



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Contabilidad y Auditoría

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA
EMPRESA “DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN
DREAM”, EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Trabajo de Integración Curricular previo a la
obtención del título de Licenciado en
Contabilidad y Auditoría.

AUTOR:

José Luis Gualán Paladines

DIRECTORA:

Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda MAE.

Loja - Ecuador
2022

Certificación

Loja, 20 de septiembre del 2022

Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda MAE.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Certifica:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM”, EN LA CIUDAD DE LOJA”** de autoría del estudiante **José Luis Gualán Paladines**, previa a la obtención del título de **Licenciado en Contabilidad y Auditoría**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.

Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda MAE.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **José Luis Gualán Paladines**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma: _____

Cédula de Identidad: 1105817348

Fecha: 20 de septiembre del 2022

Correo electrónico: jose.gualan@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0986644738

Carta de autorización del trabajo de integración curricular por parte del autor para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo.

Yo, José Luis Gualán Paladines declaro ser autor del trabajo de integración curricular titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM”, EN LA CIUDAD DE LOJA”** como requisito para optar el título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del trabajo de integración curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 20 días del mes de septiembre del dos mil veinte y dos.

Firma: _____

Autor: José Luis Gualán Paladines

Cédula: 1105817348

Dirección: Barrio Guadalupe, Calles Paraguay y Cofanes

Correo electrónico: jose.gualan@unl.edu.ec

Celular: 0986644738

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Directora del Trabajo de Titulación: Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda MAE.

Tribunal de Grado:

Presidente del Tribunal: Dra. Elvia Zhapa Amay

Integrante del Tribunal: Ing. Mery Cuenca Jiménez

Integrante del Tribunal: Ing. Luis Riofrio Leyva

Dedicatoria

“El éxito es la suma de pequeños esfuerzos, que se repiten día tras día”

El presente trabajo va dedicado en primer lugar a mis padres Manuel de Jesús Gualán Suquilanda y Nelva María Paladines Criollo, por ser ellos quienes me inculcaron el estudio y me ayudaron a superarme cada día con su apoyo y amor incondicional, con su motivación constante y enseñanza acompañada de la formación y la guía adecuada lograron hacer de mí una persona de bien, con objetivos y metas que el día de hoy se cumplen y me ayudan a dar un paso más en la vida.

A mis hermanas Alejandra Gualán Paladines y Mónica Gualán Paladines, quienes con su amor y paciencia supieron guiarme y darme la mano cuando más lo necesité en toda mi formación académica, quienes desde pequeños me extendieron la mano para nunca soltarme y me han guiado a cumplir con cada uno de mis objetivos propuestos. Y a toda mi familia en general, mis tíos, primos, y abuelos quienes día a día aportaron ese granito de arena indispensable para poder culminar mi formación ética y profesional.

MUCHAS GRACIAS.

José Luis Gualán Paladines

Agradecimiento

Mi gratitud eterna a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, a la Carrera de Contabilidad y Auditoría, a las autoridades y personal docente, quienes con dedicación, responsabilidad y experiencia académica me impartieron sus sabias enseñanzas, sus valiosos conocimientos y me brindaron su apoyo en todos los momentos de mi formación profesional.

De manera especial a la Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda MAE, directora del Trabajo de Integración Curricular, quien con sus conocimientos y perseverancia ha sabido guiarme de manera acertada para la realización y culminación del presente trabajo de integración curricular.

Finalmente agradezco a todas aquellas personas de la Ciudad de Loja, quienes no escatimaron esfuerzo alguno en proporcionarme la información necesaria para la elaboración y culminación exitosa del trabajo de integración curricular.

José Luis Gualán Paladines

Índice de Contenidos

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de Autorización.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
• Índice de Tablas	
• Índice de Imágenes.....	
• Índice de Figuras	
• Índice de Anexos	
1. Título	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico.....	6
Emprendimiento	6
Empresa.....	7
Empresa Comercial	11
Proyecto de Inversión.....	14
Análisis Situacional.....	18
Proyecto de Factibilidad.....	20
Estudio de Mercado.....	21
Estudio Técnico.....	29
Estudio Organizacional	34
Estudio Financiero.....	39
Evaluación Financiera	50

5. Metodología	55
Métodos	55
Técnicas	56
6. Resultados	61
7. Discusión	175
8. Conclusiones	177
9. Recomendaciones	179
10. Bibliografía	180
11. Anexos	188
Anexo 1. Proyecto de Integración Curricular	188
Anexo 2. Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto	192
Anexo 3. Encuesta	201
Anexo 4. Certificación de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular	204
Anexo 5. Certificación de Traducción de Abstract	205

Índice de Tablas

Tabla 1. Tipos de Proyectos de Inversión	16
Tabla 2. Tipos Estudios de Factibilidad	21
Tabla 3. Estructura de mercado	23
Tabla 4. Perfil del consumidor	28
Tabla 5. Inversión Fija	40
Tabla 6. Inversión Diferida	41
Tabla 7. Inversión de Capital de Trabajo	41
Tabla 8. Financiamiento	42
Tabla 9. Formato del Presupuesto de Ingresos	42
Tabla 10. Formato del Presupuesto de Costos	44
Tabla 11. Formato de estado de pérdidas y ganancias	46
Tabla 12. Formato Flujo de Efectivo	47
Tabla 13. Formato del Balance General	48

Tabla 14. Rango de Edades	57
Tabla 15. Nivel de Confianza.....	59
Tabla 16. Género	61
Tabla 17. Rango de Edad	62
Tabla 18. Facilidad en la Compra del Producto	63
Tabla 19. Existencia de un Negocio en la Distribución de Colchones	64
Tabla 20. Forma de Pago.....	65
Tabla 21. Preferencia del Producto	66
Tabla 22. Preferencia del Producto en Base a las Marcas más Conocidas	67
Tabla 23. Especificaciones del Producto.....	68
Tabla 24. Nivel de Confort.....	69
Tabla 25. Medidas del Producto.....	70
Tabla 26. Renovación de Colchón	71
Tabla 27. Competencia.....	72
Tabla 28. Aceptación de la Empresa.....	73
Tabla 29. Tasas de Inflación Anual.....	76
Tabla 30. Cronología de los presidentes del Ecuador	78
Tabla 31. Evolución del Desempleo, Subempleo y Empleo Adecuado 2017 - 2021	81
Tabla 32. Uso de las Tics	82
Tabla 33. Matriz FODA “GOLDEN DREAM”	85
Tabla 34. Proyección de la Demanda Potencial	87
Tabla 35. Proyección de la Demanda Real	88
Tabla 36. Proyección de la Demanda Efectiva	88
Tabla 37. Proyección de la Oferta.....	90
Tabla 38. Cálculo de la demanda Insatisfecha	90
Tabla 39. Productos.....	91
Tabla 40. Identificación del Personal	97
Tabla 41. Principales Proveedores	97
Tabla 42. Matriz de Micro Localización de la Empresa	100
Tabla 43. Niveles de Jerarquía	105
Tabla 44. Presupuesto de Muebles y Enseres	110

Tabla 45. Depreciación de Muebles y Enseres	111
Tabla 46. Presupuesto de Equipo de Cómputo	112
Tabla 47. Depreciación de Equipo de Cómputo	113
Tabla 48. Presupuesto del Vehículo	113
Tabla 49. Depreciación de Vehículo	114
Tabla 50. Resumen de Inversiones en Activos Fijos	115
Tabla 51. Resumen Depreciaciones en Activos Fijos	115
Tabla 52. Activos Diferidos	116
Tabla 53. Amortización de Activos Diferidos	117
Tabla 54. Amortización General de Activos Diferidos.....	117
Tabla 55. Resumen de la Propiedad, Planta y Equipo	118
Tabla 56. Presupuesto del Inventario para la Venta.....	119
Tabla 57. Rol de Pagos al Personal de Ventas	122
Tabla 58. Rol de Pagos al Chofer.....	123
Tabla 59. Presupuesto de Publicidad y Promoción	124
Tabla 60. Rol de pagos al Personal Administrativo	124
Tabla 61. Presupuesto de Servicios Profesionales	125
Tabla 62. Presupuesto de Suministros de Oficina.....	126
Tabla 63. Presupuesto de Suministros de Limpieza.....	127
Tabla 64. Presupuesto de Servicios Básicos	128
Tabla 65. Presupuesto de Arriendo de Local	128
Tabla 66. Presupuesto de Mantenimiento y Reparaciones.....	129
Tabla 67. Presupuesto del Consumo de Combustible	129
Tabla 68. Otros Enseres	130
Tabla 69. Resumen de los Activos Circulantes.....	131
Tabla 70. Resumen de la Inversión Total.....	132
Tabla 71. Fuentes de Financiamiento de la Inversión.....	133
Tabla 72. Tabla de la Amortización Préstamo	133
Tabla 73. Presupuesto de Ingresos	135
Tabla 74. Porcentaje Promedio de la Actividad Comercial	138
Tabla 75. Proyección de Ingresos	139

Tabla 76. Promedio de Inflación.....	140
Tabla 77. Porcentaje Promedio de los Sueldos	140
Tabla 78. Proyección de Sueldos Administrativos.....	141
Tabla 79. Proyección de Sueldos	142
Tabla 80. Proyección de Sueldos al Personal de Ventas.....	143
Tabla 81. Proyección de Sueldos al Chofer	144
Tabla 82. Proyección del Presupuesto de Egresos	145
Tabla 83. Estado de Resultados Proyectado.....	146
Tabla 84. Flujo de Caja Proyectado	148
Tabla 85. Clasificación de los Costos Fijos y Variables	149
Tabla 86. Datos Punto de Equilibrio Año 1	151
Tabla 87. Resultados Punto de Equilibrio Año 1	151
Tabla 88. Datos Punto de Equilibrio Año 2	154
Tabla 89. Resultados Punto de Equilibrio Año 2.....	154
Tabla 90. Datos Punto de Equilibrio Año 3	157
Tabla 91. Resultados Punto de Equilibrio Año 3.....	157
Tabla 92. Datos Punto de Equilibrio Año 4	160
Tabla 93. Resultados Punto de Equilibrio Año 4.....	160
Tabla 94. Datos Punto de Equilibrio Año 5	163
Tabla 95. Resultados Punto de Equilibrio Año 5.....	163
Tabla 96. Cálculo de la TMAR	166
Tabla 97. Cálculo del Valor Actual Neto.....	167
Tabla 98. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno	168
Tabla 99. Cálculo Relación Beneficio - Costo.....	169
Tabla 100. Cálculo de la Recuperación del Capital	170
Tabla 101. Análisis de Sensibilidad con Incremento en los Costos.....	171
Tabla 102. Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos.....	173

Índice de Imágenes

Imagen 1. Logo	91
Imagen 2. Promoción del Colchón por Navidad	93
Imagen 3. Promoción por el Día de la Madre	94
Imagen 4. Promoción por el Día del Padre	94
Imagen 5. Promoción Especial de los Colchones	95
Imagen 6. Mapa de la Provincia de Loja.....	98
Imagen 7. Mapa del Cantón de Loja	98
Imagen 8. Mapa de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja.....	99
Imagen 9. Mapa de la Ubicación del Local.....	100
Imagen 10. Distribución de las Áreas	101

Índice de Figuras

Figura 1. Clasificación de las empresas	10
Figura 2. Elementos de la Empresa Comercial	12
Figura 3. Las Cuatro Ps del Marketing	27
Figura 4. Organigrama Estructural.....	36
Figura 5. Gráfica Punto de equilibrio.....	50
Figura 6. Género.....	61
Figura 7. Rango de Edad	62
Figura 8. Facilidad en la Compra del Producto.....	63
Figura 9. Existencia de un Negocio en la Distribución de Colchones	64
Figura 10. Forma de Pago	65
Figura 11. Preferencia del Producto.....	66
Figura 12. Preferencia del Producto en Base a las Marcas más conocidas.....	67
Figura 13. Especificaciones del Producto	68
Figura 14. Nivel de Confort	69
Figura 15. Medidas del Producto	70
Figura 16. Renovación de Colchón.....	71

Figura 17. Competencia	72
Figura 18. Aceptación de la Empresa.....	73
Figura 19. Evolución del PIB Ecuatoriano.....	74
Figura 20. Evolución del PIB dentro de la Industria Comercial	75
Figura 21. Flujograma del proceso de venta	103
Figura 22. Organigrama Estructural de “GOLDEN DREAM”.....	106
Figura 23. Organigrama Funcional de “GOLDEN DREAM”	107
Figura 24. Representación Gráfica del Punto de Equilibrio Año 1.....	153
Figura 25. Representación Gráfica del Punto de Equilibrio Año 2.....	156
Figura 26. Representación Gráfica del Punto de Equilibrio Año 3.....	159
Figura 27. Representación Gráfica del Punto de Equilibrio Año 4.....	162
Figura 28. Representación Gráfica del Punto de Equilibrio Año 5.....	165

Índice de Anexos

Anexo 1. Proyecto de Integración Curricular.....	188
Anexo 2. Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto	192
Anexo 3. Encuesta.....	201
Anexo 4. Certificación de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular	204

1. Título

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA
“DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM”, EN LA CIUDAD DE LOJA”**

2. Resumen

El Trabajo de Integración Curricular, “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM”, EN LA CIUDAD DE LOJA”, tiene como objetivo principal: determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de colchones en la ciudad de Loja, con la finalidad de conocer si el proyecto es viable o no. Para la creación de la empresa se desarrolló un proyecto de factibilidad, mismo que da inicio con la elaboración de un estudio de mercado donde los datos que se obtuvieron mediante la aplicación de la encuesta, determinaron que en la ciudad de Loja existe una demanda efectiva del 69,97 % y, una demanda insatisfecha de 22.572 personas. En cuanto al estudio técnico, se estableció la ubicación de la empresa con la ayuda de la macro y micro localización, misma que será en el sector denominado Cuarto Centenario, se precisó que la búsqueda del local estará dado por el rango de las siguientes calles; Principal Ramón Pinto y Lauro Guerrero hasta sus transversales, es decir hasta las calles José Antonio Eguiguren o Vicente Rocafuerte, en el estudio organizativo se elaboró un direccionamiento estratégico donde se dio a conocer su misión, visión y valores, además está definida por los organigramas estructural y funcional, detallando cada una de las actividades a desarrollar por parte de los empleados. En el estudio financiero, se fijó el capital inicial de \$ 109.673,76 que será aportado por los socios de la empresa, el capital externo se fijó en \$ 200.000,00 mismo que será financiado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP, obteniendo una inversión total de \$ 309.673,76. En la Evaluación Financiera se determinó el Valor Actual Neto de \$ 11.292,80; la Tasa Interna de Retorno de 10,06 %, la Relación Beneficio Costo de \$ 1,39 el Periodo de Recuperación de Capital de 4 años 8 meses y 15 días y, el análisis de sensibilidad muestra que el proyecto puede soportar un incremento de Costos del 9,83 % y una disminución en los Ingresos del 7,40 %

Con los aspectos antes mencionados se concluye que la implementación de la empresa es factible, tomando en consideración que los indicadores de evaluación financiera, son positivos y aseguran la inversión; por ello, se recomienda su ejecución.

Palabras claves: Estudio de Factibilidad, Estudio de Mercado, Estudio Financiero, Indicadores Financieros.

2.1. Abstract

The main objective of the Curricular Integration Work, "FEASIBILITY PROJECT FOR THE CREATION OF THE COMPANY "DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM", IN THE CITY OF LOJA", is to determine the feasibility for the creation of a company dedicated to the commercialization of mattresses in the city of Loja, in order to know if the project is viable or not. For the creation of the company a feasibility project was developed, which begins with the development of a market study where the data obtained through the application of the survey, determined that in the city of Loja there is an effective demand of 69.97% and an unsatisfied demand of 22,572 people. As for the technical study, the location of the company was established with the help of the macro and micro location, which will be in the sector called Cuarto Centenario, it was specified that the search of the premises will be given by the range of the following streets; Principal Ramón Pinto and Lauro Guerrero up to its transversals, that is to say up to the streets José Antonio Eguiguren or Vicente Rocafuerte, in the organizational study a strategic directioning was elaborated where its mission, vision and values were made known, it is also defined by the structural and functional organization charts, detailing each one of the activities to be developed by the employees. In the financial study, the initial capital was set at \$109,673.76, which will be contributed by the company's partners; the external capital was set at \$200,000.00, which will be financed by the Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP, resulting in a total investment of \$309,673.76. The Financial Evaluation determined the Net Present Value of \$ 11,292.80; the Internal Rate of Return of 10.06 %, the Benefit-Cost Ratio of \$ 1.39, the Capital Recovery Period of 4 years, 8 months and 15 days, and the sensitivity analysis shows that the project can support an increase in Costs of 9.83 % and a decrease in Income of 7.40 %.

With the aforementioned aspects, it is concluded that the implementation of the company is feasible, taking into consideration that the financial evaluation indicators are positive and ensure the investment; therefore, its execution is recommended.

Key words: Feasibility Study, Market Study, Financial Study, Financial Indicators.

3. Introducción

El proyecto de factibilidad es una herramienta importante que se utiliza para guiar la decisión de continuar o abandonar un proyecto, además de ayudar a identificar la necesidad de un producto o servicio que aún no esté satisfecha mismo que se desarrollará con los recursos disponibles para mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos y, en consecuencia, mejorar la situación económica del lugar o país donde se realiza la investigación.

En los últimos tiempos, el Ecuador ha experimentado una economía local cambiante, donde las fuentes de empleo han disminuido drásticamente, ante ello es fundamental que las personas opten por encontrar una salida donde su dependencia y salud financiera sea propia con ideas de negocios que les permitan contribuir a la economía personal, local y nacional; es por esto, que de acuerdo a la Superintendencia de Compañías (2021), el porcentaje de personas que eligen crear un emprendimiento con ideas similares o distintas, ha incrementado considerablemente en los últimos 5 años, valor que se representa con un promedio del 26,14 %, gracias a este dato, ha surgido la idea de realizar un proyecto de factibilidad para la implementación de un negocio enfocado a la comercialización de colchones en la ciudad de Loja; lo cual aportará en la generación de fuentes de empleo y al crecimiento de la economía local y nacional; referente a lo anterior, es importante tener en claro el componente financiero el cual permitirá analizar la viabilidad del proyecto y a su vez la correcta toma de decisiones que mitiguen los riesgos, esta evaluación permite no sólo conocer el monto de la inversión del proyecto, sino también sus costos asociados para determinar precios que permitan plantear metas de ingresos o ventas; además de eso, se puede estimar el potencial de creación de riqueza o valor para los inversores.

En tal sentido, el Trabajo de Integración Curricular titulado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM”, EN LA CIUDAD DE LOJA” está enfocado en la adquisición de colchones para la venta con el propósito de cubrir las necesidades insatisfechas y generar rentabilidad económica que permita el desarrollo correcto del proyecto de factibilidad; además, de contribuir en forma de guía para aquellos inversionistas que pretendan incurrir en emprendimientos de igual naturaleza, con la finalidad de que puedan tomar decisiones de inversión de acuerdo a una

planificación establecida; del mismo modo, permitirá a quienes decidan utilizarla como fuente para trabajar en posibles proyectos de inversión, y comparar resultados en torno a un tema similar.

El Trabajo de Integración Curricular se encuentra estructurado de conformidad con lo establecido en el artículo 229 del Reglamento de Régimen Académico vigente en la Universidad Nacional de Loja, el mismo que está constituido de la siguiente manera: **Título**, el cual corresponde a la denominación del Trabajo de Integración Curricular; **Resumen**, comprende una síntesis de los resultados obtenidos de acuerdo a los objetivos planteados en español y traducido al inglés; **Introducción**, describe la importancia del título, y el aporte que se le dará a la empresa mediante el Trabajo de Integración Curricular así como la estructura general; **Marco Teórico**, incluye la revisión bibliográfica de las bases indispensables en la elaboración del proyecto, lo que permitió conocer los elementos que giran en torno a la elaboración de un estudio de factibilidad; **Metodología**, describe los métodos y técnicas empleadas en el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular; **Resultados**, comprende el Estudio de Mercado, el Estudio Técnico, el Estudio Financiero y , la Evaluación Financiera; **Discusión**, hace referencia a los resultados de la situación actual con los beneficios que traería la implementación del proyecto de factibilidad en la ciudad de Loja; **Conclusiones**, son los resultados obtenidos en forma resumida en relación a los objetivos propuestos; **Recomendaciones**, son aquellas sugerencias realizadas conforme a los resultados obtenidos; **Bibliografía**, se detalla el listado de las fuentes de información teórica utilizadas en el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular; y, finalmente, los **Anexos**, en el que constan los documentos de soporte para la realización del Trabajo de Integración Curricular, mismos que son los siguientes: Proyecto de Integración Curricular, los Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto, la Encuesta y la Certificación de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular.

4. Marco Teórico

Emprendimiento

En el estudio realizado por Vallejos Saldarriaga et al. (2020), manifiesta que el emprendimiento implica algo nuevo, comprendiendo una empresa individual o un grupo de empresas para explotarla como una situación y una nueva oportunidad.

Por otro lado Cortés Ynzunza & Izar Landeta (2020), señalan que el emprendimiento surge como una iniciativa de negocio en la que el emprendedor es el generador de una idea, quien visualiza la oportunidad y hace uso de su formación (educación y experiencia), ingenio e innovación para desarrollar la misma a través del establecimiento de una empresa.

De acuerdo a la Fundación Seres (n.d.) el emprendimiento es aquella actitud y aptitud que desarrolla una persona la cual le da la facultad de iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado.

Anudando a lo anterior, el concepto mismo de emprendimiento requiere de una conducta activa frente a un nuevo producto, proceso, ingresar a nuevos mercados, nuevas situaciones que se pueden apreciar en una nueva organización, comprometiendo en el proceso su capital y exponiéndose al peligro de conciliar un fracaso empresarial, y a las repercusiones de éste, la autoestima y las posibles decisiones futuras de encaminarse hacia un nuevo proyecto de emprendimiento.

Importancia

Según Martínez Cañon (s.f.) El hábito de emprender hoy en día, ha ganado una significativa importancia por la necesidad de las personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los causantes principales de este hecho significativo son los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, como resultado han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Objetivo

El objetivo principal del emprendedor es, a partir de una idea inicial, tener la iniciativa y la decisión de emprender en un proyecto empresarial el cual le permita introducirse en el mercado bien sea fabricando un producto o bien prestando un servicio (Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, s/f).

Idea de negocio

Según el portal web Discapnet (2019) define a la idea de negocio como el producto o servicio que se desea ofrecer o implementar al mercado, siendo este el medio para atraer a la clientela y obtener así un beneficio económico. Constituye la oportunidad de un nuevo negocio y las decisiones que tomemos basadas en ella llevarán a la creación de la empresa, teniendo como resultado el éxito o no de la misma.

Empresa

Espejo (2007) En su obra “Contabilidad General” denomina que la empresa es toda actividad económica que se dedica a producir bienes y servicios para posteriormente venderlos y satisfacer las necesidades del mercado a través de establecimientos comerciales, con el propósito principal de obtener ganancias por la inversión realizada.

Según el Diccionario de la Lengua Española (2021) la empresa es una “Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.”

Por su parte Zapata (2017), manifiesta que una empresa se define como una organización económica socialmente responsable, creada por uno o más propietarios para realizar actividades comerciales, producir bienes o brindar servicios, y que requiere de la ayuda de sus dueños, la ayuda humana, financiera y tecnológica.

El fundamento principal para la creación de las empresas se basa en su propia definición la cual es, la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular, constituidas principalmente por una o varias personas en busca del crecimiento financiero.

Importancia

La importancia de la productividad de una empresa está ligada a su rentabilidad, combinación que se obtiene alcanzando la máxima calidad, como lo declara (Lucila et al., 2016), pero no sólo en los procesos de elaboración del producto, sino en todas las dimensiones con las que se compara la empresa, además de que aportan a:

- Crear fuentes de trabajo.
- Satisfacer las necesidades de la sociedad al producir bienes y servicios socialmente necesarios.
- Promover el desarrollo económico y social al fomentar la inversión.
- Son una fuente de ingresos para el sector público mediante la recaudación de impuestos.
- Propician la investigación y el desarrollo tecnológico.
- Proporcionan rendimientos a los inversionistas.

Objetivo

Espejo & López (2018) mencionan que para concretar una idea de negocio es necesario incorporar talento, esfuerzo, conocimientos, tecnología y recursos económicos bajo un mismo techo; es por eso el nacimiento de las organizaciones económicas. Una organización económica, independientemente de la actividad o del giro al que se dedique tiene como objetivo servir a su clientela, ya sea esta, una parte de la sociedad o a su totalidad. En la medida en que satisfaga las necesidades de la clientela, dicha entidad verá maximizado su valor.

Características

- Realizan actividades económicas tales como: la producción, distribución de bienes y servicios que satisfacen necesidades humanas.
- Cuentan con recursos humanos, técnicos y financieros además de capital.
- Planean todas sus actividades de acuerdo a los objetivos que desean alcanzar.
- Son un instrumento muy importante del proceso de crecimiento y desarrollo económico y social.
- Autonomía.
- Cuentan con una organización sencilla con el personal necesario para su funcionamiento.

Elementos

De acuerdo a López (2020) debemos considerar a la empresa como un sistema, es decir, como un conjunto de elementos relacionados entre sí, por ello, los elementos que la constituyen permiten a la misma llevar a cabo todas sus actividades de forma correcta y eficiente:

Recursos Humanos

- Propietarios: Dueños de la empresa y aportan el capital para su creación.
- Directivos: Son los empresarios, es decir, las personas que gestionan la empresa.
- Empleados: Son aquellos que aportan su trabajo a cambio de un salario.

Elementos Tangibles e Intangibles

- Capital no corriente: Elementos tangibles e intangibles que permanecen en la empresa durante más de un ejercicio económico (mobiliario, software, etc.).
- Capital corriente: Elementos que permanecen en la empresa durante menos de un año o ejercicio económico (existencias, material de oficina, dinero, etc.).

Otros Elementos Inmateriales

- Organización: Relaciones formales e informales, estructura organizativa, etc.
- Cultura: Creencias y valores que definen una empresa.
- Imagen: Es la percepción del entorno de la empresa sobre sí misma.

Entorno Empresarial

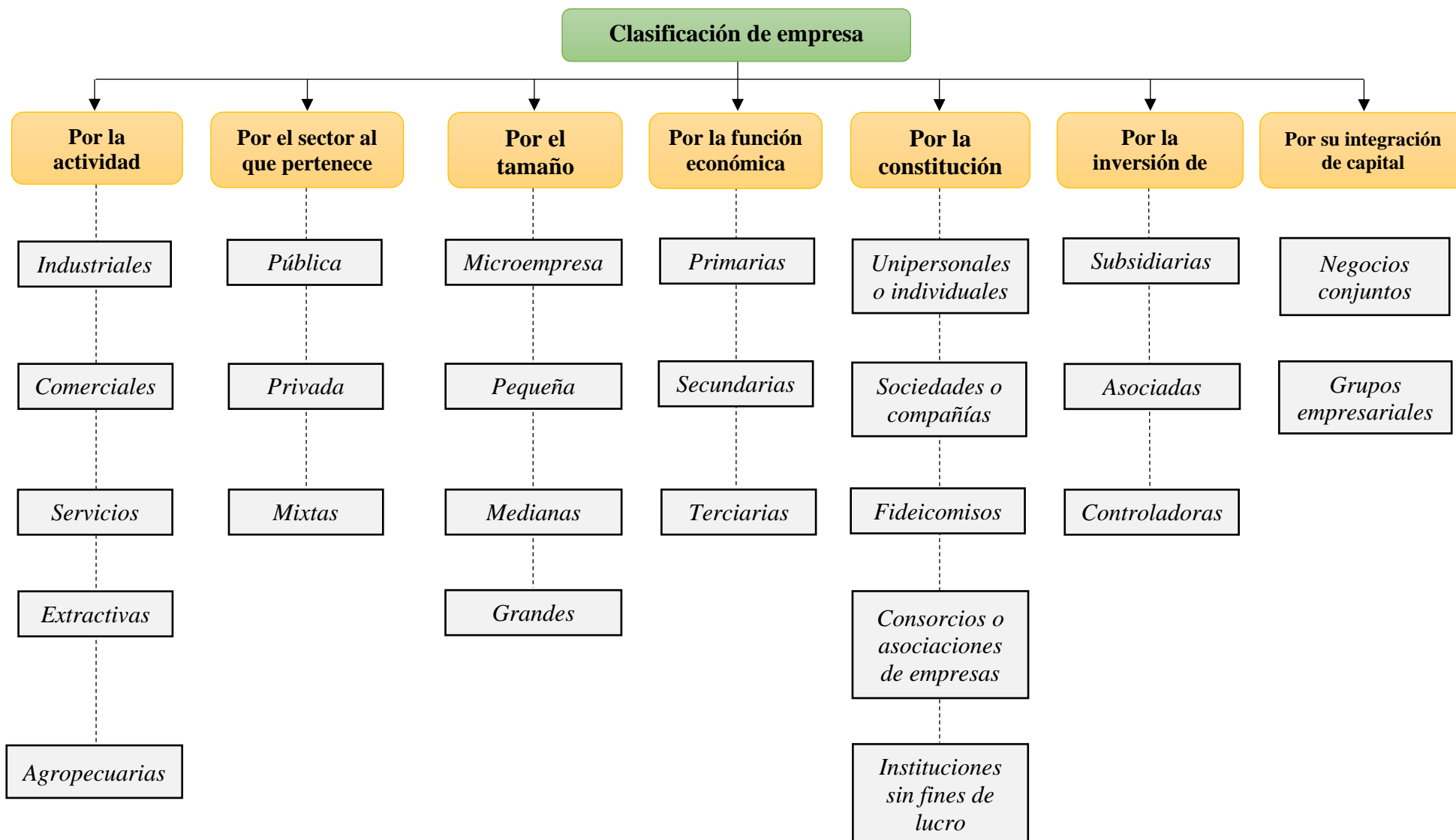
- General: Político-legal, económico, sociocultural y tecnológico.
- Específico: Proveedores e intermediarios, clientes, competidores actuales, competencia futura y productos sustitutos.

