos
económicos. p. 59 y 374

ZAPATA Pedro (2008). Contabilidad de Costos, McGraw-Hill, Colombia,
Sexta edición. P 45.

ZAPATA Pedro (2011). Contabilidad de Costos, McGraw-Hill, Colombia,
Séptima edición. P 45.

ZERON (2009). Mercado. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>. Consultado 01/27/2012.

ANEXOS

Anexo 1.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA



CUESTIONARIO PARA DETERMINAR LA DEMANDA

La presente encuesta tiene como propósito conocer el criterio del público en general del cantón Quinsaloma para la creación de una sucursal en la ferretería en el Cantón Quinsaloma, Provincia de Los Ríos

1.- ¿Cuales son los materiales ferretería que más compra?

- Limpieza ()
- Materiales eléctricos ()
- Materiales de construcción ()
- Herramientas ()
- Otros ()

2.- ¿Con qué frecuencia realiza la compra de los productos ferreteros?

- Diario ()
- Semanal ()
- Quincenal ()
- Rara vez ()

3.- ¿Cuáles son los días que prefiere para realizar las compras de los productos ferreteros?

- Lunes ()
- Martes ()
- Miércoles ()
- Jueves ()
- Viernes ()
- Sábado ()
- Domingo ()

4.- ¿Cómo paga las compras en la ferretería?

- Contado ()
- Crédito ()
- Otro ()

¿Cuáles? _____

5.- ¿Cuál es el promedio que invierte en las compras de productos ferreteros?

- \$ 1 – 10 ()
- \$ 11 – 20 ()
- \$ 21 – 30 ()
- \$ 31 a Más ()

6.- ¿Seleccione los inconvenientes que se presentan al momento de su compra?

- Calidad ()
- Precio ()
- Atención ()
- Presentación del Producto ()
- Ninguno ()

7.- ¿Cuál es la procedencia de los productos ferreteros que compra?

- Nacional ()
- Extranjera ()

8.- ¿Dónde realiza la compra de los productos ferreteros?

- Ferretería Lisbeth ()
- Ferretería Murillo ()
- Ferretería Trujillo ()
- Ferretería Dianita ()

9 ¿Cómo califica la atención que le brindan las ferreterías?

- Mala ()
- Regular ()
- Buena ()
- Muy Buena ()
- Excelente ()

10.- ¿Cuál es la razón por la que compra en la ferretería?

- Precios ()
- Atención ()
- Lugar ()
- Otro ()

¿Cuáles? _____

11.-¿Por qué precio se inclinaría usted para hacer una adquisición de producto ferretero?

- Alto ()
- Mediano ()
- Bajo ()
- Otros ()

12.- ¿Dónde considera Ud. Que debe estar ubicado la sucursal de la ferretería?

- Avenida principal ()
- En el centro de la ciudad ()
- Centros comerciales ()
- Otros ()

13.- Le gustaría que se implemente una sucursal en la ferretería del cantón Quinsaloma?

Si ()

No ()

14.- Si hubiese una Sucursal en la ferretería Domínguez en este sector que le brinde buen precio, comodidad y buena atención. ¿Cambiaría de lugar para comprar?

Si ()

No ()

15.- ¿Cuál es su ingreso económico mensual?

\$1.00 a 100.00 ()

\$101.00 a 200.00 ()

\$201.00 a 300.00 ()

\$ 300.00 a más ()

Anexo 2.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA



GUIA DE ENTREVISTA PARA DETERMINAR LA OFERTA

La presente encuesta tiene como propósito conocer el criterio para determinar la factibilidad para la creación de una sucursal en la ferretería Domínguez en el Cantón Quinsaloma, Provincia de Los Ríos.

1.- ¿Cuál es el horario de atención de la ferretería?

7 a.m. – 19H00 p.m. ()

8 a.m. – 19H00 p.m. ()

9 a.m. – 19H00 p.m. ()

2.- ¿Qué días de la semana se atiende en la ferretería?

Lunes a viernes ()

Lunes a sábados ()

Lunes a domingo ()

3.- ¿El local donde funciona la ferretería es?

Propio ()

Alquilado ()

Otros ()

¿Cuál? _____

4.- ¿Cuál es el número de empleados que tiene la ferretería?

1 a 5 ()

5 a 10 ()

Más de 10 ()

5.- Los proveedores son a nivel:

Nacional ()

Regional ()

Local ()

6.- ¿Cuáles son los días de mayor demanda en la ferretería?

Lunes ()

Martes ()

Miércoles ()

Jueves ()

Viernes ()

Sábado ()

Domingo ()

7.- ¿Cuál es el monto mensual en dólares que generan las ventas en su ferretería?

\$ 5.000 a 10.000 ()

\$ 10.000 a 15.000 ()

\$ 15.000 a 20.000 ()

\$ 20.000 a más ()

8.- ¿Cuál es el sistema de venta en la ferretería?

Efectivo ()

Tarjetas de debito ()

Cheque ()

Otros ()

¿Cuál? _____

9.- ¿Cuál es la forma de pago a los proveedores de la ferretería?

Efectivo ()

Crédito ()

Otros ()

¿Cuál? _____

10.- ¿Está satisfecho con la calidad de los productos que ofrecen los proveedores?

Si ()

No ()

11.- ¿Cuenta la ferretería con una amplia gama de productos ferreteros?

Si ()

No ()

12.- ¿Cuáles son los productos ferretero de mayor venta?

Limpieza ()

Materiales eléctricos ()

Materiales de construcción ()

Herramientas ()

Otros ()

13.- ¿Dónde adquiere Ud. su mercadería para la ferretería?

Guayaquil ()

Quito ()

Otros ()

¿Por qué? _____

14.- ¿Cuál es el sistema de compra de los productos ferreteros?

Distribuidores ()

Catálogo ()

Otras () ¿Cuál? _____

15.- ¿Cuántos años tiene ofreciendo los productos ferreteros en el cantón?

1 a 2 ()

3 a 4 ()

Más de 4 ()

16. ¿Cuántos clientes considera Ud. que atiende semanalmente?

Ferretería Lisbeth _____

Ferretería Carrillo _____

Ferretería Dianita _____

Ferretería Trujillo _____

Anexo 3.



Foto 1. Entrevista a la propietaria de la ferretería Domínguez



Foto 2. Entrevista a la propietaria de la ferretería Lisbeth



Foto 3. Encuesta a la demanda de productos ferreteros



Foto 4. Encuesta a la demanda de productos ferreteros



Foto 5. Encuesta a la demanda de productos ferreteros



Foto 6. Encuesta a la demanda de productos ferreteros