Clasificación

La clasificación de empresas se aplica de la siguiente manera, como lo menciona: Espejo & López (2018), donde da a conocer distintos tipos de organizaciones, con sus respectivas características:

Figura 1.

Clasificación de las empresas



Nota: Adaptado del Libro Contabilidad General: Enfoque Con Normas Internacionales De Información Financiera (NIIF) (p. 16), por López, Genoveva y Espejo, Lupe, (2018).

Empresa Comercial

Según Espejo & López (2018) la empresa de tipo comercial, son aquellas empresas que se dedican a la adquisición de bienes o productos, con el objeto de comercializarlos sin realizar transformación alguna y obtener ganancias. Ejemplos: supermercados, librerías, mueblerías, empresas que comercializan autos, equipos informativos, etc.

Por su lado, Zapata (2017) afirma que las empresas comerciales son aquellas que tienen por actividad principal la compra y venta de bienes sin ningún tipo de transformación, y establecen un valor marginal conocido como utilidad.

Tal como lo expresa Corvo (2020) la empresa comercial “es una compañía o sociedad dedicada a actividades relacionadas con la compraventa o distribución de bienes o mercancías.”

De acuerdo a los conceptos previos de los diferentes autores, se entiende que una empresa comercial es una entidad u organización, creada por una o varias personas, con la finalidad de dar solución a una necesidad humana, con la compra y venta de bienes, sin ninguna modificación.

Objetivos

- Satisfacer la demanda de los usuarios respecto a un producto determinado.
- Compra y venta de materia prima o de bienes.
- Cumplen la función de intermediarias entre los productores y los consumidores.

Importancia

Las empresas de tipo comercial son de vital importancia para el desarrollo económico y de la colectividad, por la sencilla razón de que este tipo de empresas satisfacen las necesidades básicas de la sociedad o de la gran parte de ella, además de ofertar o crear múltiples fuentes de empleo.

Características

Para Corvo (2020b) las empresas que tienen por actividad principal la comercialización de un producto presentan las siguientes características:

- Compra y venta de mercancías

- Afán de lucro
- Puede ser mixta
- No tiene terminación (Proyecto en marcha)

Funciones

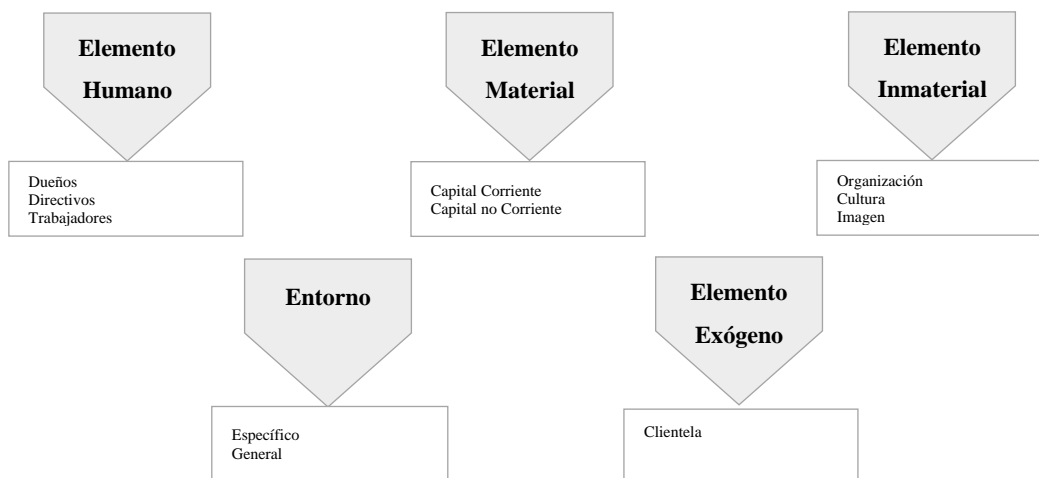
- Ofrecer productos a consumidores
- Desarrollar la demanda
- Satisfacer la demanda

Elementos

Según Martínez (2018), los elementos de una empresa comercial son el conjunto de los medios utilizados para llevar a cabo las actividades empresariales para conseguir los objetivos propuestos, compuesta por elementos tangibles (elementos humanos, activos físicos, capacidades financieras y productivas y transformaciones) y elementos intangibles (esfuerzos, resultados y capacidades técnicas). Su propósito es satisfacer las necesidades y deseos de su mercado objetivo con la finalidad de obtener alguna utilidad o beneficio, en base a ello se los clasifica de la siguiente manera:

Figura 2.

Elementos de la Empresa Comercial



Nota: La figura muestra los elementos que hacen parte de una empresa comercial.

Clasificación

La clasificación de la empresa comercial se aplica de la siguiente manera, como lo menciona: Corvo (2020), donde da a conocer distintos tipos de organizaciones, con sus respectivas características

Según los Tipos de Consumidores

Empresas mayoristas. Se refieren a aquellas empresas que mueven la mercancía a gran escala, compran productos directamente de las fábricas.

Empresas intermediarias o distribuidoras. Estas empresas actúan como agentes intermediarios que compran las mercancías en grandes cantidades para luego revenderlas a las empresas minoristas en una menor cantidad.

Empresas al menudeo. Son las empresas que se forman con un almacén o tienda, y que realizan el proceso de venta de productos.

Empresas minoristas. Se refiere a las empresas que venden a pequeña escala, sin ir más allá de los límites geográficos de una población.

Empresas comisionistas. Están conformadas por empresas o personas jurídicas que no adquieren los productos para almacenarlos hasta venderlos, sino que los comercializan en base al inventario de otras compañías.

Según los Productos

Bienes de producción. Son empresas que comercializan productos en la forma de materias primas.

Productos terminados. Se refiere a las empresas que comercializan productos terminados, que son los productos que ya se encuentran listos para poder ser utilizados por los consumidores finales. (Jenny et al., 2017)

Proyecto de Inversión

De acuerdo a Meza (2017) un proyecto de inversión es “un plan, al que si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad”. (p. 17)

Por otro lado, Rodríguez Aranday (2018) afirma que la formulación y evaluación de proyectos de inversión comienza con un plan de negocios elaborado por un ideólogo emprendedor con el objetivo de aprovechar las oportunidades para producir productos y servicios que satisfagan necesidades o resuelvan problemas. Este plan se crea mediante la realización de estudios de mercado que examinan la factibilidad de la demanda pública a la que se debe dirigirse el producto o servicio; así como la investigación técnica que determina la factibilidad de producir un determinado producto o servicio, y la compilación de los estados financieros pro forma que se organizan numéricamente con los resultados de la investigación técnica y de mercado realizada.

Un proyecto de inversión según Viñán et al. (2018) está conformado por tres componentes, de los cuales tenemos los siguientes:

- **Estudio de mercado:** incluye al consumidor, competidor, proveedor y distribuidor.
- **Estudio técnico:** enfocado al tamaño, localización, proceso productivo, distribución física, estructura organizacional del proyecto.
- **Estudio financiero:** formado por la evaluación financiera y económica. (p. 11)

De tal manera, se puede entender que un proyecto de inversión es un plan que permitirá al inversionista tomar la decisión de invertir o no; además, de que integra un sin número de acciones, que una vez sean implementadas, incrementaran la eficiencia y la distribución de un bien o servicio.

Importancia

El significado de optar por la inversión de un proyecto radica en la necesidad del mismo, por ello Murcia et al. (2019) afirma que los proyectos de inversión se formulan como respuesta a tres necesidades:

- Identificación de problemas por resolver relacionados con las necesidades de la población, la limitada disponibilidad de recursos técnicos y financieros y su uso óptimo y eficiente.

- Oportunidades de negocio relacionadas con la consolidación de estrategias que se desarrollan con determinados objetivos y organizaciones.
- La necesidad de contar con diferentes iniciativas, suficientemente articuladas y evaluadas, que permitan el desarrollo del país.

Los proyectos de inversión no solo son importantes en la solución de problemas y en la satisfacción de las necesidades individuales, sino que también ayudan de alguna manera a mejorar la economía del país y su desarrollo.

Características

Los diferentes proyectos de inversión de acuerdo a Ana Pérez (2022) tienen en común una serie de características:

- Cuentan con un propósito.
- Se resumen en objetivos y metas.
- Se ajustan a un plazo de tiempo limitado.
- Cuentan con, al menos, una fase de planificación, una de ejecución y una de evaluación.
- Involucran a personas, que actúan en base a distintos roles y responsabilidades.
- Se ven afectados por la incertidumbre.
- Se sujetan a un seguimiento para garantizar que el resultado es el esperado.

No está por demás señalar que cada uno de los proyectos de inversión, son diferentes entre sí; incluso aquellos con similares características.

Objetivo

Un proyecto de inversión tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social de una idea, de manera que dé solución a una necesidad humana, así como de las instituciones de fondeo (gobierno, fondos privados, fundaciones, instituciones crediticias, etc.)

Tipos de Proyectos

No existe una clasificación estandarizada para los tipos de proyectos ya que existen diferentes tipos y cada uno está dirigido a dar solución a una determinada barrera; sin embargo, Córdoba (2011) los agrupa de la siguiente manera:

Tabla 1.

Tipos de Proyectos de Inversión

<i>De acuerdo a su naturaleza</i>	<i>De acuerdo al área que pertenece</i>	<i>De acuerdo al fin buscado</i>	<i>Función al impacto en la empresa – Privadas</i>	<i>Proyectos públicos o sociales</i>
Dependientes	Productivos	Proyectos de	Creación de	Proyectos de
Independientes	De infraestructura	inversión privada	nuevas unidades	infraestructura
Mutualmente excluyentes	económica	Proyectos de	de negocios o	Proyectos de
	De infraestructura social	inversión pública	empresas	fortalecimiento
	De regulación y fortalecimiento de mercados	Proyectos de inversión social	Cambios en las unidades de negocios existentes	de capacidades sociales o gubernamentales
	De apoyo de base			

Nota: La tabla muestra los diferentes tipos de proyectos de inversión.

Fases de un Proyecto de Inversión

Las fases de un proyecto de inversión, tienen su inicio con un problema originado en una necesidad, a la cual se debe buscar solución. Generalmente, los proyectos de inversión atraviesan por cuatro grandes fases:

Fase de la Idea

En esta etapa se identifican los problemas que puedan resolverse y las oportunidades de negocio que puedan aprovecharse. La gran mayoría de las ideas que terminan en proyectos de inversión surgen del diagnóstico de las necesidades y problemas imperantes en una sociedad, un inversionista, una vez identificado este problema, puede plantear como alternativa de solución. Aquí nace la idea de un proyecto productivo.

Fase de Preinversión

Esta etapa corresponde a todos los estudios que son necesarios realizar antes de tomar la decisión de la inversión. Es conocida también como la Formulación y Evaluación del proyecto de inversión, en esta etapa se realizan los estudios necesarios para tomar la decisión de realizar o no el proyecto de inversión.

Etapa de Perfil. En el estudio de perfil, más que calcular la rentabilidad del proyecto, se busca determinar si existe alguna razón que justifique el abandono de una idea antes de que se destinen recursos. (Sapag Chain et al., 2021)

Etapa de Prefactibilidad. En esta etapa se profundiza la investigación en fuentes primarias y secundarias, lo que significa que además de la información obtenida a través de fuentes bibliográficas es menester hacer investigaciones de campo.

Etapa de Factibilidad. Este estudio constituye el paso final de la etapa de preinversión. Por tal motivo, entre las responsabilidades del evaluador, más allá del simple estudio de viabilidad, está la de velar por la optimación de todos aquellos aspectos que dependen de una decisión de tipo económico, el cálculo de las variables financieras y económicas debe ser lo suficientemente demostrativo para justificar la valoración de los distintos ítems. (Sapag Chain et al., 2021)

Fase de Inversión

La inversión se realiza en un período de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio. El período de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación (Murcia et al., 2019, p. 48)

Etapa de Ejecución u Operación

Esta etapa corresponde a un período permanente de producción de bienes o a la prestación de un servicio. Al entrar el proyecto en operación se inicia su ciclo de vida útil que termina en el momento de su liquidación.

Fase de Evaluación de Resultados

Si el proyecto es la respuesta a un problema, es necesario verificar, después de un tiempo considerable de su operación, que en esencia el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto.

Análisis Situacional

Análisis Macroentorno

Factores Económicos

Según Delgado (2016) los factores económicos establecen las condiciones con las que se manejará la industria y las condiciones de crédito que la banca impondrá a las empresas.

Factores Políticos y Legales

Para Sánchez & León (2018) Los factores políticos son todos aquellos que se derivan de las relaciones de poder entre las clases sociales pertenecientes a una misma sociedad en este caso específico y los factores legales son aquellos que componen el marco legal de un país.

Además, mencionan que estos factores no solo abarcan las acciones políticas, sino que también lo constituyen los procesos políticos, el grado en que un gobierno interviene en la economía de un país. Incluye políticas de gravámenes, fiscales, aranceles, clima político, entre otros.

Factores Sociales y Culturales

Los factores sociales y culturales, son los relacionados con la adaptación del proyecto al ambiente y la comunidad. Estos factores son poco relevantes, pero no menos importantes. Esencialmente, se refieren al nivel general de los servicios sociales con los que cuenta la comunidad, tales como escuelas, hospitales, centros recreativos, facilidades culturales y de capacitación de empleados y otros (Delgado, 2016).

Factores Tecnológicos

Los factores tecnológicos son decisivos actualmente, porque la velocidad de mejora de la tecnología es excepcional. Cabe señalar que la tecnología que se desarrolla hoy en día cambiará el futuro inmediato y las entidades no serán ajenas a estos cambios (Trenza, 2022).

Análisis Microentorno

Según el modelo propuesto por el profesor Michael Porter, existen cinco fuerzas que afectan significativamente a las organizaciones que operan en una misma industria según el Equipo de ThePowerMBA (2022) la herramienta descrita considera la existencia de cinco factores influyentes en una industria:

- **Rivalidad entre competidores.** - Este factor se relaciona con el grado de competencia entre empresas de la misma industria y que ofrecen el mismo producto.
- **Amenaza de la entrada de nuevos competidores.** - Se refiere a la entrada potencial de nuevas empresas en la industria que venden el mismo producto.
- **Amenaza del ingreso de productos sustitutos.** – Contrariamente a lo anterior, la amenaza de entrada de productos sustitutos está relacionada con la integración de firmas proveedoras de los productos de la industria estudiada.
- **Poder de negociación de los proveedores.** - Se tiene en cuenta el grado de influencia en las transacciones que tienen los proveedores en la empresa o en la industria en estudio, esto puede causar serios problemas a la organización.
- **Poder de negociación de los consumidores.** - Se refiere a la capacidad de negociación que tienen los consumidores sobre la empresa.

Matriz FODA

Es importante hacer un análisis situacional para conocer a tiempo sus Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), así como sus ventajas comparativas y competitivas para incorporarse a las tendencias de negocios futuros que lo ubiquen en el mercado global. (Rodríguez Aranday, 2018)

En base al concepto anterior, se entiende que el análisis FODA es una herramienta que nos permite crear un cuadro de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para conocer la situación actual y tener una visión más clara de la empresa para culminar el proceso de toma de decisiones en función a las estrategias más convenientes para determinar la viabilidad de la entidad en su proceso de ejecución.

Proyecto de Factibilidad

Según lo mencionado por Flórez (2017), un proyecto o estudio de factibilidad debe conducir a la definición precisa del plan de negocios investigando el mercado, tamaño, ubicación, planificación del proyecto, desarrollando un modelo de gestión adecuado para cada fase del proyecto, estimando el monto de las inversiones necesarias y su cronología, así como la revisión de los costes e ingresos, determinación global de las fuentes de financiación, regulación de la obligación de cooperar en el proyecto, aplicación de criterios de evaluación económica y financiera que permitan obtener la justificación de la decisión de continuar con el proyecto (p. 8)

La decisión de emprender una inversión tiene cuatro componentes básicos:

- El decisor, un inversionista, financiero o analista.
- Las variables controlables por el decisor.
- Las variables no controlables por el decisor.
- Las opciones o proyectos que se deben evaluar.

Importancia

En el blog de la página web Sistema Impulsa con el título: “Qué es la factibilidad y por qué es importante para evaluar un proyecto”, (2019), señala que al momento de la formulación del proyecto, es muy importante evaluar la inversión que se hará para implementar el proyecto. Por ello realizar un estudio de factibilidad radica su importancia en los siguientes aspectos descritos a continuación:

- Decisiones acertadas; ayuda en el inicio, durante o después de poner en ejecución los objetivos.
- Reconocer a tiempo los riesgos potenciales; facilita a la creación de estrategias necesarias para la disminución de los riesgos y continuar con el proyecto y su objetivo sin contratiempos.
- Reducción de gastos; al efectuar un estudio de factibilidad del proyecto se puede determinar una reducción significativa de gastos iniciales y de los errores que pudieran surgir en el transcurso de la empresa en el mercado.

Objetivo

El objetivo del estudio de factibilidad es conocer la viabilidad de la implementación del proyecto de inversión e identificar los elementos clave del mismo.

Clasificación

La clasificación del estudio de factibilidad se aplica de la siguiente manera, como lo menciona: Córdoba (2011), donde da a conocer distintos tipos, con sus respectivas características (pp. 16-17):

Tabla 2.

Tipos Estudios de Factibilidad

<i>La factibilidad técnica</i>	Determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto.
<i>La factibilidad legal</i>	Determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, incluyendo las normas internas de la empresa.
<i>La factibilidad económica</i>	Determina la rentabilidad de la inversión en un proyecto
<i>La factibilidad de gestión</i>	Determina si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio.
<i>La factibilidad ambiental</i>	Determina el impacto sobre el ambiente
<i>La factibilidad política</i>	Corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad.
<i>La factibilidad social</i>	Establece los beneficios que la ejecución del proyecto traerá a la comunidad.

Nota: La tabla previa plasma los diferentes tipos de estudio de factibilidad que un proyecto de inversión debe de tener en cuenta para su eficiente desarrollo.

Estudio de Mercado

Según Meza (2017) El estudio de mercado solicita de varios análisis complejos y se establece en la parte más decisiva de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de las diferentes fases de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se podrán realizar a menos de que éste presente una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio.

Por otro lado (Sapag Chain et al., 2021) indica que “El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda, o de los precios del proyecto”, (p. 30), por ello, (Córdoba, 2011) señala los aspectos que conlleva realizar el estudio de mercado:

- Punto de partida de la presentación del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.

En general, un estudio de mercado ayuda a la toma de decisiones y, sobre todo, contribuye a comprender de mejor manera el entorno comercial, la industria, los productos y la competencia, por ende, se lo entiende como un proceso sistemático de recopilación y análisis de la información obtenida sobre clientes, competidores y mercados, incluida la oferta, la demanda, los precios, la publicidad, etc.

Objetivos

- Verificar que existe un mercado insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo.
- Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verificó que no existe impedimento alguno en el abastecimiento de todos los insumos necesarios para su producción.
- Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización.

Importancia

El estudio de mercado permite conocer cuántos individuos o empresas desarrollan la actividad económica que se pretende desarrollar con la elaboración del proyecto, sea este la producción de un bien o la prestación de algún servicio, así como sus especificaciones y el precio que el público está dispuesto a pagar por él. (Instituto Nacional de la Economía Social, 2016)

De tal manera podemos decir que el estudio de mercado permitirá conocer si hay demanda insatisfecha en el lugar donde se planea emprender, además de que nos ayudará a conocer si el proyecto tendrá aceptación entre el público.

Mercado

Según lo mencionado por Juárez (2018) un mercado es un grupo de personas que tienen necesidades que satisfacer y están dispuestas a comprar un producto o servicio ofrecido por una determinada empresa.

Tipos de Mercado

Tabla 3.

Estructura de mercado

<i>Estructura</i>	<i>Definición</i>
<i>Competencia Perfecta</i>	La competencia perfecta es una estructura de mercado en la que participan muchos productores; cada uno produce un bien homogéneo o idéntico al que producen los demás; nuevos competidores pueden entrar y salir libremente del mercado; existe información perfecta, que significa que todos los consumidores conocen los precios de mercado y la calidad de los bienes y, los productores conocen los precios de mercado y la calidad de los factores de producción.
<i>Monopolio</i>	Estructura caracterizada por la existencia de un único productor (empresa = industria) de un bien sin sustitutos cercanos, y que se encuentra protegido por barreras a la entrada de potenciales competidores.
<i>Competencia monopolística</i>	Es la combinación de monopolio y competencia perfecta, donde un gran número de empresas tienen libre entrada y salida, ofertan productos diferenciados los cuales son sustitutos cercanos.
<i>Oligopolio</i>	El oligopolio es la estructura de mercado más compleja de estudiar. Está presente en industrias caracterizadas por el dominio de unas cuantas empresas, las cuales pueden producir bienes homogéneos o diferenciados (automóviles, acero, aluminio, computadoras) y que gozan de significativas barreras a la entrada.

Nota: La tabla que se muestra anteriormente describe los tipos de mercados, de acuerdo a (Software DELSOL, 2021).

Demanda

Para Córdoba (2011) la demanda es definida como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos sean estos a diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Como conclusión, la variable de la demanda viene a ser el elemento más importante y más complejo del mercado, el cual está integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo.

Tipos de Demanda

A juicio de, Pasaca (2017, citado en Flores, 2020) señala lo siguiente:

- **Demanda Potencial:** Representa la necesidad de un mercado, pero es poco probable de poder traducirse en compra por varios motivos, como no tener dinero para ello, diferentes gustos o no es una prioridad en el momento.
- **Demanda Real:** Es la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un determinado producto, en un mercado.
- **Demanda Efectiva:** Es la cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva, que son pedidos por el mercado analizado, es necesario considerar que hay restricciones o trabas que pueden ser ocasionados por una determinada situación económica, como el nivel de ingresos u otros factores ajenos al producto y a su elaboración, sino al contexto en dónde éste se desarrolla.
- **Demanda Insatisfecha:** Es la parte de la población demandante que no se encuentra cubierta por la oferta de un bien o servicio. Su cálculo se determina después de obtener el valor de la oferta y la demanda; en si tiende hacer la diferencia entre la oferta y la demanda. (Viñán et al., 2018).

Análisis de la Demanda

Indica la cantidad de productos o servicios necesarios, la disposición a pagar, frecuencia y uso del servicio que brinda el proyecto. También es conveniente realizar un análisis de elasticidad de la demanda basado en la cantidad demandada del producto en relación con su precio (Carrillo et al., 2019, p. 48)

Oferta

Rivera Flores (2017) indica que la oferta es aquella que se compone de vendedores y proveedores de bienes. Estos proveedores reaccionan de manera predecible a los cambios de precios.

El estudio de la oferta se refiere al almacenamiento y determinación de las cantidades que proporcionan los bienes o servicios, igual al proyecto que se pretende ejecutar. En otras palabras, la oferta representa la competencia de otras partes del mercado como lo son: fabricantes, importadores o comerciantes nacionales.

Análisis de la Oferta

De acuerdo a Carrillo et al. (2019), en este punto se identifica la cantidad, localización, precio, características de calidad y estrategias de los competidores del proyecto y sus productos sustitutos. El análisis de la oferta a más de ser una herramienta en el estudio de la competencia, permite extraer conclusiones sobre el grado de saturación del mercado para evitar la entrada en sectores industriales que canibalizan los precios (p. 44).

Tipos de Oferta

Para efectos de análisis, se realiza la siguiente clasificación de oferta. En cuanto al número de competidores, se reconocen tres categorías de acuerdo a Macas (2020):

- **Oferta competitiva o de mercado libre:** Es aquella en donde los fabricantes se encuentran en un estado de libre competencia, principalmente porque hay demasiados fabricantes de un mismo producto, la participación de mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se brinda a los consumidores. También se caracteriza por el hecho de que, en general, ningún fabricante domina el mercado.
- **Oferta oligopólica (del griego oligos, poco):** Se caracteriza por el hecho de que el mercado está dominado por unos pocos fabricantes. El ejemplo clásico es el mercado de automóviles nuevos. Mismos que determinan la oferta, los precios y, a menudo, las grandes cantidades de materia prima para su industria. Intentar ingresar a este tipo de mercado no solo es arriesgado, sino que a veces incluso es imposible.
- **Oferta monopólica:** En él solo hay un productor de un bien o servicio, por lo que domina completamente el mercado e impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente un solo productor. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado, siempre impondrá el precio y la calidad.

Plan de Comercialización

La comercialización es aquella actividad que permite colocar los bienes o servicios al alcance de los consumidores en forma oportuna. Una buena estrategia de comercialización siempre tendrá como resultado el mejor posicionamiento del producto dentro del mercado.

Descripción de la empresa

Es una introducción al negocio, además de comunicar los productos y servicios que se vende, se debe de comunicar el por qué los vende y los valores a seguir dentro de la empresa (Moreno, 2022).

Logotipo de la empresa

El logotipo es un símbolo formado por letras o imágenes, es un diseño que identifica una marca, un negocio o empresa. En términos de marketing el logotipo es un diseño gráfico que representa el nombre y la marca de un negocio (Domeka, 2020).

Las Cuatro Ps del Marketing

El marketing mix es uno de los primeros conceptos del marketing y se puede definir como uno de los elementos más antiguos que se utiliza para cubrir los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: producto, precio, distribución y promoción, que necesita una organización para lograr sus objetivos comerciales. Esto también se conoce como las cuatro P en marketing (Acibeiro, 2022).

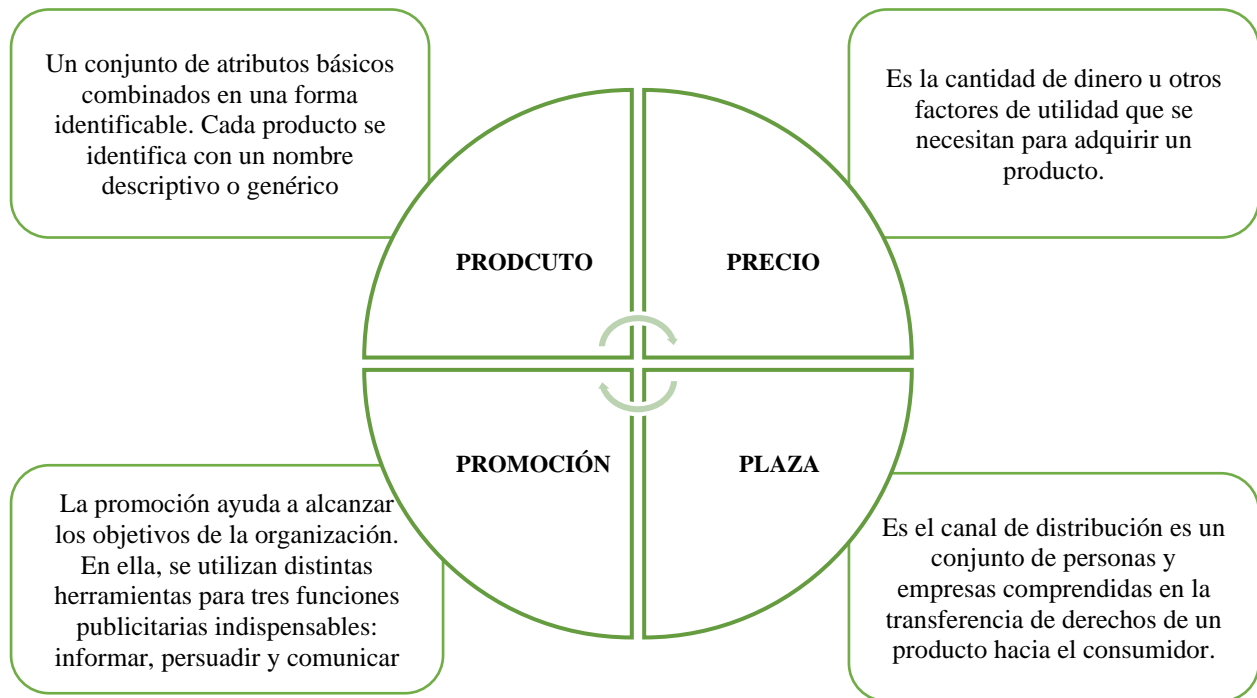
El marketing mix es parte del sistema que impulsa el norte de una empresa, ya que ayuda a definir, no solo cómo vender más, sino la manera de cómo atraer y retener clientes de manera más efectiva.

- Precio
- Plaza
- Promoción
- Producto

A continuación, se describe cada uno de los componentes que integran el marketing mix o las 4 Ps del Marketing:

Figura 3.

Las Cuatro Ps del Marketing



Nota: El gráfico que antecede muestra las cuatro Ps del marketing con su respectiva descripción, según Rivera Flores (2017).

Cliente

Existen varias definiciones atribuidas al término “clientes”, dentro de las cuales se puede destacar lo mencionado por Vizcaíno & Sepúlveda (2018). Los clientes son la razón de ser de la empresa y por ello definen sus políticas, productos, servicios y procedimientos para cumplir con sus expectativas. Los clientes esperan valor y satisfacción de varias ofertas en el mercado y hacen compras en consecuencia a ello, por eso, identificar las necesidades y perfiles de los clientes es fundamental para asegurar la sostenibilidad del negocio.

En base a ello podemos decir que el cliente es aquel consumidor de bienes o servicios ofertados por las empresas, mimas que les brindan niveles de satisfacción iguales o superiores a

sus expectativas, obteniendo así un principio de fidelización del cliente hacia el producto, marca u organización.

Tipos de Clientes

En la opinión de Bastidas & Sandoval (2017) afirman que:

Hay diferentes tipos de clientes, por ejemplo; Clientes internos, donde encontramos socios o gerentes de organizaciones, son los que conocen todos los indicadores financieros y empleados, que son personas dentro de la organización. Clientes externos, son cualquier persona ajena a la organización y, por último, encontramos a los clientes finales que son los clientes actuales y potenciales a los que se dirige el producto o servicio, las organizaciones deben de implementar estrategias de fidelización de clientes porque estos son parte integral de su existencia (pp. 27-28).

Perfil del Consumidor

Según Vizcaíno & Sepúlveda (2018) El perfil del consumidor es definido como un conjunto de características demográficas y sociales que distinguen preferencias de marca, clientes institucionales y usuarios de servicios. Cabe señalar que este perfil se obtiene luego de una investigación detallada de los consumidores o usuarios que genera una variable muy importante para definir cualquier estrategia de marketing.

Cuál es el Perfil del Consumidor

Tabla 4.

Perfil del consumidor

<i>Demográficos</i>	<i>Económicos</i>	<i>Sociales</i>	<i>Psicográficos</i>	<i>Hábitos de compra</i>	<i>Hábitos de consumo</i>
Sexo	Ingresos que percibe	Nivel de estudio	Valores	Frecuencia	Para quien compra
Edad	Barrio donde vive	Profesión	Actividades	Ocasión	Para que lo compra
Estado civil		Ocupación	Intereses	Cantidad	

Nota: Se detalla los diferentes perfiles en relación al consumidor

Competencia

“La competencia hace referencia a aquella situación en la que, dentro de un mercado, están presentes ciertos compradores (que buscan satisfacer sus necesidades) y vendedores (que intentan maximizar sus beneficios).” (Software DELSOL, 2020)

Tipos de Competencia

Relacionado con el concepto anterior el mismo autor señala que esta se divide en dos aspectos:

- **Competencia perfecta:** Es la situación en la que ninguno de los agentes participantes (vendedores y compradores) tiene el poder de influir en el precio de la oferta.
- **Competencia imperfecta:** Se caracteriza porque los agentes económicos si tienen la posibilidad de ejercer presiones sobre el precio de los productos y servicios.

Estudio Técnico

Para Córdoba (2011) El estudio técnico busca responder a interrogantes básicas, como lo son: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio.

Objetivos

Los objetivos son parte fundamental del estudio técnico por lo cual deben ser claros y precisos:

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción.

Importancia

De acuerdo con el Blog de la Universidad Panamericana en el apartado de Posgrados Empresariales (2019) menciona que la evaluación técnica es de vital importancia porque se centra

en los recursos técnicos disponibles para la organización. Ayuda a determinar si estos recursos coinciden con la capacidad planificada y si el equipo técnico puede traducir la idea en un sistema de trabajo. Además, establece el espacio físico y tiempo de duración que tendría para su puesta en marcha. Dicha factibilidad también incluye una evaluación del hardware, software y otros requisitos técnicos del sistema propuesto.

En ese sentido el estudio técnico comprende de los siguientes elementos:

Tamaño del Proyecto

Según lo expresado por Rodríguez Aranday (2018) es la capacidad instalada, es decir que es la capacidad de producir un determinado volumen de productos o servicios por unidad de tiempo: hora, turno, día, mes o año.

Capacidad Instalada

Por ello, el tamaño se entiende como la capacidad instalada de producción que tiene la organización, expresada en volumen, peso, número de unidades producidas por año, mes, turno, día, etc., esto siempre dependerá dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.

Existen dos tipos de capacidad de producción: capacidad real y capacidad teórica.

- **La capacidad real** del proyecto es aquella que se alcanza en condiciones normales de operación.
- Por su parte, **la capacidad teórica** viene a ser la capacidad instalada, el nivel óptimo de esta dependerá de las condiciones de la maquinaria.

Factores Condicionantes del tamaño

Los factores a tener en cuenta para establecer el tamaño del proyecto son los siguientes:

- Demanda del mercado (demanda insatisfecha).
- Disponibilidad de materia prima e insumos.
- Flexibilidad de la planta (capacidad para aumentar la producción y los productos).
- Tecnología de producción.
- Capacidad de financiamiento o endeudamiento.
- Dimensiones de áreas o locales (aforo).

Capacidad Óptima

La capacidad óptima es la cantidad máxima de producción que se puede sostener durante un cierto período de tiempo en condiciones normales de operación, que sería equivalente a la capacidad de producción instalada (Wolters Kluwer, s/f)

Aspectos determinantes del tamaño óptimo del proyecto.

- La relación precio-volumen, por el efecto de la elasticidad de la demanda
- La relación costo-volumen,
- Por las economías y deseconomías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo.

Identificación de insumos y suministros

En esta etapa, es necesario determinar el suministro suficiente de materias primas necesarias para la ejecución del proyecto, que se miden en términos de cantidad y calidad. En particular, los proveedores, los precios, las cantidades y los recursos deben tener una importancia crucial.

Identificación de maquinaria, equipo y tecnología

Para identificar la maquinaria y equipo que el proyecto requerirá se tiene que tener en cuenta todos aquellos elementos que envuelva a la decisión mismo.

Ante esto un mismo producto puede producirse de muchas maneras diferentes, desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado.

Selección del personal

El personal productivo está estrechamente relacionado con el tipo de tecnología y el tipo de equipo utilizado para producir un bien o servicio. Por lo tanto, la selección y capacitación del personal es sumamente importante, cabe señalar que cuanto más mecanizado es el proceso de producción, menos personal se necesitara. (Vigo et al., 2018)

Localización del Proyecto

Para Murcia et al. (2019) después de determinar el cómo y cuándo, es importante decidir dónde se llevará a cabo geográficamente el proyecto, de modo que la ubicación correcta afecte directamente los ingresos y los costos. Cuando se trata de ubicación, debe referirse a mapas o planos de la zona donde se encontrará la empresa, industria, puente, etc. (pp. 203-204)

Además, en esta sección se realiza el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo.

Tipos de Localización

Existen dos criterios respecto a la localización del proyecto: macro y microlocalización:

Macrolocalización

Es la región donde se ubica el proyecto. Al tratarse de estudios de prefactibilidad, fundamentara su ubicación a nivel de provincia. Al respecto, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Costos de factores de producción
- Costos de transporte
- Ubicación de la materia prima e insumos
- Infraestructura básica
- Disponibilidad del terreno y local

Microlocalización

Constituye la ubicación específica del proyecto y se tiene que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La afluencia de público (accesibilidad).
- Costo de terreno o alquiler del local.
- Costo de los servicios (agua, energía, teléfono, arbitrios).
- Ubicación estratégica.
- Vías en buen estado.

Factores que influyen en la localización

- Características del terreno: plano, forma, declive, etc.
- Requerimientos de infraestructura socioeconómica de la zona seleccionada y del terreno.
- Cercanía a mercados de consumo o fuentes de materia prima.
- Necesidad de abastecimiento: materia prima, energéticos, agua, etc.
- Aspectos económicos: costos y gastos en la zona.
- Riesgos de desastres naturales e impactos ambientales.

Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta comprende la adopción de tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos, además se ocupa del almacenamiento y distribución del producto. (Córdoba, 2011)

Distribución de la estructura o planta

Se refiere al acondicionamiento de la maquinaria y equipos en los espacios destinados a la producción y en función de otros sectores como administración, servicios, etc.

Objetivo de la distribución de planta. El aprovechamiento o la correcta distribución permiten que los materiales se muevan más fácilmente con un costo más bajo y un manejo mínimo, desde la recepción de las materias primas hasta su respectivo envío.

Descripción del Proceso de Venta

Entendida como la etapa donde una serie de pasos se transforma en un producto terminado, mediante la aplicación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, máquinas y métodos de operación etc.). Sapag Chain et al. (2021)

Flujograma de Procesos. Describe de forma detallada los pasos, procedimientos y flujos entre tareas y actividades de un proceso; su estructura no está establecida, por cuanto a la elaboración del mismo puede dejarse a criterio e imaginación de quien lo realiza, sin embargo, las

actividades descritas en el deben de tener una secuencia lógica y detalla, además un examen minucioso del flujo puede indicar puntos críticos y áreas de riesgo (Rivera, 2017).

Estudio Organizacional

"El estudio de la organización tiene que ser un proceso permanente que permita a la empresa ajustarse a las variaciones que presenta la economía mundial." (Córdoba, 2011)

Importancia

La estructura organizacional es ventajosa para la empresa ya que esta genera principalmente orden, identificando y clasificando las actividades, agrupando en divisiones o departamentos, asignando autoridades para la toma de decisiones y seguimiento.

Objetivo

El propósito del estudio organizacional es determinar la estructura administrativa óptima y el plan de trabajo con lo que operara el proyecto una vez entre en funcionamiento. Además, ayuda a comprender el comportamiento de la empresa y permite cuantificar las inversiones y el costo para implementar y ejecutar el proyecto (García, 2020).

Direccionamiento Estratégico

Palacios Acero (2016) enfatiza que el direccionamiento estratégico es un proceso de comprensión de a dónde van las empresas en la búsqueda de su crecimiento, de si estas entidades generarán ganancias y permanecerán en el mercado. Se compone de la visión, misión y de principios empresariales.

Por lo tanto, la gestión estratégica requiere de un proceso de planificación continua donde se toman decisiones con anticipación para saber qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quien lo va ejecutar.

Filosofía

"La filosofía empresarial es un conjunto de principios y creencias que guían todas las decisiones de una organización. Su objetivo es sentar las bases sobre las que un negocio construirá sus productos y relaciones" (Silva, 2021)

Misión

Según (Cardel & Sánchez, s/f) La misión es la expresión del carácter, identidad y razón de existir de una organización. Esto puede dividirse en cuatro partes interrelacionadas: propósito, estrategia, patrones de comportamiento y valores. El propósito nos lleva a conocer el porqué de la existencia de una organización: para qué se está llevando a cabo todo ese esfuerzo.

Visión

La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo, además de ser un conjunto de principios que regulan el código de conducta de la empresa (Trenza, 2020).

Valores

En general los valores son un conjunto de elementos que establecen la estructura organizacional de la empresa, así como su ética y la responsabilidad, componiéndose como la columna fundamental para el eficiente funcionamiento de la empresa.

Base Legal

En este apartado muy crucial para el correcto desempeño y funcionamiento de la empresa se toma en cuenta todas las normativas, políticas ambientales, de tal manera que al momento de la apertura de la empresa no se presenten problemas legales.

Estructura Organizacional

Una estructura organizacional es un sistema jerárquico que una empresa utiliza para monitorear y controlar sus operaciones. A través de su estructura organizacional, la empresa define roles, responsabilidades y procedimientos; además ayuda en la definición de metas y protocolos y; en el desarrollo de estrategias que contribuyan a la mejora continua de la entidad.

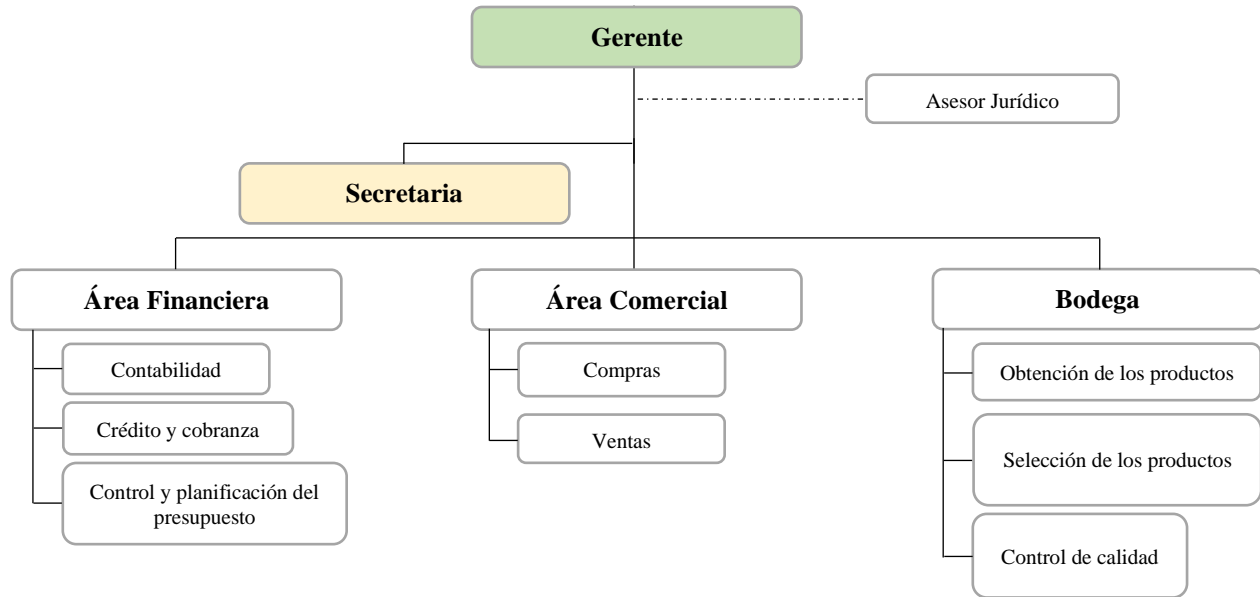
Organigramas

Es la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa a establecer; entre los más utilizados se encuentran el estructural. Pasaca (2017, citado en Flores, 2020)

Organigrama estructural. Representación gráfica de todos los departamentos de la empresa y sus relaciones jerárquicas. El diseño de la estructura organizacional se lo hace de acuerdo a las necesidades de cada entidad. A continuación, se presentará un ejemplo:

Figura 4.

Organigrama Estructural



Nota: El gráfico anterior indica el diseño y la estructura básica de un organigrama estructural.

Manual de Funciones

Para Ramos (2018) El Manual de Funciones, es un instrumento de trabajo que acuñe un conjunto de normas y tareas que deben ser realizadas por todos aquellos empleados que conforman la empresa y que desarrollan actividades específicas dentro y fuera de ella, en su elaboración debe estar basado de acuerdo a los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas.

Utilidades del Manual

El Manual de Funciones de acuerdo con Aiteco Consultores (2019) permite:

- Documentar los distintos puestos de trabajo de la organización mediante una descripción exhaustiva de los mismos, de los flujos de trabajo y sistemas.
- Establecer o completar el organigrama jerárquico-funcional de la organización.
- Facilitar el control y la mejora de los sistemas de gestión y producción de servicios, estableciendo las bases para una adecuada definición de objetivos.
- También hace posible efectuar el desarrollo de una valoración de puestos de trabajo ajustada a sus contenidos y exigencias. De esta manera, la política retributiva, allá donde la

legislación y normativa lo permitan, considerará la aportación diferencial, a los resultados de la organización, de cada uno de los puestos de trabajo. También de sus características diferenciales.

- Integrar las competencias profesionales necesarias para el buen desempeño del puesto de trabajo.
- Definir áreas de resultados. Haciendo factible la evaluación del rendimiento de las personas que desempeñan los puestos de trabajo mediante sistemas más válidos y fiables.
- Analizar las funciones identificando potenciales duplicidades en actividades, funciones, tareas, responsabilidades...
- Hacer posible la elaboración de planes de formación y el desarrollo de procesos de selección más eficaces. Al aportar un conocimiento más preciso del contenido de los distintos puestos y del perfil de exigencias de cada uno de ellos.

Estructura Legal

Obtención del RUC

El (Servicio de Rentas Internas, s/f) indica que es una herramienta que registra e identifica a los contribuyentes con fines impositivos y proporciona esta información a la Administración Tributaria.

Se utiliza para realizar una actividad económica regular o irregular en el Ecuador. Se asignan números de identificación correspondientes a todas las personas físicas y/o jurídicas que sean titulares de bienes o derechos por los que deban tributar; por ello, el SRI (2022) presenta la Guía Para el Contribuyente: Inscripción del RUC en Línea donde se detallan los pasos a seguir:

1. Ingreso a la herramienta de Inscripción de RUC en línea

1.1. Ingresar a la opción “SRI en Línea / RUC / Registro” del portal web institucional www.sri.gob.ec.

1.2. Ingresar el número de cédula del titular.

2. Aceptar términos y condiciones

2.1. Presione la opción continuar.

3. Información general del contribuyente

3.1. La herramienta desplegará su información personal, proporcionada por el Registro Civil.

3.2. Para continuar presione el botón “Siguiente”.

4. Medios de contacto

4.1. En la sección "Contacto" visualizará la información que proporcionó al SRI al momento de solicitar su clave electrónica.

4.2. Para agregar el nuevo contacto, presione “Aceptar”, para continuar presione “Siguiente”.

5. Dirección de domicilio

5.1. En la sección "Residencia" ingrese la información correspondiente a la dirección de su vivienda habitual. Presione el botón "Siguiente" para continuar

6. Dirección del establecimiento matriz

6.1. Ingrese y/o complete la dirección del establecimiento matriz. Adicionalmente escoja el tipo de lugar donde desarrolle su actividad económica.

6.2. Para continuar, presione "Siguiente".

7. Actividades económicas

7.1. Para registrar actividades económicas presione “Agregar actividades económicas”.

8. Actividad económica principal

8.1. En la sección "Actividad principal" se desplegará un listado con todas las actividades económicas registradas, seleccione la actividad que considera como principal.

8.2. Presione el botón "Siguiente".

9. Resumen

10. Confirmación

Debe confirmar la solicitud de inscripción en el RUC que le llegará a su correo electrónico.

10.1. Una vez confirmada la solicitud, recibirá la notificación del resultado la cual puede ser exitosa o fallida.

Permisos y Pago de Impuestos

- Permiso Anual de Funcionamiento
- Pago del Impuesto de Patente Municipal
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del Municipio de Loja

Estudio Financiero

Según (Ana Pérez, 2022b) Es el proceso a través del cual se analiza la factibilidad de un proyecto. Se toma como base los recursos económicos disponibles y el costo total del proceso de producción.

Según la Unión Europea (2008, citado en Córdoba, 2011) En el marco financiero se detallan las necesidades de recursos a invertir, con las cantidades y plazos para los diversos ítems, la forma en que serán financiados (aporte propio y créditos) y las proyecciones de ingresos y egresos para el período de vida útil del proyecto.

Por su parte, Vigo et al. (2018) expresa que en esta fase se determinan los presupuestos de capital, los ingresos proyectados, los costos, los gastos, el flujo de efectivo y los índices financieros relacionados con la rentabilidad, el VAN, la tasa interna de retorno, el punto de equilibrio y el período de recuperación. (pp. 40)

Con base a estas afirmaciones, el estudio financiero integra la tercera etapa o última fase de los proyectos de inversión, en el que se destaca de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario.

Inversión del Proyecto

Es la inversión inicial total constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo.

Inversión Fija

Conformada principalmente por los activos tangibles que están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, etc. (Vigo et al., 2018, p. 229).

A raíz del concepto anterior, Carrillo et al. (2019) señala lo siguiente:

Terreno. Vienen hacer todos aquellos costos que influyen en la adquisición del terreno. Abarca el costo de adquisición, impuestos, gastos legales y notariales.

Obras Civiles y Gasto de Instalación. Comprende los costos totales de edificaciones, según el presupuesto del proyecto. Engloba el impuesto al valor agregado (IVA), gastos de supervisión. Los gastos de instalación se refieren a los soportes de cables de alta tensión, infraestructura de agua y desagüe, caminos de acceso, entre otros.

Maquinaria y Equipo. Es la maquinaria de origen nacional o extranjera que requerirá el proyecto para su eficaz desarrollo.

Vehículos. Comprende las unidades de transporte necesarios para la operación y distribución de los diferentes productos del proyecto, tales como: Camiones, Camionetas, Montacargas, etc.

Muebles y Enseres. Comprende mobiliario en general, tales como confortables, espejos, alfombra, sillas, mesas, ventiladores, deshumedecedores de ambientes, etcétera.

Equipo de Oficina. Comprende los implementos y equipos de uso general en oficina tales como computadora (laptop), archivadores, escritorios, sillas, calentadores, etcétera.

Tabla 5.

Inversión Fija

INVERSIÓN DE UN PROYECTO	
INVERSIONES	APORTE
FIJAS	
Vehículo	---
Muebles y enseres	---
Equipo de oficina	---
Equipo de computación	---
TOTAL	\$ ---

Nota: En la tabla previa se muestra lo que puede integrar una Inversión Fija, tomado de libro de Formulación y Evaluación de Proyectos (p. 193), por Córdoba Padilla, (2011).

Inversión Diferida

En cambio, este tipo de inversión es lo contrario a la anterior porque se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales están referidos al conjunto de bienes de la empresa, necesarios para su funcionamiento, incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, licencias, permisos, marcas, gastos de instalación, estructura organizativa, etc.

Tabla 6.

Inversión Diferida

INVERSIÓN DE UN PROYECTO	
INVERSIONES	APORTE
DIFERIDAS	
Gastos de estudio	---
Licencias	---
Gastos de organización	---
Gasto de instalación	---
TOTAL	\$ ---

Nota: En la tabla anterior muestra lo que puede conformar una Inversión Diferida, tomado del libro de Formulación y Evaluación de Proyectos (p. 193), por Córdoba Padilla, (2011).

Capital de Trabajo

“El capital de trabajo es el recurso financiero requerido para las operaciones del proyecto, de acuerdo con un programa de acción.” (Murcia et al., 2019, p. 316). Por ende, se entiende que la inversión en capital de trabajo integra el conjunto de recursos necesarios, siendo estos los activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante su ciclo productivo.

Tabla 7.

Inversión de Capital de Trabajo

INVERSIÓN DE UN PROYECTO	
INVERSIONES	APORTE
CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	---
Servicios básicos	---
Arrendamientos	---
Publicidad	---
TOTAL	\$ ---

Nota: La tabla que precede indica lo que puede llevar la inversión en el Capital de Trabajo. Tomado del libro de Formulación y Evaluación de Proyectos (p. 193), por Córdoba Padilla, (2011).

Financiamiento

Conjunto de acciones, trámites y demás actividades encaminadas a obtener los fondos para financiar la inversión, en la forma o tasa determinada en el respectivo estudio de preinversión, siendo generalmente el endeudamiento por parte del inversor (Rengifo Zuasnahabar, 2018)

Tabla 8.

Financiamiento

FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA		
<i>Fuente</i>	<i>Aporte</i>	<i>Porcentaje</i>
Capital Propio	\$ ---	% ---
Capital Externo	\$ ---	% ---
TOTAL	\$ ---	% ---

Nota: La tabla anterior muestra cómo debería estar conformado el financiamiento para poder obtener capital que ayuda a la puesta en marcha del Proyecto de Inversión.

Presupuesto de Ingresos y Egresos

Según Córdoba (2011), aquí se presenta un análisis descriptivo de los ingresos y gastos presupuestados a lo largo del tiempo, a fin de facilitar el establecimiento de los flujos de caja, proyectándolos durante la vida útil del proyecto.

Ingresos del proyecto

Dicho por (Carrillo et al., 2019) el plan o presupuesto de ingresos permite realizar previsiones según las cuales la empresa espera renovar los rubros económicos a partir de la venta de productos o servicios en el mercado (p. 109).

Ingresos por ventas. Los ingresos del proyecto se componen de las ventas de bienes y servicios realizadas en un año a un precio fijo durante la vida útil del proyecto.

Tabla 9.

Formato del Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS							
<i>Producto</i>	<i>Año 1</i>				<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año n..</i>
	<i>Und.</i>	<i>P.V.P</i>	<i>% de Utilidad</i>	<i>Total</i>	<i>Total</i>	<i>Total</i>	<i>Total</i>
Artículo 1							
Artículo 2							
Artículo 3							

Nota: La tabla que precede indica el formato del presupuesto de ingresos. Adaptado del libro de Formulación y Evaluación de Proyectos (p. 110), por Córdoba Padilla, (2011).

Proyección de los ingresos

En esta sección, se realizan estimaciones de ingresos para la vida útil esperada a precios constantes y / o actuales del producto resultante al final del proyecto. Este ciclo de vida puede ser diferente del ciclo de vida del proyecto, y este último suele ser más corto que el primero. (Córdoba, 2011)

Egresos o Costos del proyecto

Son desembolsos que deben realizarse, a precios fijos, en compensación por el uso de factores de producción. Están relacionados con el volumen de producción y el cronograma del proyecto, así como con el presupuesto de costos de producción de cada artículo en la producción.

Los costos se pueden clasificar en cuatro grandes grupos:

Costos de fabricación. Materias primas e insumos directos (que forman parte del producto final). Mano de obra directa (incluye beneficios sociales a cargo del empleador). Materiales indirectos (combustible, lubricantes, repuestos, útiles de limpieza). Mano de obra indirecta (gerente técnico, jefe de planta, supervisores, personal de laboratorio). Suministros y servicios auxiliares (agua, vapor, aire comprimido, inspecciones, vigilancia). Depreciación de activos de fabricación. Amortización de gastos de puesta en marcha.

Gastos administrativos y generales. Remuneraciones del personal administrativo (gerente, contador, chofer). Gastos de representación. Útiles de oficina. Gastos de movilidad (transporte). Depreciación de activos de administración. Amortización de gastos de organización. Seguros (incendio y robos). Gastos de agua y luz. Relaciones públicas. Investigación y desarrollo.

Gastos de ventas. Remuneraciones del personal de ventas (gerente, vendedores). Gastos de promoción y publicidad. Gastos de investigación de mercados. Reservas por malas deudas (incobrables). Comisiones a vendedores. Gastos de representación. Gastos de transporte y distribución. Gastos de almacenaje. Reservas por incobrables. Depreciación de activos de ventas.

Gastos financieros. a. De corto plazo: Intereses (préstamo para capital de trabajo sobre compras al crédito), descuentos y comisiones bancarias. b. De largo plazo: Intereses (préstamos para activos fijos), amortización de intereses durante la etapa de construcción).

Proyección de los egresos

Aquí se presenta la secuencia de gastos esperados de la fase de implementación del proyecto se presenta aquí. Para ello, se toma como base un cronograma de inversiones planificadas y proyecciones de la vida útil del proyecto, donde los costos operativos y otros costos se comportan de modo constante. (Córdoba, 2011)

Tabla 10.

Formato del Presupuesto de Costos

PRESUPUESTO DE COSTOS				
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año n.
COSTO PRIMO				
Inventario para la Venta				
Total Costo Primo				
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN				
Depreciación de Vehículo				
Mantenimiento de Vehículo				
Combustible				
Total Gastos de Comercialización				
TOTAL DE COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN				
GASTOS DE OPERACIÓN				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldos Administrativos				
Depreciación de Muebles Y Enseres				
Depreciación de Equipo de Cómputo				
Suministros de Limpieza				
Suministros de Oficina				
Servicios Básicos				
Total Gastos De Administración				
GASTOS DE VENTAS				
Personal de Ventas				
Publicidad				
Arriendo de Local				
Total Gasto de Ventas				
GASTOS FINANCIEROS				
Interés del Préstamo				
Amortización del Activo Diferido				
Total Gastos Financieros				
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN				
TOTAL DEL PRESUPUESTO DE COSTOS				

Nota: La tabla que precede indica el formato del presupuesto de costos o egresos, así como también debería estar conformado. Adaptado del libro de Formulación y Evaluación de Proyectos (p. 110), por Córdoba Padilla, (2011).

Estados financieros proyectados

De acuerdo con Holguín & Ramírez (2018, citado en Azua & Cuenca, 2022) Los estados financieros pro forma son registros contables elaborados y analizados para brindar información sobre la situación financiera de una empresa durante el período de evaluación y modelación, que se utiliza como base para las transacciones planificadas a realizar en los pronósticos financieros, mismas que se centran en estados financieros proyectados.

Los estados financieros además de ser documentos donde se plasman las cuentas y las actividades que realiza una entidad, son informes que expresan la situación financiera de la empresa y en el caso de los estados proyectos de inversión se rescatan tres de ellos: el estado de ganancias y pérdidas o estado de resultados integral, el flujo de caja y el balance general, este último no es de mayor relevancia en la evaluación de la rentabilidad del proyecto, pero es importante considerarlo por que muestra la situación patrimonial de la empresa.

Características

Señaladas por el sitio web (Actualícese, 2020) tenemos las siguientes:

- **Materialidad:** evaluar la capacidad de información individualmente o en su conjunto
- **Hipótesis de negocio en marcha:** determinar la capacidad de la entidad para continuar operando.
- **Comparabilidad:** como mínimo, se debe presentar información del período actual y anterior, incluyendo todos los montos de los respectivos estados financieros.
- **Uniformidad en la información:** una entidad debe mantener consistencia en la estructura y clasificación de partidas en sus estados financieros entre períodos.
- **Frecuencia de la información:** se deben presentar los estados financieros al menos de forma anual.

Estado de Resultados Integral o Pérdidas y Ganancias Proyectado

Muestra el desempeño de las operaciones de la empresa durante un período en particular, siendo el principal instrumento utilizado para medir la rentabilidad de una empresa a largo plazo. El estado de resultados permite conocer los pagos de impuestos sobre las utilidades, así como los costos y gastos incurridos. (Block et al., 2013, citado en Viñán et al., 2018, p. 75)

Tabla 11.

Formato de estado de pérdidas y ganancias

EMPRESA COMERCIAL “ABC”					
Estado de Pérdidas y Ganancias					
<i>Periodos</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año n...</i>
Ventas netas					
- Costo de ventas					
= Utilidad Bruta					
- Gastos de administración					
- Gastos de ventas					
= Utilidad Operativa					
+ Ingresos No operacionales					
- Gastos financieros					
- Otros egresos					
= Utilidad antes del Impuesto					
- Provisión para el impuesto					
= Utilidad Neta					

Nota: La anterior tabla indica la estructura básica del Estado de Resultados.

Flujo de Efectivo o Flujo de Caja Proyectado

Desde el punto de vista de Pérez y Carballo, 2013 (citado en Carrillo et al., 2019) Detalla los ingresos y los costos proyectados durante un período de tiempo definido. Es una síntesis integrada que contrasta las fuentes de entrada y salida de efectivo de la empresa; y generalmente está diseñado para cinco años, pero también puede diseñarse para períodos más cortos dependiendo de las necesidades del análisis. (p. 118)

Para la elaboración del flujo de caja se toma la información obtenida en el estado de resultados proyectado el cual permite determinar el saldo final que tendrá la cuenta de caja en el balance general proyectado.

Estructura general.

- Los ingresos y egresos afectados a impuestos
- Los gastos no desembolsables
- El cálculo del impuesto
- Los costos y beneficios no afectados a impuestos

Tabla 12.

Formato Flujo de Efectivo

EMPRESA COMERCIAL “ABC”					
Flujo de Caja Anual					
MESES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
RESUMEN DE EFECTIVO					
SALDO INICIAL					
DETALLE DE INGRESOS					
<i>Ventas en Efectivo</i>					
<i>Cobranza de Cuentas de Crédito</i>					
Total de Ingresos Recibidos					
DETALLE DE EGRESOS					
<i>Compra de Mercadería</i>					
<i>Salarios</i>					
<i>Servicios Básicos</i>					
<i>Publicidad</i>					
Total de Egresos o Pagos					
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO					
DETALLES FINANCIEROS					
<i>Pago de intereses</i>					
Total de Pagos Financieros					
TOTAL DE CAJA FINANCIERO					

Nota: La anterior tabla indica la estructura básica del Flujo de Caja.

Balance General

El balance general o estado de situación financiera es un reporte financiero que cumple con la función de reflejar la situación financiera de una empresa a una fecha determinada. Está conformado por las cuentas de activo, pasivo y el patrimonio neto. (Castro, 2021) Este estado tiene la misma ecuación patrimonial cuya fórmula se lee:

$$\text{ACTIVO} = \text{PASIVO} + \text{PATRIMONIO}$$

Los siguientes términos son definidos por Zapata (2017), de la siguiente manera:

Activo. Son todos los valores (dinero), servicios, bienes y derechos que una empresa posee como consecuencia de hechos pasados de los que espera obtener beneficios económicos futuros.

Pasivo. Son obligaciones adquiridas legalmente por la empresa, que surgen de hechos pasados, para ser canceladas, la entidad espera cubrirlas de recursos que incorporan beneficios económicos

Capital Contable. Es la participación de los socios o del dueño de la empresa. En el momento de su constitución, la empresa se forma únicamente con capital social.

Tabla 13.

Formato del Balance General

EMPRESA COMERCIAL “ABC”					
Balance General					
	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año n...</i>
Activo					
Activo Corriente					
<i>Caja</i>					
<i>Bancos</i>					
<i>Inventario de Mercaderías</i>					
Total activo corriente					
Activos no corrientes					
<i>Maquinaria y equipos</i>					
<i>Muebles de oficina</i>					
<i>(-) Depreciación acumulada</i>					
Total activo no corriente					
Otros Activos					
<i>Diferidos</i>					
Total otros activos					
TOTAL ACTIVO					
Pasivo					
Pasivo Corriente					
<i>Salarios por pagar</i>					
<i>Cuentas por pagar</i>					
Total Pasivo corriente					
A largo plazo					
<i>Préstamos por pagar</i>					
Total pasivos a largo plazo					
TOTAL PASIVO					
Patrimonio					
Capital					
<i>Capital Inicial</i>					
Resultados					
<i>Utilidad del ejercicio</i>					
Total Patrimonio					
Total Pasivo y Patrimonio					

Nota: La tabla elaborada anteriormente indica la estructura básica del Balance General.

Punto de Equilibrio

“Esta técnica busca determinar el número de unidades de la variable escogida que hace el VPN igual a cero” (Lira, 2021)

En el punto de equilibrio intervienen los costos fijos, costos variables, costos totales y ventas totales, además se determina en unidades monetarias y en unidades producidas o vendidas.

Fórmula en función de la capacidad instalada:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} * 100$$

Formula Punto de equilibrio en ventas:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Costos fijos

Según Pérez (2021) Los Costos fijos son independientes de la producción. Son gastos que se repiten periódicamente y, por lo general, no cambian demasiado.

- Las remuneraciones al personal
- Alquileres
- Materiales de limpieza
- Intereses
- Seguros de cobertura (incendio, robo y asalto).

Costos Variables

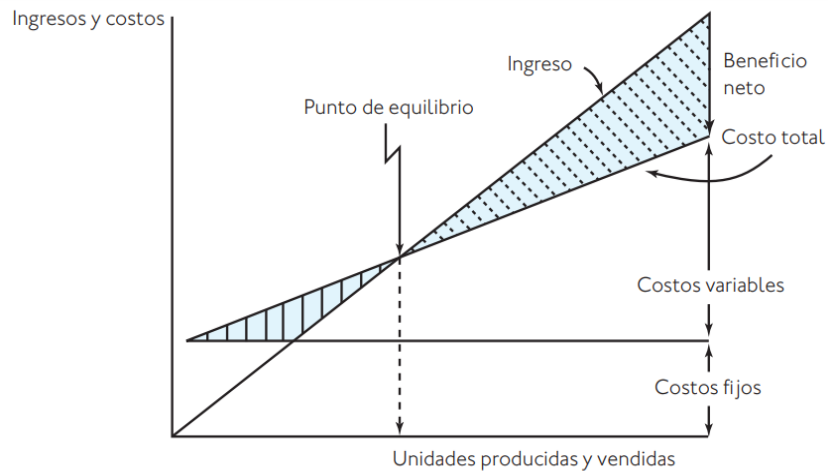
Mientras que los costos variables, como su nombre indica, son aquellos que cambian, aumentan o disminuyen dependiendo del volumen de actividad que exista en un momento dado.

- Materia prima
- Insumos
- Suministros

- Envases
- Los servicios de agua y energía

Figura 5.

Gráfica Punto de equilibrio



Nota: Se muestra el grafico con respecto al punto de equilibrio. Adaptado del Libro Evaluación de proyectos (p.149), por Baca Gabriela, (2011)

Evaluación Financiera

Con respecto a la Evaluación Financiera de proyectos, desde la posición de Vigo et al., (2018) afirma que se basa en el supuesto de que la inversión se financiará total o parcialmente con fondos de terceros. Esto obliga a considerar el impacto de las condiciones crediticias sobre los rendimientos del capital, ya sea, que se trabaje a nivel de rendimientos privados o sociales (p. 233).

A su vez Ortega (s.f.) señala que la evaluación financiera de proyectos de inversión es un ejercicio teórico y práctico en el que se intenta identificar, evaluar y comparar los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas de proyectos de inversión con la finalidad de ayudar a la toma de decisiones.

Por ello, basado en los conceptos anteriores se entiende que la evaluación financiera es el proceso donde se determina, los beneficios operativos y los costos futuros y la rentabilidad del proyecto. Es decir, es el resultado de una actividad potencial de ganancias o pérdidas encaminadas a la decisión de continuar con el proyecto o no.

Importancia

La evaluación financiera permite no solo conocer el monto de inversión del proyecto, sino también sus costos asociados, para determinar los precios que permitan precisar los objetivos de ingresos o ventas. Y, sobre todo: permite estimar el potencial de creación de riqueza o valor para los inversores. (Profima Star, 2018)

Objetivo

En la opinión de Sánchez (2018, citado en Llerena, 2019) Para mejorar su gestión financiera, se necesita desarrollar un enfoque sistemático para analizar sus informes financieros. La motivación para aplicar el análisis de estados financieros en el informe anual de la empresa es diferente para cada grupo de usuarios. Los prestamistas generalmente están interesados en evaluar la solvencia de los prestatarios, los inversionistas quieren medir las ganancias y las inversiones potenciales, y los gerentes quieren la información más precisa posible sobre la situación financiera y el desempeño de su empresa (pp. 16-17)

En base a lo anterior su objetivo es determinar su viabilidad económica y determinar el desempeño financiero de los fondos invertidos; pero si lo completa tanto como sea posible, no hay garantía de que una vez que invierta dinero en el proyecto, estará libre de riesgos.

Valor Actual Neto (VAN)

Según lo considerado por Rodríguez et al. (2019) El VAN de un proyecto se define como el valor obtenido actualizado, mismo que es igual a la suma de los valores presentes de todos los elementos de su flujo. Esto consiste en convertir y sumar todos los elementos del flujo de efectivo del proyecto a valor presente.

Formula:

$$VAN = \frac{D}{(1 + I)} + \frac{D_2}{(1 + i)^2} + \dots + \frac{D_n}{(1 + i)^n}$$

Criterios de Evaluación (VAN)

- $VAN > 0$ La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida. El proyecto puede aceptarse
- $VAN < 0$ La inversión produciría ganancias por debajo de la rentabilidad exigida. El proyecto debería rechazarse
- $VAN = 0$ La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas. La decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Respecto al siguiente indicador, la TIR es la tasa de descuento equivalente a los ingresos y gastos de un proyecto. Matemáticamente, se define como la tasa que hace que el valor actual neto (VPN) sea igual a 0, este método se utiliza para encontrar la tasa de rendimiento de un proyecto (Rodríguez et al., 2019).

Formula:

$$VAN = -D_0 + \frac{D}{(1+r)} + \frac{D_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{D_n}{(1+r)^n} = 0$$

Criterios de Aceptación/Rechazo de Proyectos que Propone la TIR

- Si un proyecto tiene $TIR >$ Tasa de interés de oportunidad, entonces se puede aceptar.
- Si la $TIR <$ Tasa de interés de oportunidad, se rechaza.
- Si la $TIR =$ Tasa de interés de oportunidad, hay indiferencia frente al proyecto.

Relación Beneficio - Costo

Se denomina así a la separación de los ingresos y gastos del proyecto y la relación entre ellos. En este caso, se suman todos los ingresos y gastos del proyecto para cada período, se recalcula su valor presente y se calcula la relación entre ellos (Murcia et al., 2019, p. 355)

Formula:

$$RBC = \frac{\text{Valor Presente Ingresos Netos}}{\text{Valor Presente Egresos o Inversión Inicial}}$$

Criterios de Evaluación Relación Beneficio - Costo

- $B / C > 1$ El negocio tiene un rendimiento adicional a la TIO, por lo tanto, es atractivo para el inversionista.
- $B / C = 1$ El rendimiento del negocio es igual a la TIO, entonces también es atractivo para el inversionista.
- $B / C < 1$ El rendimiento del negocio es inferior a la TIO, por lo tanto, no es atractivo llevarlo a cabo.

Periodo de Recuperación de Capital o de la Inversión Inicial

Empleando las palabras de Murcia et al. (2019) El PRC mide el tiempo requerido para recuperar la inversión. En su definición más simple, su cálculo no tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo y las decisiones basadas en este método pueden conducir a errores.

Formula:

$$PR = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Ingresos Promedios}}$$

Análisis de Sensibilidad

El Análisis de Sensibilidad como lo expresa Murcia et al. (2019) se lo conoce como la técnica que busca determinar el impacto que tiene sobre la rentabilidad del proyecto (medido por el VPN o la TIR) la modificación de una o más de las variables utilizadas para elaborar las proyecciones.

Criterios de decisión según el coeficiente de sensibilidad

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Para calcular y llevar a cabo el análisis de sensibilidad de un proyecto de inversión se utilizan las siguientes fórmulas:

- Nueva TIR:

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

- Diferencia de TIR:

$$Diferencia\ de\ TIR = TIR\ del\ Proyecto - Nueva\ TIR$$

- Porcentaje de Variación:

$$\% \text{ de Variación} = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ del\ Proyecto}$$

- Sensibilidad

$$Sensibilidad = \frac{\% \text{ de Variación}}{Nueva\ TIR}$$

5. Metodología

Métodos

El trabajo de titulación tiene su importancia en la venta de colchones en la ciudad de Loja, es por ello, que para la realización del mismo se requirió de varios métodos y técnicas, los mismos que sirvieron para descubrir la estructuración del estudio en mención. Los métodos empleados para el desarrollo del trabajo de integración curricular se delinean a continuación:

Científico

Este método contribuyó al momento de la recopilación de información pertinente para el desarrollo de la temática abordada a partir de fundamentos teóricos y prácticos expuestos o postulados por autores expertos en los diferentes campos de estudio, mismos que se utilizaron en la redacción de definiciones concretas y comprensibles, enmarcadas en los referentes teóricos, dando camino a la sustentación adecuada en elaboración de todo el trabajo de integración curricular.

Deductivo

La aplicación de este método permitió deducir cada uno de los estudios que integra un proyecto de factibilidad o de inversión, partiendo con el estudio de mercado, luego con el estudio técnico, seguidamente se elaboró el estudio organizacional; y el estudio financiero con el motivo de establecer conclusiones y recomendaciones, mismas que asistirán a determinar la viabilidad del proyecto.

Inductivo

Se lo empleó en la recopilación de cualquier tipo de información secundaria que ayude a la realización del estudio de mercado y en la determinación de los resultados. Además, este método se utilizó para la elaboración de los instrumentos de investigación (encuesta).

Estadístico

Se lo aplico en la encuesta para poder realizar el análisis de los resultados brindando información valiosa para el desarrollo de la investigación de mercado.

Sintético

El método permitió resumir, redactar y presentar la información generada por el proyecto, la cual se verá reflejada en la elaboración de los diferentes componentes que integra el estudio de factibilidad, de igual manera fue útil para la sintonización de los resultados económicos financieros que conlleven a una correcta toma de decisiones, permitiendo emitir conclusiones y recomendaciones frente a la creación de la empresa “DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM”, EN LA CIUDAD DE LOJA”.

Matemático

Se lo empleó en los cálculos matemáticos necesarios requeridos por cada una de las fases del proyecto de factibilidad con la finalidad de obtener información precisa, sin dar cabida a errores.

Técnicas

Recolección bibliográfica

Esta técnica se aplicó para obtener información confiable y pertinente de libros, revistas científicas, leyes, páginas web, entre otros para poder consolidar toda la información encontrada sobre la factibilidad en la creación de una empresa, con el fin de realizar un Trabajo de Integración Curricular coherente y veraz.

Observación

La técnica se la empleó para establecer de forma clara y precisa, la mejor opción en cuanto a la ubicación de la empresa desarrollada en el estudio técnico.

Encuesta

Se la utilizó para obtener datos estadísticos reales y precisos, mismos que permitieron determinar la aceptación que tendrán nuestros productos en el mercado. El propósito de esta encuesta es obtener información sobre los productos que serán más llamativos para los consumidores; además, para conocer la ventaja competitiva que tendrá la empresa frente a la actividad económica que desarrollará.

Determinación de la Población Objetivo

El desarrollo del Trabajo de Integración Curricular está dirigido a los habitantes de la ciudad de Loja, por ende, se ha tomado como referencia los datos proporcionados por el Instituto de Estadística y Censo (INEC), sobre la población total de la ciudad en el año 2010 obteniendo un resultado de 214.855 habitantes de los cuales se tomará solamente a la población comprendida desde los 20 a 84 años, siendo un total de 126.128 (58,70%), debido a que las personas que se encuentran dentro de este rango de edad tienen la posibilidad de hacer la adquisición del producto, la misma que se deberá proyectar para el año 2021 con una tasa de crecimiento del 2,41 %.

Tabla 14.

Rango de Edades.

Rango de Edad	Cantidad	Porcentaje
Menor de 1 año	3.843	1,79%
De 1 a 4 años	16.945	7,89%
De 5 a 9 años	21.310	9,92%
De 10 a 14 años	22.025	10,25%
De 15 a 19 años	22.877	10,65%
De 20 a 24 años	21.943	10,21%
De 25 a 29 años	18.935	8,81%
De 30 a 34 años	14.949	6,96%
De 35 a 39 años	12.702	5,91%
De 40 a 44 años	11.323	5,27%
De 45 a 49 años	10.913	5,08%
De 50 a 54 años	8.841	4,11%
De 55 a 59 años	7.498	3,49%
De 60 a 64 años	5.943	2,77%
De 65 a 69 años	4.910	2,29%
De 70 a 74 años	3.571	1,66%
De 75 a 79 años	2.684	1,25%
De 80 a 84 años	1.916	0,89%
De 85 a 89 años	983	0,46%
De 90 a 94 años	557	0,26%
De 95 a 99 años	141	0,07%
De 100 años y más	46	0,02%
Total	214.855	100,00%

58,70%

Nota: En la tabla que precede se realizó el cálculo del porcentaje de edades comprendidas entre 20 y 84 años, de acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto de Estadística y Censo

Proyección de la Población para la Ciudad de Loja

Aplicando la fórmula de la proyección de la población con los datos anteriormente descritos, se obtuvo los siguientes resultados:

Formula:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

En donde:

- **Pf** = Población Futura.
- **Po** = Población Inicial.
- **i** = Tasa de crecimiento poblacional.
- **n** = Número de periodos.

Cálculo:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

$$Pf = 214.855 (1 + 0,0241)^{11}$$

$$Pf = 214.855 (1,0241)^{11}$$

$$Pf = 214.855 (1,2995)$$

$$Pf = 279.197$$

En base al resultado obtenido mediante la aplicación de la fórmula para la proyección de la población, nos indica que para el año 2021 sería de 279.197 habitantes, y el rango comprendido entre las edades de 20 a 84 años es de 163.899 habitantes, que representan el 58,70 %, por lo tanto, a continuación, se determinó la cantidad de encuestas a aplicar.

Tamaño de la Muestra

A continuación, se expresa la fórmula respectiva para la obtención de una muestra cuando la población es abierta.

Fórmula:

$$n = \frac{N * z^2 * P * Q}{[(N - 1) * E^2] + (z^2 * P * Q)}$$

Datos:

n= Tamaño de la muestra (?)

N= Población, en la ciudad de Loja para el año 2021 es de 146.997 personas

Z= Nivel de Confianza, en este caso será de 95 % que equivale a 1.96

P= Probabilidad de éxito, en este caso será de 0,5

Q= Probabilidad de fracaso, es la diferencia es decir 1-P

E= Margen de error (5 %)

Para obtener el valor del nivel de confianza nos basamos en el documento de apoyo para Proyectos de Trabajos de Integración Curricular (p.79), por Cobos y Yaguache (2021).

Tabla 15.

Nivel de Confianza

<i>Nivel de Confianza</i>	<i>Valor Z</i>	<i>Nivel de Confianza</i>	<i>Valor Z</i>
50,00 %	0,6745	92,00 %	1,75
68,27 %	1,0	93,00 %	1,81
75,00 %	1,15	94,00 %	1,88
80,00 %	1,28	95,00 %	1,96
85,00 %	1,44	95,45 %	2,0
90,00 %	1,645	99,00 %	2,58
91,00 %	1,69	99,73 %	3,0

Nota: La tabla anterior muestra los niveles de confianza que se necesitan para poder determinar el tamaño de la muestra.

Cálculo

$$n = \frac{N * z^2 * P * Q}{[(N - 1) * E^2] + (z^2 * P * Q)}$$
$$n = \frac{163.899 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{[(163.899 - 1) * (0,05)^2] + [(1,96)^2 * 0,5 * 0,5]}$$
$$n = \frac{163.899 * 3,84 * 0,5 * 0,5}{[(163.898) * 0,0025] + [3,84 * 0,5 * 0,5]}$$
$$n = \frac{157.408}{409,75 + 0,9604}$$
$$n = \frac{157.408}{40.974}$$
$$n = 383,26$$
$$n = 383$$

La aplicación de las encuestas se realizó en la ciudad de Loja, con la ayuda de la herramienta proporcionada por Google conocida como Formularios, misma que tiene la capacidad de crear una encuesta virtual, la necesidad de elegir esta herramienta se originó por el motivo del distanciamiento social por el covid 19, ante ello, el uso de Google Formularios facilitó la aplicación de todas las encuestas de acuerdo a la muestra obtenida en la búsqueda de la información necesaria para el desarrollo del estudio de mercado. De acuerdo a la fórmula utilizada el total de la muestra será de 383 personas a las que se les aplicará la encuesta, y así poder determinar la demanda potencial, real, y efectiva.

6. Resultados

Tabulación de las Encuestas Aplicadas a los Habitantes de la Ciudad de Loja

1. Género

Tabla 16.

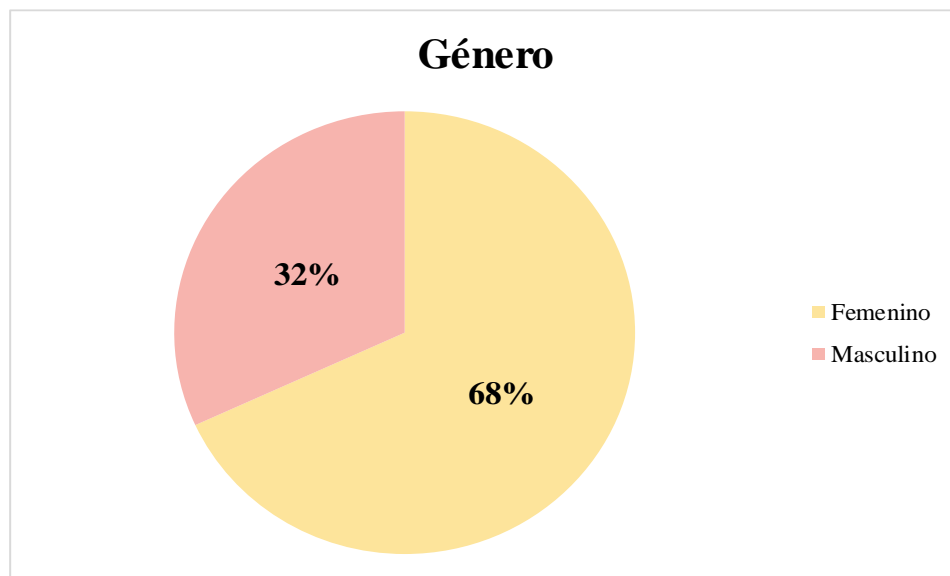
Género

<i>Alternativa</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Femenino	261	68,15%
Masculino	122	31,85%
Total	383	100%

Nota: Se muestra el número total de cada género de los encuestados con el porcentaje correspondiente. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 6.

Género



Interpretación: De acuerdo con las encuestas realizadas a la población de la ciudad de Loja se pudo obtener que el 68 % corresponde al género femenino y el 32 % al género masculino, datos que inciden en que nuestra clientela será más del género femenino, por el motivo de que las mujeres son aquellas que se encuentran más profundizadas en el tema del hogar.

2. El rango de edad obtenido de nuestra población se detalla de la siguiente manera:

Tabla 17.

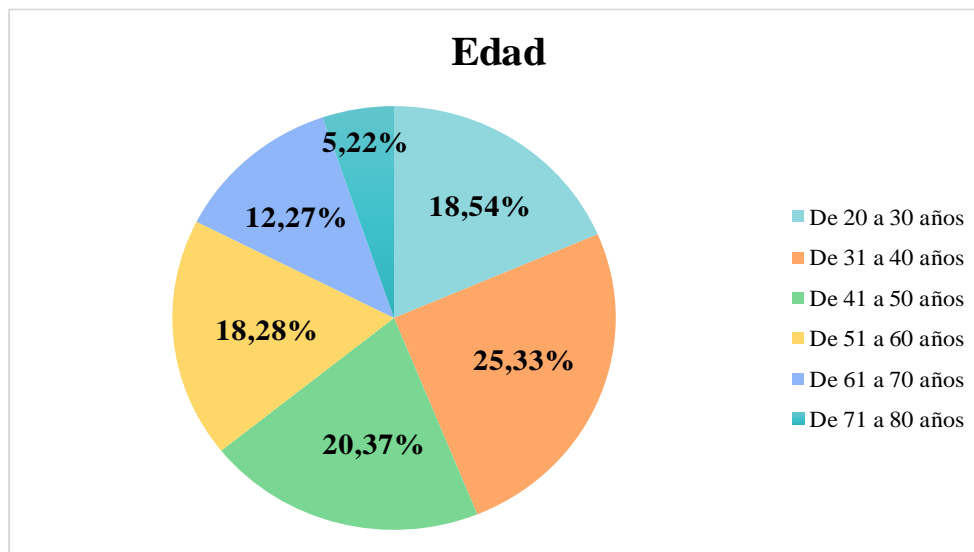
Rango de Edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 20 a 30 años	71	18,54%
De 31 a 40 años	97	25,33%
De 41 a 50 años	78	20,37%
De 51 a 60 años	70	18,28%
De 61 a 70 años	47	12,27%
De 71 a 80 años	20	5,22%
Total	383	100%

Nota: En la tabla anterior se muestra los rangos de edad de los encuestados con el porcentaje correspondiente. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 7.

Rango de Edad



Interpretación: Esta pregunta, busca conocer la edad de los encuestados, para saber de acuerdo a qué edad van los gustos y preferencias de los posibles clientes; con los datos obtenidos, se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas tienen un rango de edad de 31 a 40 años que corresponde al 25,33 %, seguido del rango de 41 a 50 años con un 20,37 %, por su parte; el rango de 20 a 30 años corresponde al 18,54 %, el rango de 51 a 60 años, tiene un valor del 18,28 %; sin mucha diferencia el rango de 61 a 70 años posee el 12,27 % y finalmente, en menor proporción se encuentra el rango de 71 a 80 años, con un valor del 5,22 %.

3. La manera más fácil de adquirir un producto por parte de nuestra población objeto de estudio es:

Tabla 18.

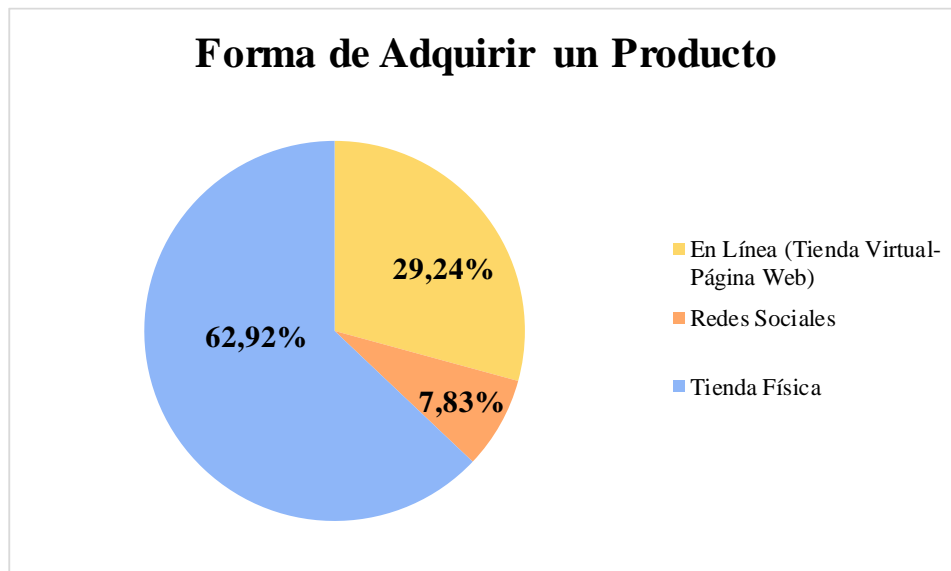
Facilidad en la Compra del Producto

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
En Línea (Tienda Virtual-Página Web)	112	29,24%
Redes Sociales	30	7,83%
Tienda Física	241	62,92%
Total	383	100%

Nota: En la tabla superior se muestra el total según la preferencia que tienen los encuestados al adquirir un producto con el porcentaje correspondiente. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 8.

Facilidad en la Compra del Producto



Interpretación: Respecto al resultado de las encuestas aplicadas se observa que de esta pregunta se obtiene que la mayoría de los encuestados prefiere adquirir el producto mediante una tienda física, lo cual representa el 62,92 %, dando a entender la necesidad de adquirir un local, seguidamente el 29,24 % manifiesta que desean adquirir el producto mediante una tienda virtual, por último, el 7,38 % corresponde a la adquisición del producto por medio de las redes sociales.

4. La creación de un negocio enfocado en la distribución de colchones de diferentes marcas en la ciudad de Loja, de acuerdo a nuestra población se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 19.

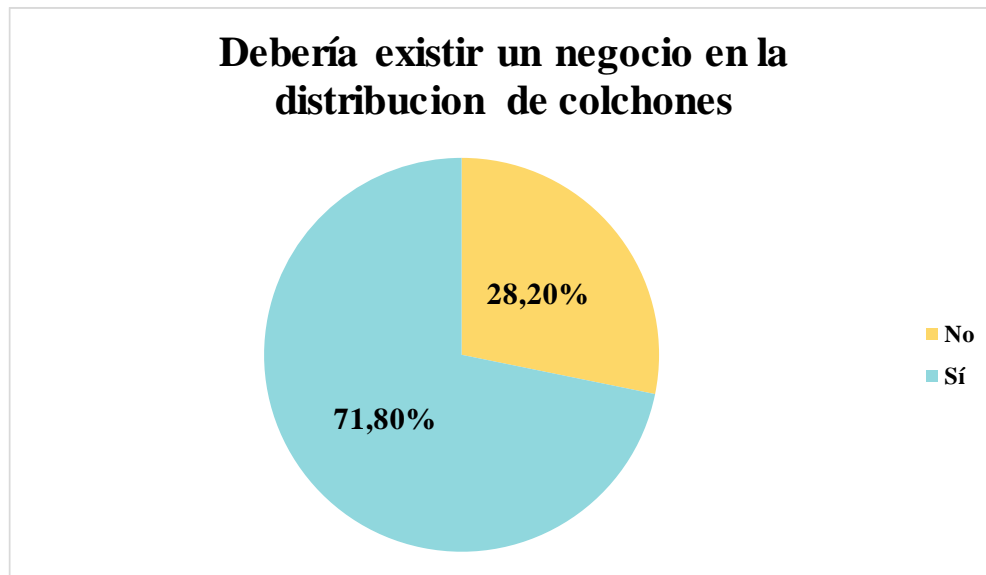
Existencia de un Negocio en la Distribución de Colchones

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
No	108	28,20%
Sí	275	71,80%
Total	383	100%

Nota: En la tabla desarrollada con anterioridad se muestra el número y porcentaje total de los encuestados a los que les gustaría que exista un negocio en la distribución de colchones. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 9.

Existencia de un Negocio en la Distribución de Colchones



Interpretación:

En base a la información recaudada se refleja que la mayoría de los encuestados si prefiere la existencia de un negocio dedicado a la distribución de colchones en la ciudad de Loja, lo cual representa el 71,80 %, por el contrario, el 28,20 % manifiesta que no es necesario la existencia del negocio, ya que la adquisición de este producto se lo podría hacer por medio de otros negocios.

5. Las formas de pago preferidas por nuestra población objeto de estudio, son las siguientes:

Tabla 20.

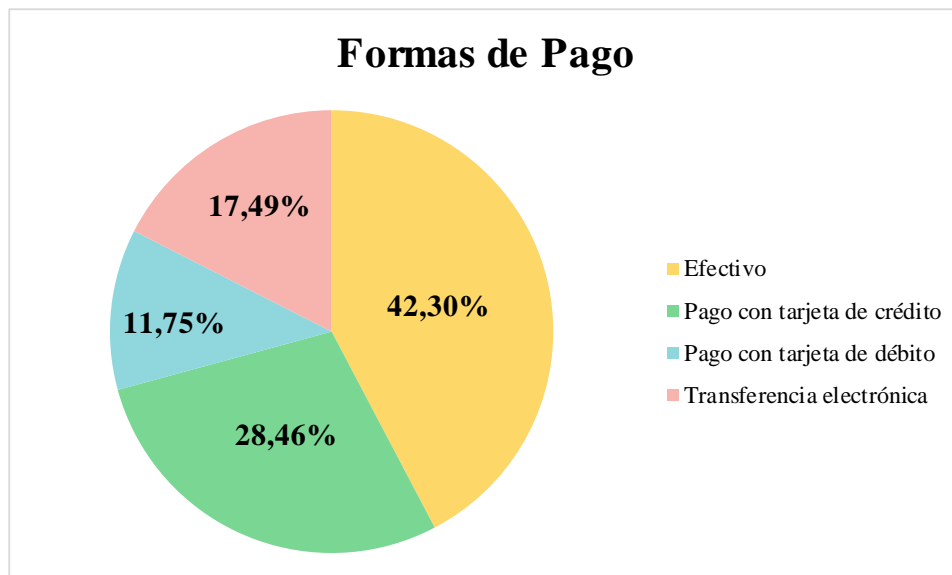
Forma de Pago

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Efectivo	162	42,30%
Pago con tarjeta de crédito	109	28,46%
Pago con tarjeta de débito	45	11,75%
Transferencia electrónica	67	17,49%
Total	383	100%

Nota: En el cuadro desarrollado con anticipación se detalla el número total y su porcentaje correspondiente de acuerdo a la preferencia que tienen los encuestados al cancelar un producto. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 10.

Forma de Pago



Interpretación: La forma de pago en la compra de los colchones es fundamental, por ello interrogamos a nuestros futuros clientes y nos manifestaron lo siguiente: 162 personas equivalentes al 42,30 % prefieren hacerlo en efectivo, 109 personas correspondientes al 28,46 % prefieren realizar el pago mediante tarjeta de crédito y 67 personas que representan el 17,49 % prefieren hacerlo con transferencia electrónica; mientras que 45 usuarios que corresponden al 11,75 % manifestaron que les gustaría pagar el producto mediante tarjeta de debito, por ello se tiene que adquirir el conocido Datafast para realizar aquellos cobros.

6. La preferencia por una marca específica de colchón por parte de la población en estudio se clasifica de la siguiente manera:

Tabla 21.

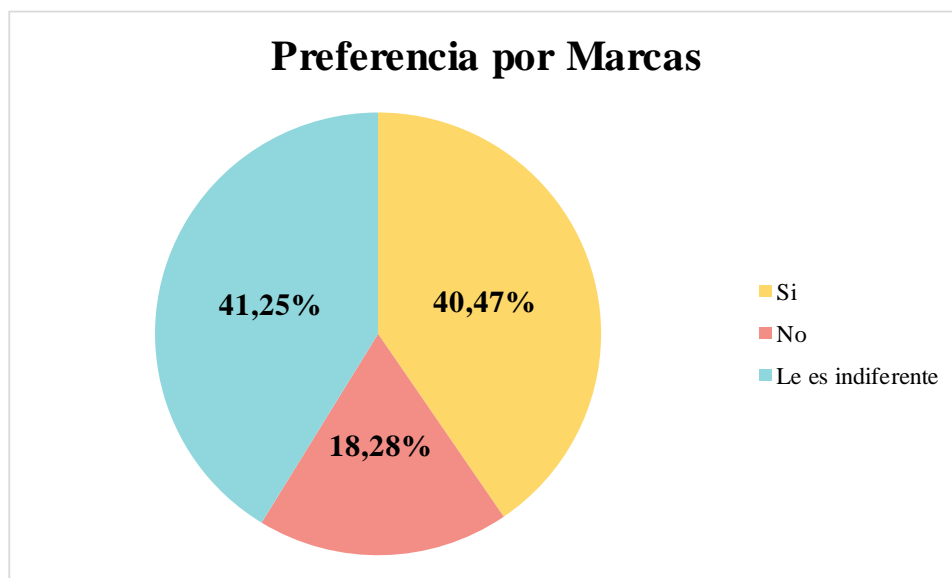
Preferencia del Producto

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Si	155	40,47%
No	70	18,28%
Le es indiferente	158	41,25%
Total	383	100%

Nota: En la construcción de la tabla previa se muestra el número total de los encuestados y así mismo su respectivo porcentaje en si tienen alguna preferencia por una determinada marca de colchón. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 11.

Preferencia del Producto



Interpretación: En la ciudad de Loja donde se han aplicado las encuestas se determinó que de las 383 personas que dieron respuesta a la misma, el 41,25 % de ellas les es indiferente, por otro lado, el 40,47 % de ellas manifestó que, si tienen preferencia por una marca determinada de colchón, mientras que el 18,28 % restante señaló que no tiene preferencia alguna sobre una marca de colchón, en base a los resultados se entiende que la empresa debe adquirir más de una marca de colchones, con el fin de satisfacer toda la demanda requerida por los usuarios.

7. La marca con mayor aceptación por parte de los encuestados son las siguientes:

Tabla 22.

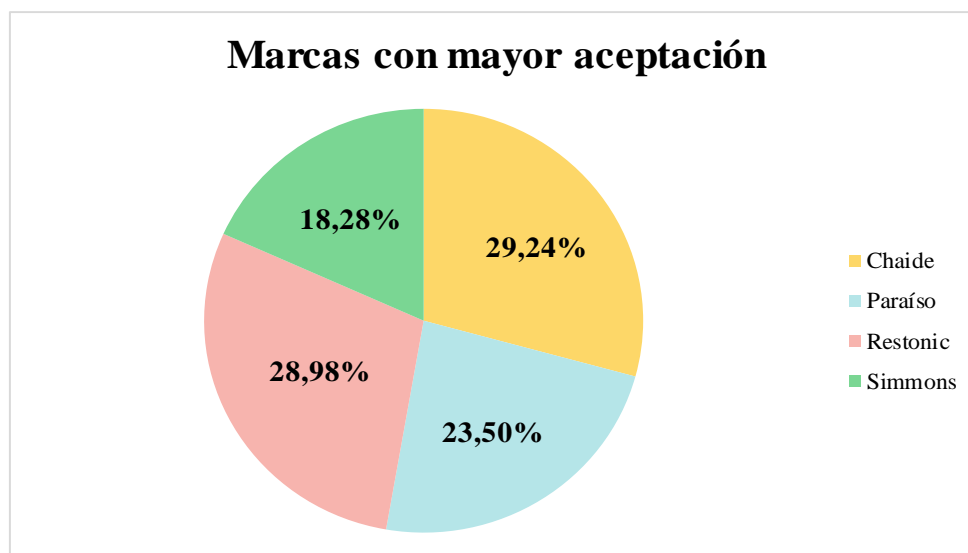
Preferencia del Producto en Base a las Marcas más Conocidas

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Chaide	112	29,24%
Paraíso	90	23,50%
Restonic	111	28,98%
Simmons	70	18,28%
Total	383	100%

Nota: La tabla que antecede se muestra el número total de los encuestados y su respectivo porcentaje en si tienen alguna preferencia por una marca de colchón. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 12.

Preferencia del Producto en Base a las Marcas más conocidas



Interpretación: Aplicada la encuesta, se obtuvo que el 29,24 % de los encuestados, prefieren la marca Chaide, sin mucha diferencia el 28,98 % eligen la marca Restonic; por su parte, el 23,50 % corresponde a la marca Paraíso y, finalmente, el 18,28 % se inclina por la marca Simmons. En base a los datos obtenidos se evidencia que existe mayor apego a las marcas Chaide y Restonic, lo que a su vez quiere decir que la empresa debe de surtir en mayor cantidad de estos fabricantes y en menor proporción de las marcas restantes.

8. Las especificaciones más consideradas por nuestra población al momento de adquirir un colchón, son las siguientes:

Tabla 23.

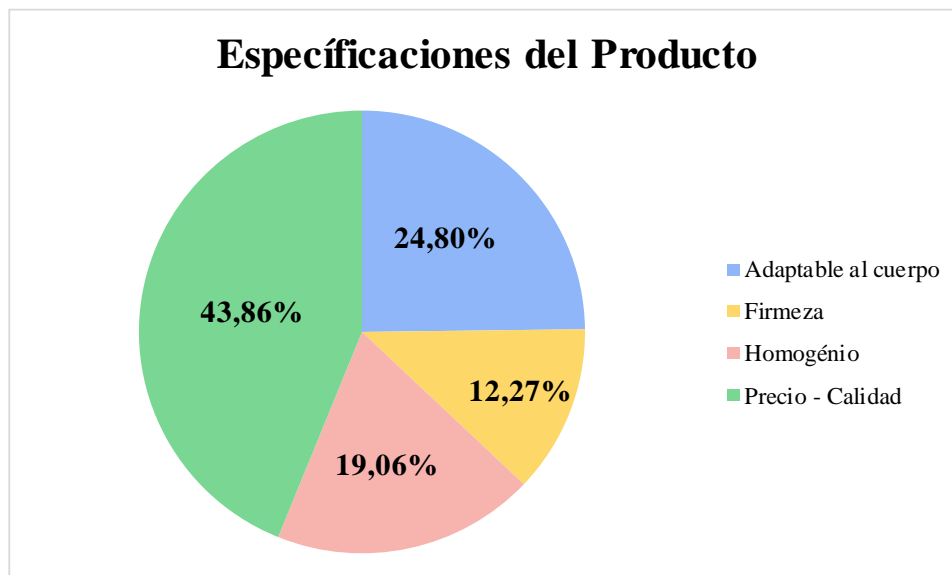
Especificaciones del Producto

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Adaptable al cuerpo	95	24,80%
Firmeza	47	12,27%
Homogéneo	73	19,06%
Precio - Calidad	168	43,86%
Total	383	100%

Nota: La tabla previamente elaborada se detallan los datos de las especificaciones que debe de poseer un colchón al momento de su compra. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 13.

Especificaciones del Producto



Interpretación: Mediante esta pregunta, se determinó que en su mayoría prefieren el equilibrio entre Precio y Calidad que corresponde al 43,86 %, así mismo un gran porcentaje correspondiente al 24,80 % optan por que sea adaptable al cuerpo, el 19,07 % prefiere que su producto sea homogéneo, por otra parte, el 12,27 % busca que la especificación del colchón sea firme. Cabe destacar que en un solo colchón se puede encontrar más de una especificación, dando la posibilidad de que el cliente pueda elegir más de dos especificaciones.

9. El nivel de confort que debe de tener un colchón, de acuerdo a los datos obtenidos por medio de la aplicación de las encuestas, son los siguientes:

Tabla 24.

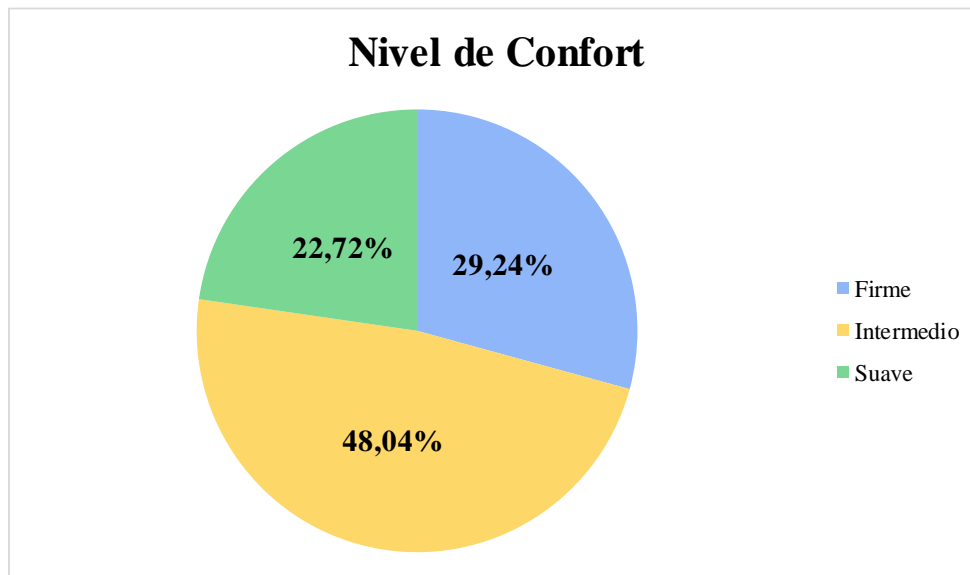
Nivel de Confort

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Firme	112	29,24%
Intermedio	184	48,04%
Suave	87	22,72%
Total	383	100,00%

Nota: En la tabla que antecede, se puntualiza el nivel de confort preferido por los encuestados. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 14.

Nivel de Confort



Interpretación: Por medio de esta pregunta se busca conocer el nivel de confort que debería de tener un colchón, es por eso que los encuestados indicaron lo siguiente, el nivel de confort que más puntuación alcanzo fue el Nivel Intermedio, es decir, que el mismo no sea ni muy firme, pero tampoco muy suave, por lo que el 48,04 % prefieren una alternativa equilibrada, el 29,24 % optan por un nivel de confort firme y, por último, el 22,72 % restante eligen la opción de suavidad.

10. La medida de colchón más conveniente para adquirir, bajo el criterio de los encuestados se precisa de la siguiente forma:

Tabla 25.

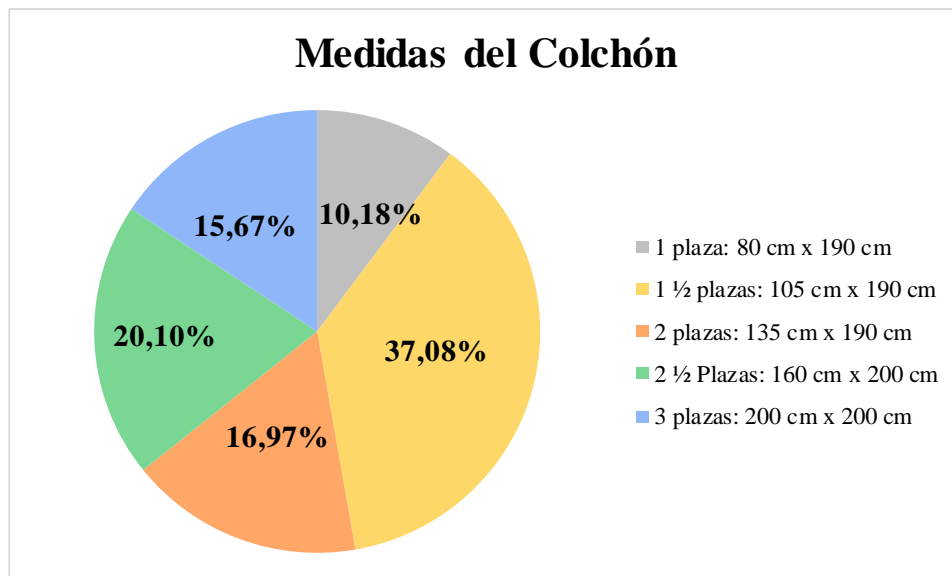
Medidas del Producto

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
1 plaza: 80 cm x 190 cm	39	10,18%
1 ½ plazas: 105 cm x 190 cm	142	37,08%
2 plazas: 135 cm x 190 cm	65	16,97%
2 ½ Plazas: 160 cm x 200 cm	77	20,10%
3 plazas: 200 cm x 200 cm	60	15,67%
Total	383	100%

Nota: Una vez realizada la tabla superior, en ella se detalla las medidas básicas del colchón, donde además se da a notar el total de respuestas hechas por los encuestados. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 15.

Medidas del Producto



Interpretación: Con la siguiente pregunta se pretende determinar las medidas (plazas) de los colchones que la empresa debe adquirir para su posterior venta, de acuerdo a los encuestados, se tiene que el 37,08 % de los usuarios manifestaron que la medida de colchón que comprarían es de 1 plaza y media, por otra parte el 20,10 % adquiriría un colchón de 2 plazas y media, el 16,97 % optaría por comprar un colchón de 2 plazas, después el 15,67 % de los usuarios prefieren adquirir

un colchón de 3 plazas, finalmente el 10,18 % elegiría un colchón con la medida correspondiente a 1 plaza; por ende, en base a los datos obtenidos se puede tener una visión más amplia en cuanto a las medidas de un colchón, siendo éstas muy variables, gracias a esos resultados la empresa deberá de adquirir más de una sola medida de colchón.

11. La renovación de un colchón en base a la opinión de nuestra población, es prudente hacerla en los siguientes plazos:

Tabla 26.

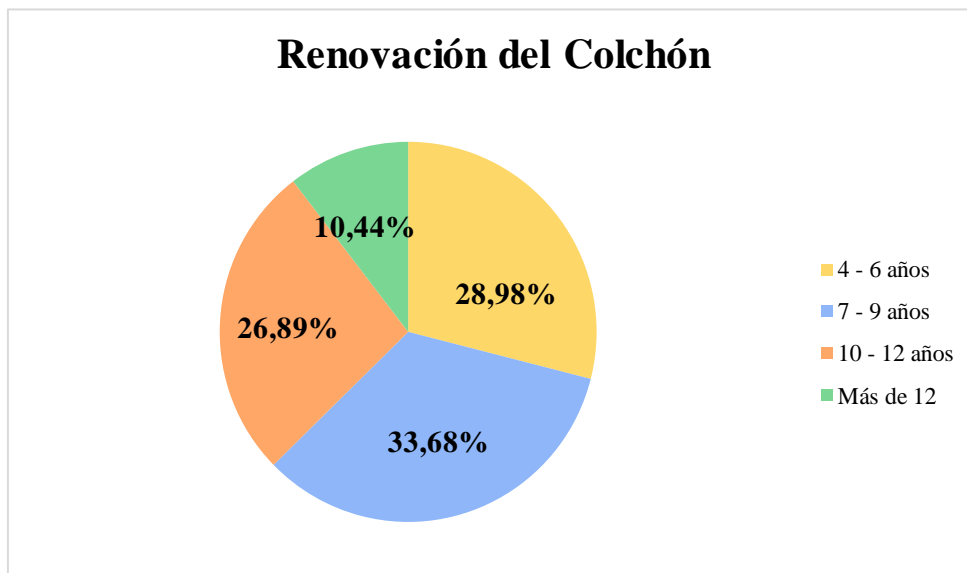
Renovación de Colchón

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
4 - 6 años	111	28,98%
7 - 9 años	129	33,68%
10 - 12 años	103	26,89%
Más de 12	40	10,44%
Total	383	100%

Nota: En la formulación de la tabla previa, se da a conocer en qué tiempo los encuestados harían la renovación del colchón. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 16.

Renovación de Colchón



Interpretación: De las encuestas aplicadas en relación a la renovación del colchón, el 35 % consideran que se debe de hacer de 7 a 9 años, luego, el 33 % señala que se lo debe de realizar

de 4 a 6 años, por su parte el 29 % indica que se lo tiene que renovar de 10 a 12 años y, finalmente, el 3 % prioriza que se lo tiene que hacer pasados los 12 años, gracias a los resultados obtenidos, la empresa se beneficiaría por la simple razón de que existirían varias ventas dentro de un año por la variación de compra o renovación de un colchón existente en el mercado local.

12. Los locales o establecimientos donde parte de nuestra población adquieren mayormente un colchón son los siguientes:

Tabla 27.

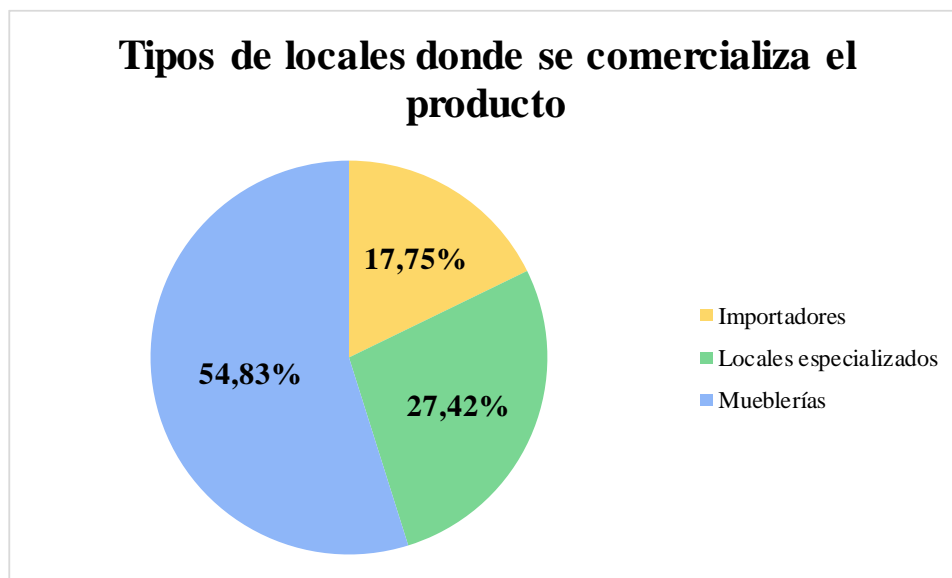
Competencia

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Importadores	68	17,75%
Locales especializados	105	27,42%
Mueblerías	210	54,83%
Total	383	100%

Nota: Mediante la elaboración de la tabla anterior, se pretende conocer el lugar de donde obtienen generalmente los encuestados un colchón. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 17.

Competencia



Interpretación: De los resultados obtenidos el 54,83 % adquieren el producto en las mueblerías del sector; el 27,42 % lo adquiere en locales especializados; por otra parte, el 17,75 %

optan por adquirir el producto en los Importadores, además con la aplicación de esta pregunta se busca conocer la competencia que tendrá la empresa en la venta y/o distribución de los colchones.

13. La implementación del negocio enfocado en la distribución de colchones en la ciudad de Loja, con una atención a sus clientes de calidad y eficiencia, de conformidad con los datos obtenidos de las encuestas, se detalla a continuación:

Tabla 28.

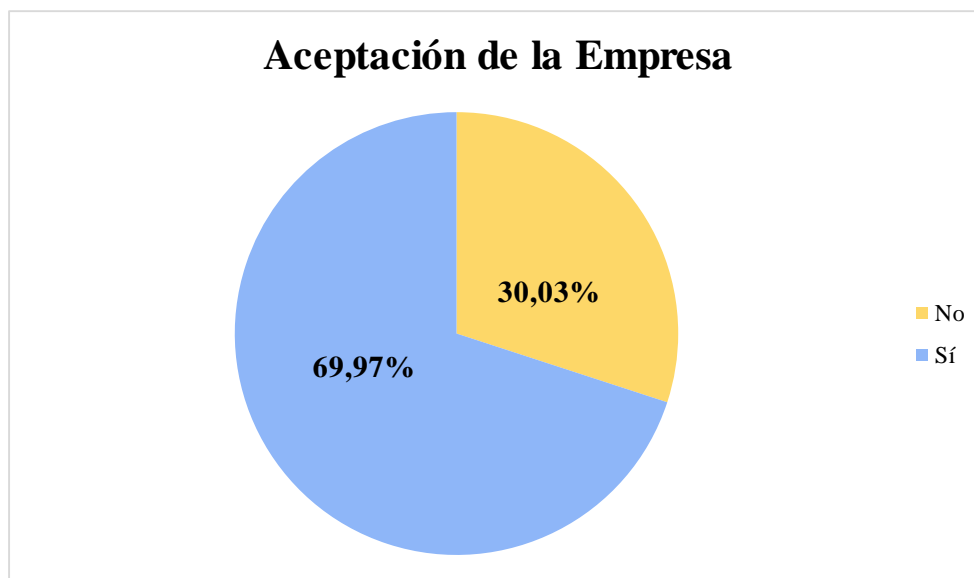
Aceptación de la Empresa

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
No	115	30,03%
Sí	268	69,97%
Total	383	100%

Nota: Con la generación de la tabla anterior, se da a conocer si la empresa tendrá o no aceptación por parte de la población en estudio. Tomado de la elaboración de las encuestas.

Figura 18.

Aceptación de la Empresa



Interpretación: De ser implementada la empresa de Distribución de Colchones en la ciudad de Loja, ésta tendrá una aceptación del 69,97 % y un 30,03 % respondieron que no harían uso de la empresa y con ello no comprarían el producto.

Análisis Situacional

Análisis Macroentorno

Factores Económicos

El Ecuador en los últimos años ha experimentado una recesión económica debido a la caída del precio del petróleo y a la presencia del COVID 19, sin embargo, ha tenido un crecimiento en inversión pública puesto que el país ha permitido mejorar la capacidad operativa de sectores estratégicos y sociales del mismo.

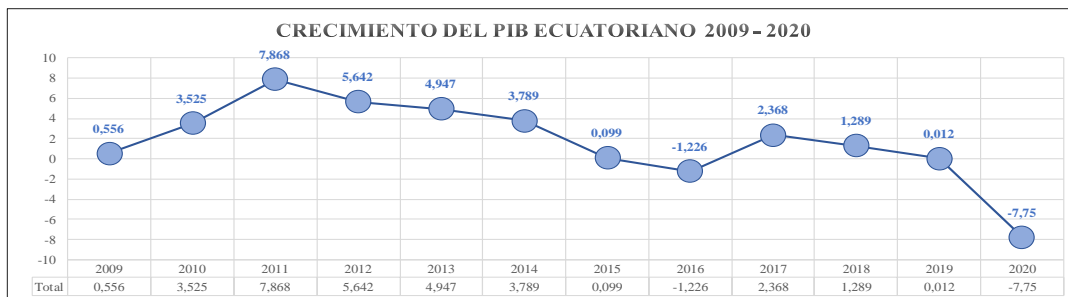
A continuación, se presentan los principales indicadores económicos que reflejan de una manera más técnica la situación económica del país.

Producto Interno Bruto (PIB). El PIB es el “conjunto de bienes y servicios generados por la economía de un país en un año, contabilizados a precios de mercado” (Diccionario panhispánico del español jurídico - RAE, 2022). Es decir, este indicador representa la producción nacional de un estado, expresado como moneda. El PIB es el índice que se usa para determinar el crecimiento económico de un país. En este sentido, es el principal elemento de análisis de una economía.

Los datos sobre el crecimiento del PIB en el Ecuador permiten observar un crecimiento significativo que ha sido mantenido desde 2009 (año en que ocurrió la crisis económica mundial). El gráfico que se presenta a continuación muestra la evolución del PIB ecuatoriano desde 2009 hasta 2020:

Figura 19.

Evolución del PIB Ecuatoriano



Nota: La figura representa las variaciones que ha sufrido el PIB durante el periodo 2009 al 2020, los datos fueron obtenidos del Banco Central del Ecuador.

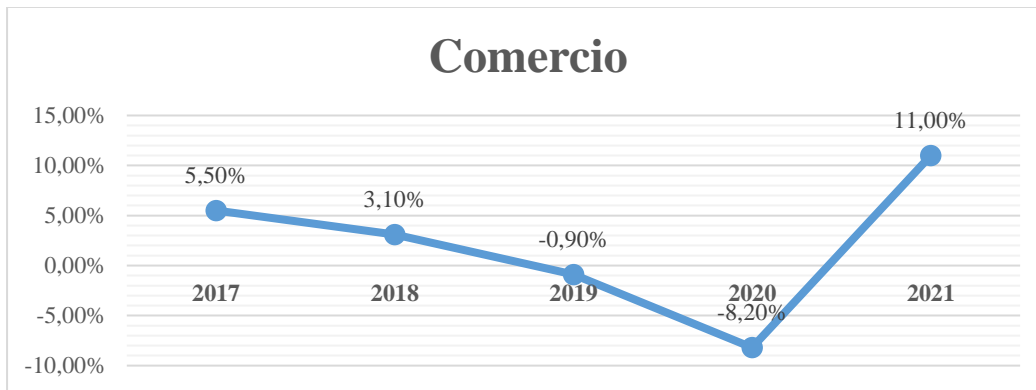
Un mayor PIB implica que existe crecimiento dentro de las entidades en un país; en este sentido, este elemento de análisis es positivo para el proyecto que se plantea en este documento.

Crecimiento del PIB en relación a la actividad comercial (Comercio)

Durante los últimos 5 años el PIB en el Ecuador ha experimentado cambios significativos en sus diferentes actividades o industrias, al año 2021 donde se desarrolla el proyecto de factibilidad para la creación de la empresa GOLDEN DREAM, las industrias que registraron un mayor crecimiento fueron: suministro de electricidad y agua (26,9%), acuicultura y pesca de camarón (22,2%) alojamiento y servicios de comida (19,4%), pesca (11,8%), transporte (10,8%), y comercio (10,2%), este último dato es conveniente realizar una revisión histórica, con el fin de obtener una visión más amplia de la actividad comercial en el país, mismo que ayudara a la decisión de invertir o no en el proyecto. A continuación, se muestra la evolución del comercio en el Ecuador:

Figura 20.

Evolución del PIB dentro de la Industria Comercial



Nota: La figura superior detalla la evolución del comercio en el Ecuador, en ella se puede evidenciar que esta actividad desde el año 2017 al 2019 ha sufrido de un decrecimiento no muy significativo, caso contrario para el año 2020 donde experimento una caída considerablemente negativa, este hecho se presenta por el confinamiento ocasionado por el Covid, razón por la cual, la industria en términos de comercio se vio afectada en mayor proporción que le resto de su grupo. Por otro lado, el año 2021 presenta un valor positivo, pasando del -8,20 % al 11 %, dejando en claro que la actividad comercial para este año va en crecimiento con respecto a los años anteriores, motivo suficiente para considerar invertir en el presente proyecto de factibilidad. Datos obtenidos del Banco Central del Ecuador 2021.

Inflación. Para Albuquerque (2018) La inflación es un crecimiento generalizado y persistente de precios en los bienes y servicios del sistema económico. La subida de precios desemboca en la pérdida de poder adquisitivo de las personas, al originarse la depreciación o devaluación de la moneda, ya que hay que abonar mayor cantidad de unidades monetarias para adquirir el mismo bien o servicio.

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de ingresos y gastos de los hogares. (Índice de Precios al Consumidor, 2021)

Tabla 29.

Tasas de Inflación Anual

Meses	Años				
	2017	2018	2019	2020	2021
Enero	0,90	-0,09	0,54	-0,30	-1,04
Febrero	0,96	-0,14	0,16	-0,23	-0,81
Marzo	0,96	-0,21	-0,12	0,18	-0,83
Abril	1,09	-0,78	0,19	1,01	-1,47
Mayo	1,10	-1,01	0,37	0,75	-1,13
Junio	0,16	-0,71	0,61	0,17	-0,69
Julio	0,10	-0,57	0,71	-0,54	0,45
Agosto	0,28	-0,32	0,33	-0,76	0,89
Septiembre	-0,03	0,23	-0,07	-0,90	
Octubre	-0,09	0,33	0,50	-1,60	
Noviembre	-0,22	0,35	0,04	-0,91	
Diciembre	-0,20	0,27	-0,07	-0,93	
PROMEDIO ANUAL	0,42	-0,22	0,27	-0,34	

Nota: La tabla muestra la evolución de la inflación anual en los últimos 5 años en el Ecuador. Datos tomados del Banco Central del Ecuador.

Ecuador cerró el año 2019 con una inflación negativa del -0,07 % tratándose de la segunda inflación anual negativa en diciembre. La primera fue en diciembre de 2017 con un valor de -0,20 %. Estos fenómenos de signo negativo que significan que los precios se han reducido, no se habían producido desde el año 1963, año en el cual se construyó la base del INEC. El intermedio de la inflación anual es el año 2018 que fue de 0,27 %.

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) se ubicó en -0,93 % en diciembre de 2020 frente al mismo mes de 2019, como resultado el mes de diciembre del año 2020 es el sexto mes consecutivo en el que la inflación es negativa en Ecuador producto del confinamiento para evitar la propagación de la pandemia de COVID-19, unos de los sectores más afectados por el confinamiento fue el sector del comercio con un desplome gradual de sus ventas.

La inflación anual en agosto del año 2021, fue de 0,89 %, la cual como fuente principal de crecimiento fue dada por el transporte de manera anual con 0,81 % siendo este el rubro que más influye en el incremento leve de precios.

Riesgo país. El riesgo país es un indicador de la situación de un país evaluada por varias empresas especializadas. (Alexis, 2014) en base a una comparación con economías más fuertes. Este indicador es de suma importancia para nuevas inversiones debido a que es parte constitutiva del cálculo de la tasa de descuento que se aplica en el análisis financiero de un proyecto.

Al momento, de acuerdo al (Banco Central del Ecuador, 2022), el riesgo país se ubica en 805 puntos al 1 de marzo de 2022. Este valor elevado representa una amenaza para la inversión en el proyecto que se presenta, lo que se constituye en un elemento negativo.

Factores Políticos y Legales

En el Ecuador desde mucho tiempo atrás viene siendo un estado social de derecho, soberano, unitario, independiente, democrático, pluricultural y multiétnico. Su gobierno es de ámbito republicano, presidencial, electivo, representativo, responsable, alternativo, participativo y de administración descentralizada, es decir, de libre expresión y democrático.

Lo Político. Desde 2021, año en el que el actual presidente de la república, el empresario Guillermo Lasso, asumió la presidencia, ha existido una relativa estabilidad política en el país, contrastando con la década anterior en la que se destacó que el país tuvo varios levantamientos en contra de los poderes políticos, obligando a realizar cambios permanentes de administración.

En la siguiente tabla se observa el orden de los 7 últimos mandatarios para formar una idea del grado de inestabilidad política que existía antes del gobierno actual:

Tabla 30.

Cronología de los presidentes del Ecuador

<i>Periodo de Gobierno</i>	<i>Presidente</i>	<i>Origen de Destitución</i>
1998 - 2000	Jamil Mahuad	Golpe de Estado
2000 - 2003	Gustavo Noboa	Vicepresidente
2003 - 2005	Lucio Gutiérrez	Golpe de Estado
2005 - 2007	Alfredo Palacio	Vicepresidente
2007 - 2017	Rafael Correa	3er Mandato
2017 - 2021	Lenin Moreno	Fin de Mandato
2021 – a la fecha	Guillermo Lasso	Presidente Vigente

Nota: Se presenta de forma cronológica los presidentes de la república del Ecuador de los últimos 7 mandatarios.

La estabilidad en el país se ha consolidado con la expedición de una nueva Constitución de la República en 2008 y una serie de cambios en leyes y reglamentos a todo nivel. Estos elementos han determinado la línea política adoptada por el país.

Adicionalmente a la normativa señalada y que será tratada con más detalle en el análisis legal pertinente de este trabajo, el país ha guiado su camino dentro de la política en el denominado Plan Nacional de Desarrollo: Toda una Vida 2017 – 2021; que ha servido como hoja de ruta para la implementación de la política pública en el Ecuador.

Otro tema importante dentro de la política nacional es el aporte y soporte que existe por parte del gobierno nacional ante las PYMES, que son pequeñas y medianas empresas con un número reducido de trabajadores y que tiene una actividad productiva o de servicio. Las PYMES en Ecuador se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo. Para ello, se cuenta con el apoyo del Ministerio de Industrias y Productividad que realiza acciones para el desarrollo de pequeñas y medianas empresas.

Ahora en la actualidad, según el Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de América Latina y el Caribe (2021), la administración de hoy ha implementado el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025; el cual consta de cinco ejes programáticos: económico,

social, seguridad, transición ecológica e institucional que busca alcanzar las metas más ambiciosas que se han planteado en los últimos 15 años de Gobierno, entre ellas, se destacan las siguientes:

- Acumular más de USD 30.000 millones en inversión privada.
- Alcanzar un crecimiento del PIB al 5 %.
- Generar 2 millones de empleos de calidad para los ecuatorianos.
- Disminuir la pobreza multidimensional rural en 15 puntos.
- Combatir la desnutrición crónica infantil (en menores de dos años) hasta reducirla en 6 puntos porcentuales.
- Incrementar en 30 % la clase media en el país.
- Incrementar 265 mil hectáreas bajo protección hídrica.
- Aumentar en un 10 % el acceso a internet, logrando un 78 % de alcance de Internet en todo el país.
- Combatir la corrupción, a fin de reducir el índice de percepción de corrupción en Ecuador, pasando del puesto 93 en el 2019 al 50 para el 2025.
- Reducir las muertes violentas en 6 por cada millón de habitantes para el 2025.
- Duplicar la producción de hidrocarburos a 1 millón de BEP (Barril Equivalente de Petróleo).

Por lo señalado en las líneas precedentes, se puede concluir que el factor político aporta positivamente al proyecto planteado en el presente informe.

Lo Legal. Actualmente el país cuenta con diversas leyes; entre las principales que afectan las actividades del proyecto planteado están:

- Constitución de la República
- Ley de Compañías
- Ley de Régimen Tributario
- Código del Trabajo
- Código de la Producción
- Código de Comercio
- Código Civil
- Reglamento Para Aplicación Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI

- Reglamentos a la Ley de Defensa del Consumidor
- Reglamento General a la Ley General de Seguros
- Reglamento al Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas; entre otras.

Dentro del entorno legal, un beneficio que fortifica este proyecto, es la existencia de un código de producción que garantiza la función e implementación de nuevos proyectos, además que fortifica y asegura la competencia dentro de los mejores cánones legales y con el mayor apoyo ante las organizaciones (Código Orgánico de la Producción, 2019).

Factores Sociales y Culturales

Uno de los elementos que más afecta, positiva o negativamente, a toda clase de empresa en el Ecuador y como elemento de estudio socio cultural es el nivel de ingresos y el nivel de desempleo en el país, ya que se traduce en la capacidad de compra de los productos que el proyecto va a poner a disposición del público.

Ahora bien, en lo que respecta a los niveles de empleo, subempleo y desempleo en el Ecuador, las tasas de desempleo se han sufrido de variaciones en últimos 5 años, y se ha registrado, que para año 2020, el desempleo en la área urbana es de 6,1 % y para el año 2021 se registra un porcentaje de 5,3 % de desempleo, que son valores muy favorables para el desarrollo social en el país ya que significa que un gran porcentaje de la población económicamente activa se encuentra realizando actividades de generación de recursos.

Sin embargo, de lo anterior, los niveles de subempleo son altos, ubicándose en diciembre de 2021 en una tasa de 23,0 % de la PEA (población económicamente activa). En la próxima tabla, se muestra la evolución del empleo, desempleo y subempleo desde 2017 hasta 2021.

Tabla 31.

Evolución del Desempleo, Subempleo y Empleo Adecuado 2017 - 2021

Tasa de Desempleo					
	2017	2018	2019	2020	2021
<i>Nacional</i>	4,6 %	3,7 %	3,8 %	5,0 %	4,1 %
<i>Quito</i>	9,4	8,2	7,9	Urbano	
<i>Guayaquil</i>	4,4	3,1	2,9	6,1	5,3
<i>Cuenca</i>	5,6	4,7	3,7	Rural	
<i>Machala</i>	5,6	5,4	4,2		
<i>Ambato</i>	6,1	3,4	4,0		
Tasa de Subempleo					
<i>Nacional</i>	19,8 %	16,5 %	17,8 %	22,7 %	23,0 %
<i>Quito</i>	11,7	9,7	13,9	Urbano	
<i>Guayaquil</i>	21,0	18,9	16,2	24,1	21,5
<i>Cuenca</i>	11,9	8,6	9,1	Rural	
<i>Machala</i>	15,9	11,7	12,2		
<i>Ambato</i>	15,2	11,6	13,6		
Tasa de Empleo Adecuado					
<i>Nacional</i>	42,3 %	40,6 %	38,8 %	30,8 %	33,9 %
<i>Quito</i>	61,6	57,9	54,3	Urbano	
<i>Guayaquil</i>	50,0	52,6	51,2	37,4	41,0
<i>Cuenca</i>	57,3	61,3	63,9	Rural	
<i>Machala</i>	51,2	55,4	55,5		
<i>Ambato</i>	54,0	52,6	50,8		

Nota: Desde el 2020 hasta el 2021 se implementó en la ENEMDU cambios metodológicos asociados al tamaño y distribución de la muestra, nivel de representatividad de los estimadores y construcción de factores de ponderación, afectando la comparabilidad histórica de las estadísticas oficiales.

Tanto el aumento adquisitivo a través de los salarios como la reducción de los índices de desempleo, se consideran como elementos ventajosos para las actividades a desarrollarse en el proyecto.

Factores Tecnológicos

El uso de las Tics comprende el equipamiento, acceso y uso del computador, internet y celular, en el hogar, a base de ello se obtiene los siguientes resultados:

Tabla 32.

Uso de las Tics

Indicador	2019	2020
Hogares con acceso a internet	45,5 %	53,2 %
Personas que utilizan internet	59,2 %	70,7 %
Personas que tienen celular activo	59,9 %	62,9 %
Personas que utilizan teléfonos smartphone	76,8 %	81,8 %

Nota: Según los datos obtenidos por parte del INEC, mediante la encuesta Multipropósito de hogares, se traduce que la gran mayoría de los ciudadanos tienen acceso a la red, por lo cual se hace factible la promoción del producto por este medio.

Análisis Microentorno

El punto de vista de Porter, descrito anteriormente es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias a largo plazo de invertir en un mercado o en un segmento del mismo. La idea es que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos frente a las cinco fuerzas que rigen la competencia industrial y de servicios. En tal virtud, se ha optado por analizar las fuerzas que rodean a la empresa que son las mueblerías, importadores u otros locales que expandan este tipo de producto en la ciudad de Loja.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Las mueblerías e importadores son, al momento, los competidores de la industria de la empresa que se propone. Son locales donde ofrecen el producto que la empresa pretende comercializar.

Sin embargo, de lo explicado, dentro del mercado existe parcialmente negocios similares a los del proyecto, lo que se configura en una amenaza parcial para el proyecto. Dicha amenaza se contrarresta con la comercialización única y exclusivamente de colchones, elemento que distingue a la industria donde se realizará el proyecto.

Rivalidad entre competidores

Como se ha mencionado, las empresas o negocios que se encuentran en el medio en el que se piensa incursionar son las mueblerías e importadores de estos productos. Si bien es cierto que se trata de competidores muy cercanos en cuanto a sus productos, no son considerados competidores directos, ya que no solo ofrecen productos para el descanso, si no que dependen de más actividades de comercialización, pero si se los debe tomar como entes de amenaza en nichos posibles de mercado a mediano plazo.

Hay una mayor competencia entre competidores extranjeros que entre competidores nacionales. Los competidores nacionales, aunque existen pocos tienen productos similares en calidad y precio, así como en diseño y tecnología de productos mientras que los extranjeros tienen la capacidad de renovarse y tienen precios relativamente selectos. Competidores posibles y con carácter influyente son los mismos proveedores que surtirán al negocio del producto siendo estos; Chaide, Simmons, Paraíso, entre otras.

Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores de productos para el descanso en el Ecuador son varios y, por lo general se ajustan a los precios ya establecidos en el mercado; factor que les resta capacidad de asignar restricciones o bases de negociación.

En el caso de los proveedores, se puede considerar un mercado perfectamente competitivo y, en este sentido, el poder de negociación de los proveedores no es elevado; sin embargo, debido al tipo de mercado, la empresa propuesta no podrá determinar el precio de los productos solicitados.

Poder de negociación de los compradores

Debido a la escasa cantidad de competidores directos se pueden determinar precios y otras condiciones de manera casi arbitraria, en base, exclusivamente, al estudio de mercado que se presenta posteriormente en este informe. En tal sentido, el poder de negociación de los compradores es casi nulo y la relación de estos con la empresa se desarrollará bajo las condiciones impuestas por la organización.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

En la actualidad, los productos de descanso no tienen sustitutos que constituyan un alto grado de competencia.

Matriz FODA

Es aquella herramienta que nos permite crear una tabla de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para conocer la situación actual y tener una visión más clara de la empresa para culminar el proceso de toma de decisiones.

Al identificar los factores externos e internos positivos y negativos que rodean la aplicación comercial propuesta, se puede crear una matriz FODA (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas) y se pueden identificar las mejores estrategias utilizando estos factores para el uso de las fortalezas y oportunidades, y la capacidad de abordar y mitigar debilidades y amenazas.

A continuación, se presenta la tabla 33 que representa la matriz FODA de la empresa en donde se determinan las estrategias a seguir, con la finalidad de concluir en la factibilidad del proyecto.

Tabla 33.

Matriz FODA “GOLDEN DREAM”

Análisis interno Análisis externo	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingreso a un mercado competitivo 2. Precios competitivos en el mercado 3. Variedad de formas de pago para los clientes 4. Servicio a domicilio de los productos 5. Calidad y excelencia en los productos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demora en órdenes de compra al por mayor por parte del cliente 2. Mayor requerimiento de marketing en el mercado 3. Recursos financieros limitados
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Creciente demanda 2. Ofrecer a los clientes productos en la comodidad de su hogar 3. Aplicación de nuevos modelos organizacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer los productos a los clientes sin salir de casa, con la mejor forma de pago, manteniendo precios competitivos y productos de calidad. • Fortalecer el prestigio de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la cobertura de mercado de la empresa en diferentes zonas de la ciudad de Loja, esto permitirá ganar más clientes y generar más ganancias.
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Exigencias del mercado 2. Avance de la ciencia y tecnología 3. Nuevos competidores en el sector 4. Inestabilidad política y económica del país y de la región 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una ventaja competitiva en la industria de la comercialización de colchones, ofreciendo productos de calidad en la ciudad de Loja desde la comodidad de su hogar. • Fortalecer la imagen institucional de la empresa • Capacitación del personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Perfeccionar el puntaje crediticio y la reputación de la empresa para obtener mayor reconocimiento en el mercado mediante la introducción de nuevos productos (modelos).

Nota: En la tabla superior se desarrolló la matriz FODA de la empresa “GOLDEN DREAM”, con el objeto de continuar con la determinación de la factibilidad del proyecto.

Estudio de Mercado

El estudio de mercado es la forma de poder colocar un determinado producto en el mercado, teniendo en cuenta el entorno y comportamiento para poder fijar un precio el cual los consumidores puedan comprar el producto que se va a ofrecer.

Mercado

El mercado al que se orienta este producto es la ciudad de Loja en la cual según la información proveniente del INEC en el censo 2010 se obtiene un resultado de 214.855 habitantes de los cuales se tomará solamente a la población comprendida desde los 20 a 84 años, siendo un total de 126.128 personas, mimas que representan el 58,70 % del total de personas en la ciudad, es por ello, que se deberá proyectar la población para el año 2021 con una tasa de crecimiento del 2,41 %.

En los cálculos efectuados anteriormente mediante la aplicación de la fórmula para la proyección de la población, se obtuvo que para el año 2021 la población sería de 279.197 habitantes, y el rango comprendido entre las edades de 20 a 84 años es de 163.899 (58,70 %) habitantes.

Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda permitirá a la empresa poder identificar de forma cuantitativa la demanda real y efectiva del mercado con relación al producto que se comercializará dentro de la ciudad de Loja.

Demanda Potencial

Se determinó que la demanda potencial engloba a todas las personas que son posibles clientes de la empresa, en este caso el 100 % de la población encuestada debido a que todos son mayores de edad y pueden ingresar al establecimiento y hacer la adquisición del producto.

Proyección de la Demanda Potencial

Para la proyección de la demanda potencial se considera la totalidad de la población en estudio; además, se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja del 2,41

% según datos proporcionados por el INEC 2010. Para el respectivo cálculo se lo desarrolló con la ayuda de programa Excel y se utilizó la fórmula de crecimiento poblacional:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

En donde:

- Pf = Población Futura.
- Po = Población Inicial.
- i = Tasa de crecimiento poblacional.
- n= Número de periodos.

Tabla 34.

Proyección de la Demanda Potencial

<i>Año</i>	<i>Población</i>	<i>Demanda Potencial</i>
	2,41%	100%
1	163.889	163.889
2	171.884	171.884
3	180.268	180.268
4	189.062	189.062
5	198.284	198.284

Nota: La proyección de la población representa el 58,70 %, lo que significa que la población para el año 2021 es de 163.889 personas. En este caso la demanda potencial fueron las personas que se encuentran dentro de los rangos de edad de entre 18 y 84 años.

Demanda Real

Se la determina según el análisis realizado a la pregunta N°5, de acuerdo a sí; ¿Le gustaría que exista un negocio enfocado en la distribución de colchones de diferentes marcas en la ciudad de Loja?, el resultado de la misma nos indica los potenciales consumidores, ya que si en algún momento se creara una empresa similar podrían tomar la decisión de comprarle a la misma.

Tabla 35.

Proyección de la Demanda Real

Año	Población	Demanda Potencial	% de aceptación	Demanda Real
1	163.889	163.889	71,80%	117.672
2	171.884	171.884		123.412
3	180.268	180.268		129.433
4	189.062	189.062		135.746
5	198.284	198.284		142.368

Nota: La tabla que antecede muestra la proyección de la demanda real con ayuda de los datos de la Tabla 34.

Demanda Efectiva

Para su determinación se toma en cuenta la pregunta 13, de las encuestas aplicadas, la cual detalla lo siguiente: ¿Si se implementara un negocio enfocado en la distribución de colchones en la ciudad de Loja, con una atención a sus clientes de calidad y eficiencia, estaría dispuesto a ser uso del mismo y comprar el producto? El porcentaje de aceptación obtenido es el 69,97 %.

Tabla 36.

Proyección de la Demanda Efectiva

Año	Población	Demanda Potencial	% obtenido	Demanda Real	% Obtenido	Demanda Efectiva
1	163.889	163.889	71,80%	117.672	69,97%	82.335
2	171.884	171.884		123.412		86.352
3	180.268	180.268		129.433		90.564
4	189.062	189.062		135.746		94.982
5	198.284	198.284		142.368		99.615

Nota: Para establecer la demanda efectiva se tomó como referencia las respuestas obtenidas de los demandantes encuestados en relación a la pregunta N°13.

Oferta

Para proyectar la oferta, al igual que la demanda se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja del 2,41 % de acuerdo al INEC en relación con el último censo de población y vivienda del año 2010.

Análisis De La Oferta

El propósito del análisis de la oferta es determinar o medir la cantidad y las condiciones en las cuales la economía puede suministrar un producto al mercado.

Para el presente proyecto la Oferta corresponde al porcentaje de los encuestados que prefieren adquirir el producto, en Importadores y Mueblerías el cual corresponde a la pregunta: **¿De qué tipo de locales o establecimientos adquiere generalmente un colchón?**

La respuesta fue del 72,58 %, porcentaje que hace referencia a lo que ha captado la competencia y se considera la oferta para este proyecto, por otro lado, nuestro mercado objetivo esta dado por la proyección de la demanda efectiva vista en la tabla 36, su cálculo se realiza mediante la siguiente formula:

$$**OFERTA = Mercado Objetivo x Porcentaje de aceptación**$$

$$OFERTA = 82.335 * 72,58 \%$$

$$**OFERTA = 59.763**$$

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta y los respectivos cálculos efectuados se logra determinar que este tipo de oferta corresponde a una Oferta competitiva o de mercado libre, ya que existen varios negocios donde se comercializa el producto.

Proyección de la Oferta

El respectivo cálculo se lo desarrolló con la ayuda de programa Excel y se utilizó la fórmula de crecimiento poblacional:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

En donde:

- Pf = Población Futura.
- Po = Población Inicial.
- i = Tasa de crecimiento poblacional.
- n= Número de periodos.

Tabla 37.

Proyección de la Oferta

<i>Año</i>	<i>Población</i>	<i>Oferta</i>
	2,41%	
1	59.763	59.763
2	62.678	62.678
3	65.736	65.736
4	68.942	68.942
5	72.305	72.305

Nota: La tabla previa muestra la proyección de la oferta para el presente proyecto de inversión.

Demanda Insatisfecha

Cuando hablamos de la demanda insatisfecha nos referimos a la necesidad de servicios o productos que no se están siendo cubiertos por completo.

Tabla 38.

Cálculo de la demanda Insatisfecha

<i>Año</i>	<i>Demanda</i>	<i>Oferta</i>	<i>Demanda Insatisfecha</i>
1	82.335	59.763	22.572
2	86.352	62.678	23.673
3	90.564	65.736	24.828
4	94.982	68.942	26.039
5	99.615	72.305	27.310

Nota: Se detalla que, para el primer año de operaciones, la empresa dispondrá de una demanda insatisfecha de 22.572 personas.

Plan de Comercialización

La comercialización es aquella actividad que permite colocar los bienes o servicios al alcance de los consumidores en forma oportuna. Una buena estrategia de comercialización siempre tendrá como resultado el mejor posicionamiento del producto dentro del mercado.

Descripción de la empresa

La Distribuidora “GOLDEN DREAM, es una empresa dedicada a comercialización de colchones, ofreciendo los productos requeridos en el sector, transportando los pedidos de sus clientes hasta el lugar requerido dentro de la ciudad. Se ofrece una gama amplia de colchones, además se cuenta con un servicio y asesoramiento exclusivo brindado por el personal, colocando al cliente como su mayor valor. La empresa ofrece productos de la mejor calidad, capaz de satisfacer los gustos y preferencias de los demandantes.

Logotipo de la empresa

Imagen 1.

Logo



Nota: En la imagen se muestra el logo de la empresa.


Las Cuatro Ps del Marketing

Productos

Los productos que se van ofrecer al público son:

Tabla 39.

Productos

<i>Colchones</i>		
<i>Imagen</i>	<i>Marca</i>	<i>Descripción</i>
	Chaide & Chaide	Colchón elegante, firme y confortable. Brinda un gran soporte para el cuerpo. Cuenta con una estratégica ubicación de espumas y resortes que le garantizan un descanso reparador.



Simmons

Tapizado en un suave Tejido de Punto con Tratamiento antialérgico Allergic Care que evita el desarrollo de ácaros y bacterias, permitiendo un descanso saludable.



Paraíso

Cuenta con una excelente estructura interna que permite al colchón tener una altura de 33 cms. Ideal para el cuarto de visitas o para quienes gustan de una sensación suave a la hora de dormir, su nivel de firmeza es medio.



Restonic

Cuenta con soportes Shodipad y una placa de espuma de alta densidad. Tiene resortes Bonell 5v y cuenta con 5 años de garantía.

Plaza

La Plaza se estableció en la ciudad de Loja debido a la necesidad de los demandantes de que exista una empresa que les suministre este tipo de producto en el menor tiempo posible, permitiendo que su trabajo diario sea continuo.

En el caso del proyecto, la comercialización se realizará directamente entre el consumidor y el vendedor disponiendo de una ubicación estratégica accesible a todos los futuros compradores donde se garantice la excelencia en el servicio al cliente.

Precio

La determinación de los precios que se ofrecerán a los consumidores, se lo realizará más adelante en la tabla 73, con el fin de obtener precios asequibles y competitivos mismos que atraerán clientes al negocio, cubriendo así con todos los costos administrativos, operativos y financieros, entre otros. Cabe mencionar que el negocio también hará promociones (descuentos) en los días festivos.

Publicidad o Promoción

La empresa “GOLDEN DREAM” dentro de su estrategia publicitaria utilizará los siguientes medios de difusión y comunicación:

- **Radio Satelital:** Difusión por medio de cuñas radiales, mismas que serán contratadas por parte del gerente-propietario.
- **Redes sociales:** Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp y Telegram. Sera administrada y realizada por parte del gerente-propietario de la empresa.
- **Folleto o volante:** Se realizará la publicidad de le empresa por este medio donde se describirá la variedad de colchones que ofrecerá la empresa, ofertas que estarán acompañadas de las marcas con mayor acogida en la ciudad.

Dentro de estos medios sociales y de comunicación se realizarán las promociones por días festivos, mismos que pueden ser dados de la siguiente manera:

Su presupuesto esta dado en la tabla 59.

Imagen 2.

Promoción del Colchón por Navidad



Nota: La imagen superior representa la promoción a aplicarse por Navidad.

Imagen 3.

Promoción por el Día de la Madre



Nota: La imagen que se presenta con anticipación representa la promoción a aplicarse por el día de la madre.

Imagen 4.

Promoción por el Día del Padre



Nota: La imagen corresponde a la promoción que se aplicara en el día del padre.

Imagen 5.

Promoción Especial de los Colchones



Nota: La imagen previa representa la promoción especial que se aplicara por la compra de \$ 250.00 o más en los colchones.

Estudio Técnico

Se determinará la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado. En este sentido, el estudio técnico comprende:

Tamaño del Proyecto

Determinar el tamaño del proyecto es muy importante porque tendremos una comprensión más clara de las inversiones y financiamientos que haremos en la empresa para obtener ganancias.

Capacidad Instalada

El presente “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de artículos para el descanso en la ciudad de Loja” tiene una capacidad de 80 m² y está dividida en las siguientes áreas.

Distribución de las Áreas de la Planta:

- Área de Atención al Cliente 12 m²

- Área Administrativa 15 m2
- Área de Ventas 12 m2
- Área de Recepción 15 m2
- Bodega 21 m2
- Baños 5 m2

Capacidad Óptima

La capacidad óptima de la empresa está determinada por los departamentos que la conforman, contando con un área total de 80 m2, sin contar con los espacios verdes ni parqueaderos. Tiene la capacidad para comercializar y distribuir en 80 m2:

- Área de Atención al Cliente 12 m2
- Área Administrativa 15 m2
- Área de Ventas 12 m2
- Área de Recepción 15 m2
- Bodega 21 m2
- Baños 5 m2

Factores condicionantes del tamaño

Los factores que se deben de tener en cuenta para establecer el tamaño del proyecto son los siguientes:

Identificación de insumos y suministros

En este punto se debe identificar el abastecimiento suficiente de productos para el correcto funcionamiento de la empresa. Estos productos se muestran en Anexo 2.

Identificación de maquinaria, equipo y tecnología

Para identificar la maquinaria y equipo que el proyecto requerirá se tiene que tener en cuenta todos aquellos elementos que envuelva a la decisión mismo, es decir, contar con los equipos necesarios para el correcto funcionamiento de la entidad, por ejemplo: computadoras, impresoras,

calculadoras, cajas registradoras, material de aseo y limpieza, mobiliario, suministros de oficina, entre otros. Estos equipos se muestran en el Anexo 2.

Selección del personal

Para poder realizar la comercialización de los productos es necesario contar con el personal suficiente para en el área administrativa y de ventas que dispondrá el negocio para su debido funcionamiento. El personal de producción está rigurosamente relacionado con el tipo de tecnología y el tipo de maquinaria utilizada en la producción del bien o servicio.

Tabla 40.

Identificación del Personal

<i>Personal</i>	<i>Cantidad</i>
Gerente General	1
Secretaria	1
Vendedor	1
Chofer	1
Total	4

Nota: Los datos presentados en la tabla superior corresponden al total de empleados que dispondrá la entidad para su funcionamiento.

Proveedores

La implementación del proyecto de venta de colchones implica la necesidad de una gran cantidad de recursos aportados por diferentes proveedores para facilitar el día a día de la empresa entre ellos se encuentran:

Tabla 41.

Principales Proveedores

<i>Proveedor</i>	<i>Dirección</i>
CHAIDE	<i>Quito:</i> Av. Los Shyris Km 4 Vía Sangolquí – Amaguaña. <i>Cuenca:</i> Av. Gran Colombia Y Av. De las Américas
SIMMONS	<i>Guayaquil:</i> Km. 6 ½ Vía Durán Tambo Durán, Ecuador.
PARAÍSO	<i>Quito:</i> Av. De los Shyris N37-313 y El Telégrafo. 02 2264-843 <i>Guayaquil:</i> Circunvalación Sur 2-11 y Todos los Santos, Urdesa. 04 2380-053

Nota: La tabla superior describe la ubicación de los proveedores.

Localización del Proyecto

Macrolocalización

El análisis de macrolocalización considera el desarrollo económico en el lugar donde se instalará la empresa, porque contribuye al crecimiento comercial tanto en el ámbito nacional o provincial. La empresa a crearse se encontrará ubicada en el cantón Loja, provincia de Loja.

Imagen 6.

Mapa de la Provincia de Loja



Nota: La imagen corresponde a la provincia de Loja

Imagen 7.

Mapa del Cantón de Loja



Nota: La imagen corresponde al Cantón de Loja con sus respectivas parroquias.

Imagen 8.

Mapa de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja



Nota: La imagen corresponde a la ciudad de Loja con sus respectivas parroquias urbanas

Microlocalización

Para determinar la mejor ubicación, se procedió a elaborar una matriz de dos ubicaciones posibles, misma que nos permitirá elegir el lugar más adecuado para llevar a cabo el proyecto, para su determinación se consideraron 4 parámetros de evaluación, mismos que nos ayudaran a obtener una puntuación del 1 al 10, y la localización que obtenga la mayor cantidad de puntos será considerada como la mejor elección para la ubicación de la empresa.

Descripción de los parámetros de evaluación:

- **Vías de acceso y transporte:** Si las principales vías de acceso no presentan ningún inconveniente para llegar a la empresa
- **Cercanía del Mercado:** Si el lugar se encuentra en una zona cercana a mercados, generara una afluencia mayoritaria de clientela.
- **Disponibilidad de servicios básicos:** Si el sector cuenta con los debidos servicios básicos esenciales para el correcto desempeño de la empresa.
- **Local:** Si cuenta con un local adecuado para el desarrollo eficiente de las actividades de la entidad.

Tabla 42.

Matriz de Micro Localización de la Empresa

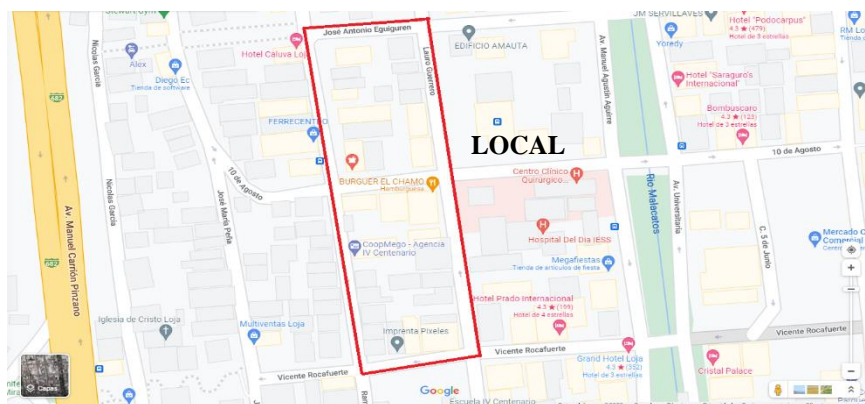
Ubicación	Parámetros de Evaluación				
	Vías de acceso y transporte	Cercanía del Mercado	Servicios básicos	Local	Total
a) Barrio Cuarto Centenario (Calles José Antonio Eguiguren entre Ramón Pinto y Lauro Guerrero)	9	8	10	9	36
b) Calles España entre Chile y Bolivia (Barrio Tebaida Alta)	8	7	9	6	30

Nota: Se muestra las dos ubicaciones consideradas para la implementación de la empresa.

Opción A: La opción escogida para la implementación de la empresa “GOLDEN DREAM”, será en el Sector de la Cuarto Centenario, lugar que cuenta con una excelente actividad comercial y una mayor afluencia de personas, además facilitará la tarea de encontrar un local de arriendo con servicios básicos y vías de acceso en buenas condiciones. Por otra parte, la adquisición de un local en esta ubicación tendrá un costo de entre los \$ 300,00 a 500,00 mensualmente.

Imagen 9.

Mapa de la Ubicación del Local



Nota: La imagen corresponde a la dirección del local en la ciudad de Loja donde se determinó la localización del local en el sector la Cuarto Centenario distribuido en las siguientes calles principales Ramón Pinto y Lauro Guerrero hasta sus transversales, es decir hasta las calles José Antonio Eguiguren o Vicente Rocafuerte, debido a que en la ubicación se encuentran algunos factores cruciales que influyen en la localización mismos que son:

- **Vías de acceso y transporte:** La empresa será ubicada en la siguiente dirección: Jose Antonio Eguiguren entre Ramon Pinto y Lauro Guerrero, debido a que cuenta con calles en buen estado para los clientes y para los proveedores.
- **Cercanía del Mercado:** La empresa al ser ubicada en aquel sector será muy accesible para los clientes, por el motivo de ser un sector comercial y, por ende, tiende a ser un lugar muy transitado por la ciudadanía.
- **Disponibilidad de servicios básicos:** El sector cuenta con los principales servicios básicos; agua potable, energía eléctrica, teléfono, internet y alcantarillado.
- **Local:** Ubicación donde existe un gran número de locales comerciales, es decir que será fácil la adquisición de un local comercial de arriendo.

Ingeniería del Proyecto

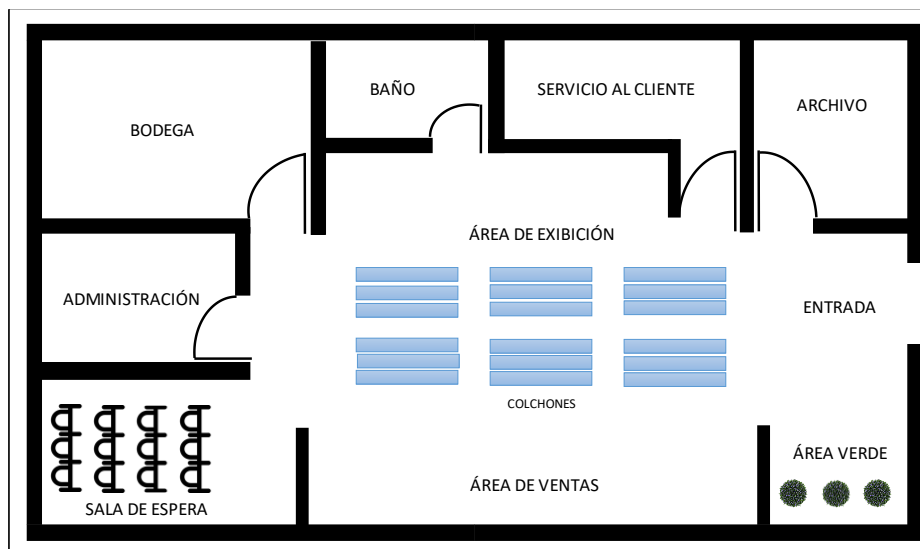
Distribución de la estructura o planta

Acondicionamiento de la maquinaria y equipos en los espacios destinados a la producción.

Diseño de la Planta

Imagen 10.

Distribución de las Áreas



Nota: La imagen propuesta con anterioridad corresponde a la distribución de las respectivas áreas con las cuales contara la entidad.

Descripción del Proceso de Venta

A continuación, se presenta la descripción secuenciada de las etapas del proceso de comercialización hasta llegar a la venta efectiva y en ciertos casos a la entrega del producto en el domicilio del cliente.

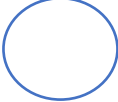


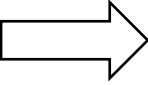
1. **Ingreso del Cliente al Local Comercial**
2. **Identificar la Necesidad o Deseo del Cliente:** Los vendedores mostrarán amabilidad al satisfacer las necesidades de cada consumidor, dejando ver sus habilidades y destrezas.
3. **Proceso De Persuasión:** Esta fase del proceso es muy importante porque es donde el cliente decide si comprar o no el producto, donde el vendedor debe de combinar el producto con el buen servicio poniendo en práctica la psicología del consumidor.
4. **Decisión de Compra:** En esta etapa se pone en ejecución el plan de atención al cliente y cómo se va a realizar la venta con sus respectivas normas y requerimientos necesarios para una venta.
5. **Funcionamiento del Producto:** Se da a conocer al cliente la calidad del producto, condiciones de garantía y las especificaciones técnicas.
6. **Venta del Producto:** Fase en la cual se concreta la venta, dando previamente todas las indicaciones necesarias.
7. **Recepción de Requisitos:** El personal encargado de ventas acepta los requisitos para efectivizar la venta ya sea al contado o crédito.
8. **Firma del Comprobante de Entrega y Facturación del Producto:** Los vendedores formalizan la entrega de los productos con los documentos que respaldan la venta.
9. **Entrega del Producto:** Una vez vendida la mercadería sea de contado o a crédito, se procede a dar las indicaciones sobre el funcionamiento respectivo del mismo.

Flujograma del proceso de venta

Tener conocimiento sobre el proceso de comercialización de la empresa, permitirá a los dirigentes y empleados derivar los tiempos correctos para la eficiente venta del producto y estandarizarlo, de modo que las necesidades de tiempo y espacio de cada individuo, se dibujen en las actividades que la empresa logrará para la comercialización hasta llegar a la venta efectiva del artículo.

Figura 21.

Flujograma del proceso de venta

Actividad	Operación	Demora	Inspección	Transporte	Departamento	Tiempo	Observacion
							
Ingreso del Cliente al Local Comercial	●				Cliente	1 min	
Identificar la Necesidad o Deseo del Cliente	●				Jefe de ventas / Vendedor	3 min	
Proceso de persuasión	●					4 min	
Decisión de compra		●				2 min	
Funcionamiento del Producto			●			3 min	
Venta del producto	●				Contador	2 min	
Recepción de Requisitos			●			2 min	Control de Calidad
Firma del Comprobante de Entrega y Facturación del Producto	●					3 min	
Entrega del Producto	●	●		●	Bodeguero/Chofer	5 min	Control de Calidad
TIEMPO TOTAL DEL PROCESO DE VENTA						25 min	

Nota: En el grafico propuesto con anticipación, se indica los tiempos que se tomaran al momento de realizar cada actividad planificada en el proceso de venta del producto.

Estudio Organizacional

Contexto Empresarial

¡Bienvenidos a GOLDEN DREAM!

Antecedentes

Golden Dream nace principalmente de la idea de los hermanos Alejandra y Jose Gualán en el año 2021, con la finalidad de lograr su independencia económica, basado en ello, surge la iniciativa de constituir la empresa lojana especializada en la comercialización de colchones para el hogar, con el objetivo de proporcionar fuentes de empleo para la ciudadanía lojana y así mismo, se tiene la meta de contribuir al desarrollo económico de la ciudad y del país.

Misión

Satisfacer las necesidades del consumidor con la distribución y comercialización de colchones de excelencia, además de superar las expectativas de nuestros clientes con productos de alta calidad y proporcionar un nivel alto en el servicio.

Visión

Ser líder en la industria de descanso con proyección nacional e internacional.

Valores

Al ser una empresa de ámbito familiar lleva muy arraigada las costumbres y tradiciones de unión familiar con valores de:

- Honestidad
- Respeto
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Compañerismo
- Innovación
- Integridad

Estructura Organizacional

Es de importancia básica para lograr el diseño relevante de la estructura organizativa de la entidad porque designará las funciones y responsabilidades apropiadas que cada miembro que forma parte de la empresa.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

La empresa contara con los siguientes niveles jerárquicos para su organización:

Tabla 43.

Niveles de Jerarquía

Nivel Legislativo-Directivo:	Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrada por los socios legalmente constituidos; y para su actuación está representado por el presidente.
Nivel Ejecutivo:	Está conformado el gerente mismo que será nombrado por el nivel Legislativo–Directivo; y tendrá la responsabilidad de la gestión operativa.
Nivel Asesor:	Toda empresa cuenta con un asesor jurídico que será requerido solo cuando la empresa lo necesite, es decir ocasional.
Nivel Auxiliar:	Su grado de autoridad es mínimo y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de niveles ejecutivos. En nuestra empresa este nivel estará conformado por la secretaria contadora.
Nivel Operativo:	Este nivel está conformado el puesto de ventas y bodega.

Nota: La elaboración de la tabla previa, se muestran los niveles de jerarquía por los cuales estará constituida la empresa.

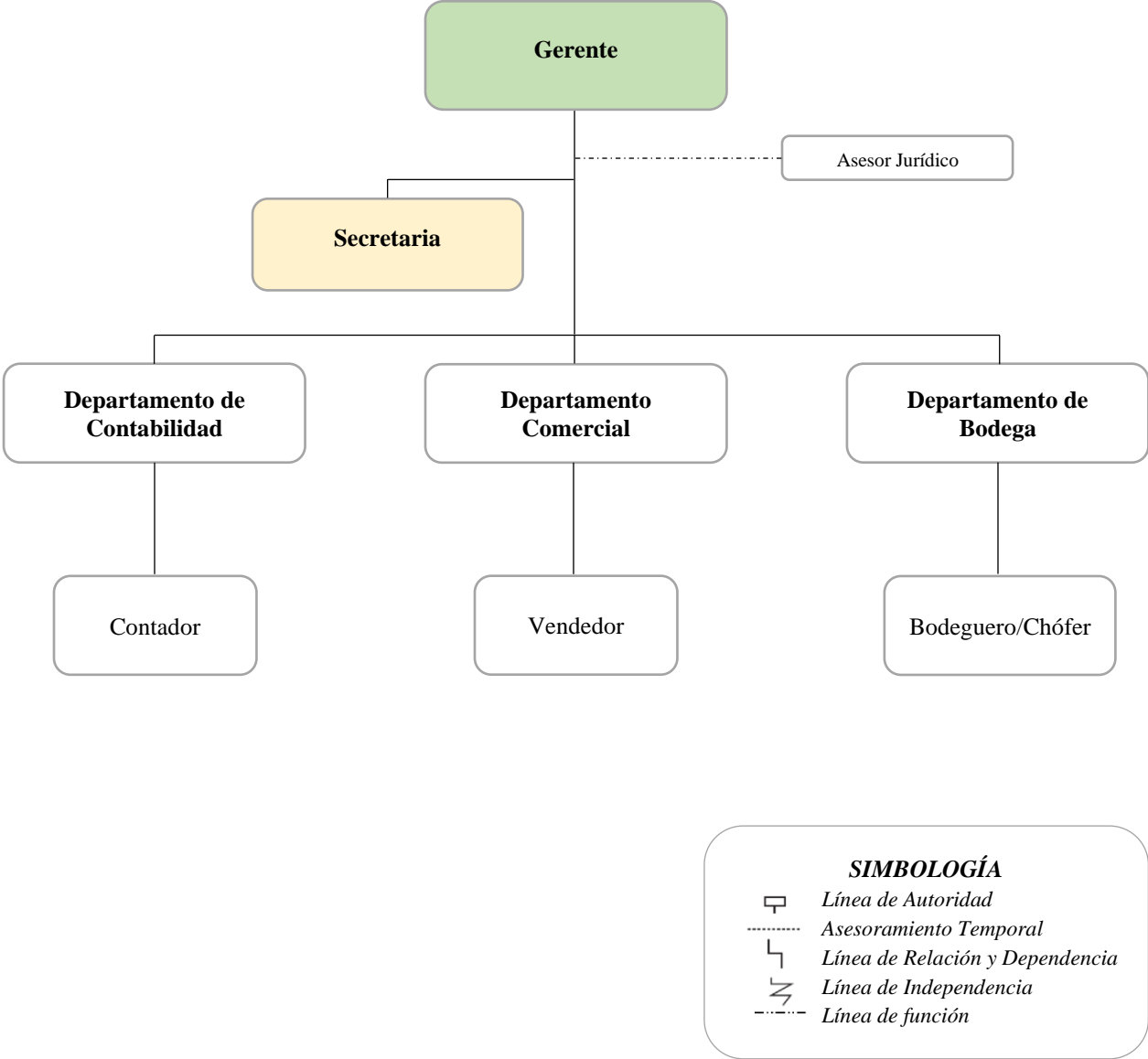
Organigramas

En la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa a través de sus áreas o departamentos y los niveles jerárquicos que la componen.

Organigrama Estructural: Representación gráfica de todos los departamentos de la empresa y sus relaciones jerárquicas

Figura 22.

Organigrama Estructural de "GOLDEN DREAM"

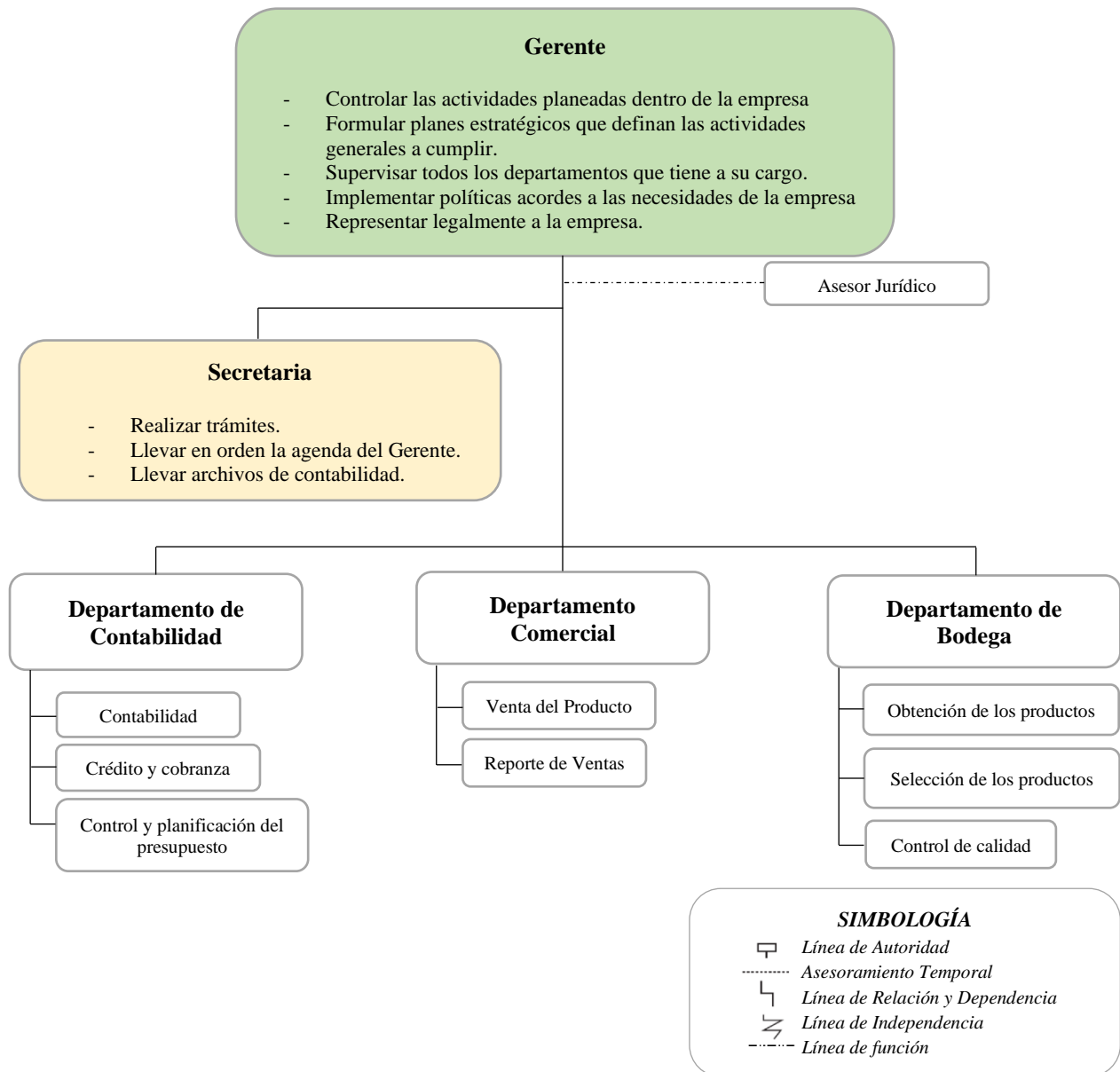


Nota: La construcción del gráfico anterior representa la estructura con que contara el negocio.

Organigrama Funcional: Representa los diferentes departamentos que tendrá la empresa, mismos que se diseñan en base a sus funciones a desempeñar con la finalidad de ordenar en forma vertical a los líderes de cada área, así como las tareas y responsabilidades que les corresponden a esos equipos.

Figura 23.

Organigrama Funcional de “GOLDEN DREAM”



Nota: El grafico que antecede indica la estructura funcional que tendrá la empresa “GOLDEN DREAM”.

Estructura Legal

Obtención del RUC

El RUC se lo solicita en el SRI, el cual está conformado por 13 dígitos, el negocio será constituido por una persona natural obligado a llevar Contabilidad; por lo cual, solo se lo obtiene con la cedula de ciudadanía agregando 3 dígitos al final con 001; entonces, el RUC quedaría de la siguiente manera: **1105817348001** perteneciente a la Sr. José Luis Gualán Paladines. La denominación del negocio será “GOLDEN DREAM”.

Así mismo ya se puede realizar las declaraciones de impuestos, como también el pago de los impuestos que son importantes para contribuir con el desarrollo del país.

Permiso Anual de Funcionamiento

Los requisitos generales para locales comerciales son los siguientes de acuerdo al Municipio de Loja:

- Formulario N°2 (llenar solicitud con la dirección exacta del negocio)
- Formulario de Permiso de Funcionamiento
- Copia de la Cédula de Identidad
- Pago de Patente Municipal, Activo Totales
- Permiso de Bomberos
- Documentos de Salud de las Personas que laboran en el Local (certificado de la Policlínica Municipal o permiso de la Jefatura Provincial de Salud)

Pago del Impuesto de Patente Municipal

Requisitos para obtener Patente de Personas Naturales según el Municipio de Loja:

- Copia de R.U.C
- Copia de la declaración del Impuesto a la Renta, IVA o RISE, según el caso
- Copia del pago de la tasa bomberos

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del Municipio de Loja

- Requisitos para tramitar o renovar el permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos del municipio de Loja
- Copia del pago que realiza en la ventanilla #2 de recaudaciones del Cuerpo de Bomberos.
- Copia del RUC actualizado.
- Comprar formulario “Solicitud de Inspección” en la ventanilla #2 de recaudaciones del Cuerpo de Bomberos.
- Extintor de 2 kilos de PQS. (Dependiendo del tipo de local).
- Certificado de Viabilidad, para negocios nuevos, otorgado por el Departamento de Regulación y Control Urbano del GAD Municipal.
- Adquirir adhesivo para colocar en el extintor.
- Permiso del año anterior.

Estudio Económico y Financiero

Según Pérez (2021c) Es el proceso a través del cual se analiza la factibilidad de un proyecto. Se toma como base los recursos económicos disponibles y el costo total del proceso de producción.

Inversión del Proyecto



Inversión Fija

Es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción. Conformada principalmente por los activos tangibles que están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.

Muebles y Enseres: Se utilizará muebles y enseres, los cuales serán necesarios en lo que concierne a la adecuación del local, entre estos tenemos:

Tabla 44.

Presupuesto de Muebles y Enseres

 			
<i>Presupuesto de Muebles y Enseres</i>			
<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Área Administrativa			
Escritorios	2	309,00	618,00
Silla giratoria para el personal	2	62,99	125,98
Sillas tapizadas, goma espuma (4 u)	1	140,00	140,00
Archivador móvil metálico	2	141,54	283,08
Área Comercial			
Escritorio	2	309,00	618,00
Silla giratoria para el personal	2	62,99	125,98
Sala de espera (4 sillas)	2	199,99	399,98
Archivador móvil metálico	2	141,54	283,08
Total			2.594,10

Nota: La tabla previa muestra el presupuesto de cada uno de los rubros que conformarán los muebles y enseres, con sus respectivos valores consultados en Amazon y Somniers y Algo más.

Depreciación de Muebles y Enseres

Los Muebles y Enseres, sufrirán deterioro dependiendo del uso que le de la empresa, por lo tanto, tendrá una vida útil, y por ello a futuro será necesario cambiarlo para seguir con la correcta funcionalidad de la empresa.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo histórico} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$



$$\text{Depreciación} = \frac{2.594,10 - 259,41}{10}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{2.334,69}{10}$$

$$\text{Depreciación} = 233,47$$

Tabla 45.

Depreciación de Muebles y Enseres



			
<i>Tabla de Depreciación</i>			
<i>Método de depreciación:</i>		<i>Lineal</i>	
<i>Costo del Bien:</i>		<i>2.594,10</i>	
<i>Valor Residual (10%):</i>		<i>259,41</i>	
<i>Porcentaje de depreciación:</i>		<i>10%</i>	
<i>Periodo en Años</i>	<i>Depreciación Anual</i>	<i>Depreciación Acumulada</i>	<i>Valor en Libros</i>
0			2.594,10
1	233,47	233,47	2.360,63
2	233,47	466,94	2.127,16
3	233,47	700,41	1.893,69
4	233,47	933,88	1.660,22
5	233,47	1.167,35	1.426,76
6	233,47	1.400,81	1.193,29
7	233,47	1.634,28	959,82
8	233,47	1.867,75	726,35
9	233,47	2.101,22	492,88
10	233,47	2.334,69	259,41

Nota: Se indica el cálculo de la depreciación que sufrirá los muebles y enseres requeridos dentro del proyecto.

Equipo de Computación: El equipo de cómputo cumple un papel fundamental para el cumplimiento de las tareas de carácter administrativo en la empresa, la adquisición de este componente tecnológico ayudará al registro de todas aquellas actividades comerciales y financieras que tendrá la empresa en su desarrollo continuo. Por tal motivo, se consideró realizar el siguiente presupuesto:

Tabla 46.

Presupuesto de Equipo de Cómputo

 			
Presupuesto de Equipo de Computación			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Portátil Hp	1	425,00	425,00
Computador Intel Core I3 10ma Gen. 3.6ghz Ram 8gb Disco 1tb	2	415,00	830,00
Monitor Led Camara Web / Wifi E5	1	220,00	220,00
Impresora Epson I3210	1	220,00	220,00
Total			1.475,00

Nota: En la tabla elaborada con anticipación se detalla el presupuesto de cada uno de los rubros que conformarán el equipo de computación, con sus respectivos valores consultados de Amazon y Star Media Pc.

Depreciación del Equipo de Computación

Los Equipo de Cómputo, sufrirán deterioro dependiendo del uso que le de la empresa, por lo tanto, tendrá una vida útil, y por ello a futuro será necesario cambiarlo para seguir con la correcta funcionalidad de la empresa.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo histórico} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$



$$\text{Depreciación} = \frac{1.475,00 - 491,62}{3}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{983,38}{3}$$

$$\text{Depreciación} = 327,79$$

Tabla 47.

Depreciación de Equipo de Cómputo



			
Tabla de Depreciación			
Método de depreciación:		<i>Lineal</i>	
Costo del Bien:		1.475,00	
Valor Residual (33,33%):		491,62	
Porcentaje de depreciación:		33%	
Periodo en Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			1.475,00
1	327,79	327,79	1.147,21
2	327,79	655,59	819,41
3	327,79	983,38	491,62

Nota: Se indica el cálculo de la depreciación que sufrirá el equipo de cómputo requerido dentro del proyecto.

Vehículo: Destinado para el transporte de la mercadería hacia las instalaciones de la empresa, así mismo para el transporte de los productos adquiridos por los clientes.

Tabla 48.

Presupuesto del Vehículo

			
Presupuesto de Vehículo			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camión Chevrolet NRL de 2,8 toneladas	1	25.000,00	25.000,00
Total			25.000,00

Nota: En la tabla elaborada anteriormente se muestra el presupuesto del vehículo, con su respectivo valor consultado de la página de Chevrolet (camiones y buses).

Depreciación del Vehículo

El Vehículo sufrirá deterioro dependiendo del uso que le de la empresa, por lo tanto, tendrá una vida útil, y a futuro será necesario cambiarlo para continuar con la correcta funcionalidad de la empresa.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo histórico} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$


$$\text{Depreciación} = \frac{25.000,00 - 10.000,00}{5}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{15.000,00}{5}$$

$$\text{Depreciación} = 3.000,00$$

Tabla 49.

Depreciación de Vehículo

 			
<i>Tabla de Depreciación</i>			
<i>Método de depreciación:</i>		<i>Lineal</i>	
<i>Costo del Bien:</i>		<i>25.000,00</i>	
<i>Valor Residual (40%):</i>		<i>10.000,00</i>	
<i>Porcentaje de depreciación:</i>		<i>40%</i>	
<i>Periodo en Años</i>	<i>Depreciación Anual</i>	<i>Depreciación Acumulada</i>	<i>Valor en Libros</i>
0			25.000,00
1	3.000,00	3.000,00	22.000,00
2	3.000,00	6.000,00	19.000,00
3	3.000,00	9.000,00	16.000,00
4	3.000,00	12.000,00	13.000,00
5	3.000,00	15.000,00	10.000,00

Nota: Se indica la depreciación que sufrirá el vehículo, para su determinación se ha considerado el uso que se le dará al mismo; es decir, que en el transporte de la mercadería no sufrirá mayor deterioro por lo que su porcentaje de depreciación será del 40%, mismo que se encuentra dentro de los límites de la ley.

Resumen de la Inversión en Activos Fijos

Tabla 50.

Resumen de Inversiones en Activos Fijos



 	
<i>Resumen de Inversiones en Activos Fijos</i>	
<i>Concepto</i>	<i>Valor Total</i>
Muebles y Enseres	2.594,10
Equipo de Cómputo	1.475,00
Vehículo	25.000,00
Total	29.069,10

Nota: Datos tomados de los totales de las Tablas 44, 46 y 48.

Resumen de las Depreciaciones en Activos Fijos

Tabla 51.

Resumen Depreciaciones en Activos Fijos

 						
<i>ACTIVO</i>	<i>Valor</i>	<i>% Anual</i>	<i>Valor Residual</i>	<i>Vida útil</i>	<i>Depreciación Anual</i>	<i>Depreciación Mensual</i>
Muebles y Enseres	2.594,10	10%	259,41	10	233,47	19,46
Equipo de Computación	1.475,00	33,33%	491,62	3	327,79	27,32
Vehículo	25.000,00	40%	10.000,00	5	3.000,00	250,00
Total	29.069,10		10.751,03		3.561,26	296,77

Nota: Datos tomados de las Tablas 45, 47 y 49.

Inversión Diferida

“La Empresa GOLDEN DREAM”, deberá cancelar anticipadamente el estudio preliminar, la constitución de la empresa y el permiso de funcionamiento, con el objeto de cumplir a cabalidad las disposiciones legales y que puede realizar sus actividades de manera eficiente.

Tabla 52.

Activos Diferidos

 	
<i>Activos Diferidos</i>	
<i>Descripción</i>	<i>Costo Total</i>
Estudio Preliminar	250,00
Patentes de Funcionamiento	50,00
Gastos de Organización	30,00
Adecuaciones	1.300,00
Sistema de Gestión Empresarial (Imperium)	600,00
Líneas Telefónicas	90,00
Total	2.320,00

Nota: Se indica los valores de los respectivos permisos, adecuaciones, gastos y licencias de programas requeridos dentro del proyecto.

Amortización de Activos Diferidos

Es la aplicación a gasto de un activo diferido en proporción a su valor y al tiempo estimado de vida. Fórmula:

$$A = \frac{T.D.A}{Vida Útil}$$

$$A = \frac{2.320,00}{5 \text{ años}}$$

$$A = \$ 464,00$$

Tabla 53.



Amortización de Activos Diferidos

 		
Amortización de Activos Diferidos		
Activo Diferido	Valor	Amortización
Estudio Preliminar	250,00	50,00
Patentes de Funcionamiento	50,00	10,00
Gastos de Organización	30,00	6,00
Adecuaciones	1.300,00	260,00
Sistema de Gestión Empresarial (Imperium)	600,00	120,00
Líneas Telefónicas	90,00	18,00
Total	2.320,00	464,00

Nota: Se indica el cálculo de la amortización que sufrirán los Activos Diferidos requeridos dentro del proyecto; por ello, se debe de tomar en cuenta la vida útil del proyecto (5 años) por lo cual se realiza la división entre el valor del activo diferido.

Tabla 54.

Amortización General de Activos Diferidos



 			
Tabla General de Amortización de Activos Diferidos			
Años	Valor Activo Diferido	Amortización	Valor Total
1	2.320,00	464,00	1.856,00
2	1.856,00	464,00	1.392,00
3	1.392,00	464,00	928,00
4	928,00	464,00	464,00
5	464,00	464,00	0,00

Nota: Se indica el cálculo general de la amortización que sufrirán los Activos Diferidos requeridos dentro del proyecto.

A continuación, se detalla el resumen de la Propiedad, Planta y Equipo datos obtenidos de la inversión fija.

Tabla 55.

Resumen de la Propiedad, Planta y Equipo

 	
Resumen de Propiedad, Planta y Equipo	
Descripción	Valor
Muebles y Enseres	2.594,10
(-) Depreciación acumulada de Muebles y Enseres	-233,47
Equipo de Computación	1.475,00
(-) Depreciación acumulada de Equipo de Computación	-327,79
Vehículo	25.000,00
(-) Depreciación acumulada de Vehículo	-3.000,00
Activos Diferidos	2.320,00
Total	27.827,84

Nota: Valores tomados de las tablas 51 y 53.

Inversión en Activos Circulantes o Capital De Trabajo

El capital de trabajo cubre el costo total de la operación que necesitará el proyecto, por lo que es importante determinar en primera instancia los rubros que intervienen en el costo como se muestra a continuación:



Inventario

Inventario para la Venta: Es la adquisición de la mercadería necesaria para la ejecución del proyecto. Los productos (Colchones) formarán parte del inventario de venta que necesitara la empresa; estos artículos serán proporcionados por los proveedores Chaide, Simmons y Paraíso.

Para fijar las cantidades de colchones a adquirir dentro del presupuesto de ingresos, se tomó como referencia la pregunta 10 de las encuestas aplicadas a la población objeto de estudio, misma que se refiere a las medidas de colchones con mayor acogida por parte de la población de la ciudad de Loja, en función de ello se establecieron las unidades a obtener en cada una de las marcas de colchones, además como fundamento de estudio se basó en la experiencia adquirida en la Mueblería Somniers, donde fueron muy amables en compartir la información necesaria para la adquisición ideal de los colchones.

Tabla 56.

Presupuesto del Inventario para la Venta

					
<i>Presupuesto del Inventario</i>					
<i>Producto</i>	<i>Medida cm</i>	<i>Plaza</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
LÍNEA RESTONIC					
Grand Hotel / Altura 28 cm	105x190	1 1/2 plazas	5	170,65	853,25
	135x190	2 plazas	3	213,16	639,48
	160x200	2 1/2 plazas	4	267,37	1.069,48
	200x200	3 plazas	2	332,68	665,36
Restonic Gold Non Flip / Altura 30 cm	105x190	1 1/2 plazas	4	207,00	828,00
	135x190	2 plazas	3	244,58	733,74
	160x200	2 1/2 plazas	5	306,80	1.534,00
	200x200	3 plazas	4	389,36	1.557,44
Restonic Excellence Non Flip / Altura 29 cm	105x190	1 1/2 plazas	3	267,37	802,11
	135x190	2 plazas	5	333,91	1.669,55
	160x200	2 1/2 plazas	5	415,85	2.079,25
	200x200	3 plazas	5	519,96	2.599,80
LÍNEA CHAIDE RESORTES					
Imperial 27 Tela Franjas AZ y VN	080x190	1 plaza	4	75,47	301,88
	105x190	1 1/2 plazas	4	88,41	353,64
	135x190	2 plazas	3	110,69	332,07
	160x200	2 1/2 plazas	3	161,68	485,04
Imperial 27 Tela Bige	080x190	1 plaza	2	81,22	162,44
	105x190	1 1/2 plazas	4	94,16	376,64
	135x190	2 plazas	4	115,72	462,88
Continental Lujo Trad. Gris / Altura 29 cm	105x190	1 1/2 plazas	3	129,38	388,14
	135x190	2 plazas	4	168,91	675,64
	160x200	2 1/2 plazas	3	215,82	647,46
	200x200	3 plazas	3	278,73	836,19
Continental Lujo Non Flip Tela GR / BG /Altura 27 cm	105x190	1 1/2 plazas	4	140,16	560,64
	135x190	2 plazas	4	181,85	727,40
	160x200	2 1/2 plazas	3	234,11	702,33
	200x200	3 plazas	3	302,87	908,61
Continental Lujo Pillow Top GR /	105x190	1 1/2 plazas	5	141,60	708,00
	135x190	2 plazas	3	186,16	558,48
	160x200	2 1/2 plazas	2	238,50	477,00

BG / Altura 30 cm	200x200	3 plazas	3	308,73	926,19
Continental FB / Altura 28 cm	105x190	1 1/2 plazas	4	182,57	730,28
	135x190	2 plazas	5	219,95	1.099,75
	160x200	2 1/2 plazas	3	273,61	820,83
	200x200	3 plazas	4	326,29	1.305,16
Suave Brisa 27 cm Tela Beige	105x190	1 1/2 plazas	5	129,49	647,45
	135x190	2 plazas	4	160,22	640,88
	160x200	2 1/2 plazas	4	200,45	801,80
Restapedic	105x190	1 1/2 plazas	4	122,91	491,64
	135x190	2 plazas	3	166,07	498,21
	160x200	2 1/2 plazas	2	206,31	412,62
	200x200	3 plazas	2	261,17	522,34
Hotelero / Altura 29 cm	105x190	1 1/2 plazas	2	137,54	275,08
	135x190	2 plazas	3	181,43	544,29
	160x200	2 1/2 plazas	2	227,52	455,04
	200x200	3 plazas	2	293,36	586,72
Zafiro / Altura 23 cm	080x190	1 plaza	2	49,75	99,50
	105x190	1 1/2 plazas	4	59,26	237,04
	135x190	2 plazas	3	73,89	221,67
Zafiro / Altura 27 cm	105x190	1 1/2 plazas	3	70,23	210,69
	135x190	2 plazas	3	87,79	263,37
	160x200	2 1/2 plazas	2	111,20	222,40
LÍNEA CHAIDE ESPUMA					
Ortopédico Prensado PT. / Altura 23 cm	105x190	1 1/2 plazas	3	132,97	398,91
	135x190	2 plazas	4	173,22	692,88
	160x200	2 1/2 plazas	2	218,01	436,02
	200x200	3 plazas	2	271,42	542,84
COLCHÓN BABY CHAIDE					
Baby Chaide	096x068x007	-	3	17,91	53,73
	100x070x007	-	3	18,66	55,98
	100x070x010	-	2	24,63	49,26
	130x070x010	-	5	29,85	149,25
	140x070x010	-	2	35,82	71,64
COLECCIÓN BEAUTYSLEEP / SIMMONS					
Colchón Erica Luxury Soft / Altura 28 cm	105x190	1 1/2 plazas	1	235,61	235,61
	135x190	2 plazas	2	265,13	530,27
	160x200	2 1/2 plazas	1	294,66	294,66
	200x200	3 plazas	2	353,71	707,42
LÍNEA EXCELLENCE / PARAÍSO					
	105x190	1 1/2 plazas	4	176,58	706,33

Paraíso premium Doble Top	135x190	2 plazas	2	227,51	455,02
	160x200	2 1/2 plazas	4	283,06	1.132,25
	200x200	3 plazas	5	352,50	1.762,52
Bamboo	105x190	1 1/2 plazas	4	154,76	619,03
	135x190	2 plazas	5	199,73	998,65
	160x200	2 1/2 plazas	1	248,67	248,67
	200x200	3 plazas	2	315,42	630,84
5 Estrellas Tradicional	105x190	1 1/2 plazas	5	137,56	687,81
	135x190	2 plazas	4	178,57	714,27
	160x200	2 1/2 plazas	2	222,22	444,43
Opedic Firme Tradicional / Altura 20 cm	105x190	1 1/2 plazas	2	150,13	300,26
	135x190	2 plazas	3	193,78	581,34
	160x200	2 1/2 plazas	4	242,06	968,23
	200x200	3 plazas	5	300,26	1.501,29
Paraíso Deluxe	105x190	1 1/2 plazas	2	127,64	255,28
	135x190	2 plazas	5	162,03	810,17
	160x200	2 1/2 plazas	4	202,38	809,50
	200x200	3 plazas	2	253,30	506,60
LÍNEA CLASSIC / PARAÍSO					
Aniversario Antiácaros	105x190	1 1/2 plazas	2	89,94	179,89
	135x190	2 plazas	2	99,20	198,41
	160x200	2 1/2 plazas	2	127,64	255,28
	200x200	3 plazas	2	178,57	357,13
Aniversario Antiflama	105x190	1 1/2 plazas	2	97,22	194,44
	135x190	2 plazas	2	107,14	214,28
	160x200	2 1/2 plazas	2	137,56	275,13
	200x200	3 plazas	2	193,12	386,23
Aniversario	105x190	1 1/2 plazas	2	83,99	167,99
	135x190	2 plazas	2	105,82	211,64
	160x200	2 1/2 plazas	2	154,10	308,19
LÍNEA COMFORT / PARAÍSO					
Acolchado Firme / Altura 20	105x190	1 1/2 plazas	2	74,07	148,14
	135x190	2 plazas	2	93,25	186,50
	160x200	2 1/2 plazas	2	136,24	272,48
Dormilón	105x190	1 1/2 plazas	2	68,78	137,56
	135x190	2 plazas	2	87,30	174,60
LÍNEA FLEX / PARAÍSO					
Platinum / Altura 13 cm	080x190	1 plaza	2	24,47	48,94
	105x190	1 1/2 plazas	2	27,78	55,55
	135x190	2 plazas	2	33,07	66,14

Platinum / Altura 20 cm	080x190	1 plaza	2	36,37	72,75
	105x190	1 1/2 plazas	2	39,02	78,04
	135x190	2 plazas	2	38,36	76,72
Total			Mensual	319	18.696,66
			Anual	3.828	224.359,87
					59.125,91
					709.510,87



Nota: Los datos de la tabla muestran cada uno de los productos que la empresa tendrá para el inventario, mismos que fueron tomados de los proveedores Chaide, Simmons y Paraíso.

Gasto de Ventas

Remuneración al Personal de Ventas: Este punto constituye el esfuerzo del talento humano necesario para la comercialización del producto hacia los clientes. En este caso son las personas directamente involucradas en el proceso de venta, para este proyecto se considera necesario un vendedor y un chófer con un salario básico.

Tabla 57.



Rol de Pagos al Personal de Ventas

 		<i>Rol de Pagos al Personal de Ventas</i>	
<i>Nómina o Rubro</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Año 1</i> <i>Vendedor</i>	<i>Año 2</i> <i>Vendedor</i>
INGRESOS			
Salario Básico Unificado		400,00	407,19
Total de Ingresos		400,00	407,19
DEDUCCIONES			
Décimo Tercer Sueldo		33,33	33,93
Décimo Cuarto Sueldo		33,33	33,33
Fondos de Reserva	8,33%	0,00	33,92
Aporte Patronal	11,15%	44,60	45,40
Aporte Individual	9,45%	37,80	38,48
Total Deducciones		149,07	185,07
TOTAL A PAGAR MENSUAL		549,07	592,26
TOTAL A PAGAR ANUAL		6.588,80	7.107,07

Nota: El pago correspondiente al fondo de reserva se hace efectivo después de que el trabajador ha cumplido el primer año de trabajo, además el alza del sueldo para el año 2 se proyectó con el 1,80 %, cálculo que se muestra en las proyecciones de costos y gastos tabla 77.

Tabla 58.

Rol de Pagos al Chofer



 		<i>Rol de Pagos al Chófer</i>	
<i>Nómina o Rubro</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Año 1 Chófer</i>	<i>Año 2 Chófer</i>
INGRESOS			
Salario Básico Unificado		400,00	407,19
Total de Ingresos		400,00	407,19
DEDUCCIONES			
Décimo Tercer Sueldo		33,33	33,93
Décimo Cuarto Sueldo		33,33	33,33
Fondos de Reserva	8,33%	0,00	33,92
Aporte Patronal	11,15%	44,60	45,40
Aporte Individual	9,45%	37,80	38,48
Total Deducciones		149,07	185,07
TOTAL A PAGAR MENSUAL		549,07	592,26
TOTAL A PAGAR ANUAL		6.588,80	7.107,07

Nota: En la tabla previa se describe el pago correspondiente al chófer de la empresa GOLDEN DREAM.

Publicidad y Promoción: La publicidad, más que todo es un tipo de recordatorio sobre un mensaje, no constituye una inversión, sino un gasto de ventas, por ello se creyó conveniente hacer publicidad en diferentes medios de comunicación, para llegar al cliente con mayor rapidez y así mismo se detalla dentro del presupuesto las promociones que ejecutara la empresa en búsqueda de los clientes.

Tabla 59.

Presupuesto de Publicidad y Promoción

			
Presupuesto Publicidad y Propaganda			
<i>Denominación</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Cuña Radial (Radio Matovelle)	8	1,10	8,80
Volantes Publicitarios (100 u)	1	30,00	30,00
Almohadas Aurora Soft 60x40 cm	20	3,28	65,60
	8	34,38	104,40
Total		Mensual	104,40
		Anual	1.252,80



Nota: Se muestra el presupuesto de la publicidad que se llevara a cabo para el negocio con los valores dados por la Radio Matovelle e Imprenta Ideas.

Gastos Administrativos

Remuneración al Personal Administrativo: Son los valores que se debe pagar al personal que laborara en el área administrativa: gerente y secretaria, el sueldo fue dado en función al año base del proyecto.

Tabla 60.

Rol de pagos al Personal Administrativo

					
Rol de Pagos Al Personal Administrativo					
<i>Nómina o Rubro</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Año 1</i>		<i>Año 2</i>	
		<i>Gerente</i>	<i>Secretario/a</i>	<i>Gerente</i>	<i>Secretario/a</i>
INGRESOS					
Salario Básico		500,00	400,00	508,99	407,19
Total de Ingresos		500,00	400,00	508,99	407,19
DEDUCCIONES					
Décimo Tercer Sueldo		41,67	33,33	42,42	33,93
Décimo Cuarto Sueldo		33,33	33,33	33,33	33,33

Fondos de Reserva	8,33%	0,00	0,00	42,40	33,92
Aporte Patronal	11,15%	55,75	44,60	56,75	45,40
Aporte Individual	9,45%	47,25	37,80	48,10	38,48
Total Deducciones		178,00	149,07	223,00	185,07
Líquido a Pagar Mensual		678,00	549,07	731,99	592,26
Líquido a Pagar Anual		8.136,00	6.588,80	8.783,84	7.107,07
TOTAL SUELDO ADM. MENSUAL		1.227,07		1.324,24	
TOTAL SUELDO ADM. ANUAL		14.724,80		15.890,92	

Nota: El pago correspondiente al fondo de reserva se hace efectivo después de que el trabajador ha cumplido el primer año de trabajo, además el alza del sueldo para el año 2 se proyectó con el 1,80 %, cálculo que se muestra en las proyecciones de costos y gastos tabla 77.

Servicios Profesionales: Son los valores a pagar por concepto de honorarios profesionales al contador por sus servicios en el ámbito tributario, servicio que se presentará en determinados momentos dentro del desarrollo del proyecto.

Tabla 61.

Presupuesto de Servicios Profesionales



			
Rol de Pagos por Servicios Profesionales			
Nómina o Rubro	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
Servicio Profesional (Contador)	1	150,00	150,00
Total			150,00

Nota: La tabla previa representa el valor que se debe pagar por servicios profesionales

Suministros de Oficina: Son aquellos gastos relacionados con las actividades que la empresa realiza diariamente dentro del área administrativa.

Tabla 62.

Presupuesto de Suministros de Oficina



 			
Presupuesto para Suministros de Oficina			
Denominación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resma de Papel Bon (paquete de 500 u)	2	4,50	9,00
Facturas Tamaño A5 de 100	3	6,00	18,00
Lápices Mongol (caja de 12 u)	1	5,40	5,40
Esferos BIC color azul, negro y rojo (caja de 24 u)	2	8,30	16,60
Libreta	2	2,50	5,00
Engrapadora	1	5,50	5,50
Clips Artesco (caja de 50 u)	2	1,75	3,50
Carpetas de cartón (pack 100 u)	1	15,50	15,50
Sello de madera	1	5,00	5,00
Almohadillas de tinta LANCER	1	1,34	1,34
Tinta para Sellos LANCER	1	1,20	1,20
Archivadores	2	3,50	7,00
Notas adhesivas	2	1,30	2,60
Portalápices	2	2,49	4,98
Cinta adhesiva de embalaje transparente	2	1,75	3,50
Apoyamano acrílico	1	2,50	2,50
Calculadora Mx-12b-bx Casio 12 Dígitos	2	8,00	16,00
Calculadora Casio Fx-82la Plus Y Fx-350la Plus	1	17,99	17,99
Papelera	2	9,99	19,98
Tijera Punta Roma	2	1,80	3,60
Flash Memory 32 Gb	1	10,00	10,00
	34	116,31	174,19
Total		Mensual	174,19
		Anual	2.090,26

Nota: En la tabla superior se presenta el presupuesto de los suministros de oficina con sus respectivos valores investigados de acuerdo a las Papelerías y Librerías de la ciudad de Loja.

Suministros de Limpieza: Son aquellos gastos ocasionados por la compra de implementos para la limpieza de la empresa en el transcurso del año.

Tabla 63.

Presupuesto de Suministros de Limpieza



 			
<i>Presupuesto Suministros de Limpieza</i>			
<i>Denominación</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Escoba plástica con tubo plastificado Mayik	2	2,99	5,98
Franelas	2	1,00	2,00
Trapeador C/Mango De Acero Mayik Surtido	2	7,99	15,98
Guantes Master Especializado T L	2	1,99	3,98
Recogedor de Basura	1	2,50	2,50
Funda de basura (20 u)	2	2,00	4,00
Tacho de Basura	3	5,00	15,00
Ambiental pastilla para Baño cereza Tips 90 g	2	0,99	1,98
Ambiental Glade spray 275 ml	2	1,79	3,58
Detergente en polvo 1 kg	2	2,79	5,58
Desinfectante Fabuloso	2	1,49	2,98
Alcohol WEIR Galón	2	11,00	22,00
Cepillo para Sanitario la Brujita con Base más Pinzas	1	2,99	2,99
Papel Higiénico (15u)	3	4,75	14,25
	28	49,27	102,80
Total		Mensual	102,80
		Anual	1.233,60

Nota: La tabla que antecede se presenta el presupuesto de los suministros de limpieza con sus respectivos valores investigados de acuerdo a los supermercados de la ciudad: Tía S.A y Zerimar.

Servicios Básicos: Comprende los valores correspondientes a gasto y pago de la luz eléctrica, agua potable, teléfono e internet que utiliza la empresa en el desarrollo de sus actividades.

Tabla 64.

Presupuesto de Servicios Básicos



				
<i>Presupuesto de Servicios Básicos</i>				
<i>Denominación</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad de Medida</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Luz Eléctrica	100	kwk	0,10	10,00
Agua Potable	42	m3	0,30	12,60
Teléfono	1	1 plan (155 minutos)	10,00	10,00
Internet	1	1 plan (50 megas)	20,00	20,00
Total	144		30,40	52,60
		Mensual		
		Anual		631,20

Nota: La elaboración de la tabla superar representa el presupuesto de los servicios básicos con sus respectivos valores investigados de manera directa en las empresas EERSSA, Tv Cable y en el GAD Municipal de Loja.

Arriendo de Local: Lugar donde realizara sus actividades la empresa “GOLDEN DRAM”. El valor por concepto de arriendo del local es de \$ 300 dólares mensuales.

Tabla 65.

Presupuesto de Arriendo de Local



				
<i>Presupuesto para el Arriendo del Local</i>				
<i>Denominación</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>	
Arriendo del Local	1	300,00	300,00	
	1	300,00	300,00	
Total		Mensual		
		Anual	3.600,00	

Nota: En la elaboración de la tabla que antecede se describe el presupuesto referente al arriendo del local donde la empresa desarrollara sus actividades.

Mantenimiento y Reparaciones: El mantenimiento del vehículo será necesario para evitar cualquier tipo de averías, el mismo está representado por los gastos incurridos en la revisión técnica, cambios de aceite y otros imprevistos que surjan por el uso y desgaste del vehículo, de igual forma se presenta el mantenimiento al equipo de computación.

Tabla 66.

Presupuesto de Mantenimiento y Reparaciones


				
<i>Presupuesto para el Mantenimiento y Reparaciones</i>				
<i>Denominación</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>	
Mantenimiento del Equipo de Computación	1	20,00	20,00	
Mantenimiento del Vehículo	1	20,00	20,00	
	1	20,00		
Total		Mensual	40,00	
		Anual	480,00	

Nota: En la tabla anterior se especifica los valores en el mantenimiento y reparación del vehículo y el equipo de cómputo, datos consultados en la Mecánica el Gato y Star Media PC.

Combustible de Vehículo: Representa el consumo de diésel utilizado por el camión en el recorrido de entrega de los productos a domicilio.

Tabla 67.

Presupuesto del Consumo de Combustible



				
<i>Presupuesto para el Consumo de Combustible</i>				
<i>Denominación</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Unidad de Medida</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
Lubricantes	1	Servicio	12,00	12,00
Diésel	40	Galón	1,90	76,00
	40		1,90	
Total		Mensual	76,00	
		Anual	912,00	

Nota: Se detallan los valores incurridos en la reparación y mantenimiento del vehículo y el equipo de cómputo, datos investigados en las Gasolineras y mecánicas de la ciudad.

Otros Enseres: Conformado por lo indispensable para realizar con éxito las actividades necesarias para el negocio, se hará la adquisición de detectores de humo, sensor de movimiento, extensiones eléctricas, dispensador de agua, de gel antibacterial de pie y de Teléfonos con identificador de llamada, mismos que serán descritos a continuación con su respectiva cantidad y precio:

Tabla 68.

Otros Enseres

 			
<i>Presupuesto de Otros Enseres</i>			
<i>Denominación</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
<i>Bienes de Larga Duración</i>			
Detector de Humo con Alarma	2	3,80	7,60
Sensor de movimiento con alarma Steren ALA-034	1	19,64	19,64
Extensión eléctrica 3m	1	4,79	4,79
Dispensador de agua	1	34,28	34,28
Dispensador de gel antibacterial de pie	1	37,25	37,25
Teléfono con Identificador Panasonic KXT7703XB	2	26,50	53,00
	2	126,26	156,56
Total		Mensual	
		Anual	1.878,78



Nota: La tabla que antecede muestra el presupuesto y la descripción de los otros enseres necesarios para la puesta en marcha de la empresa, valores consultados en: Mercado Libre y Amazon.

Luego de haber determinado los rubos necesarios para la composición del capital de trabajo, se elabora su respectivo resumen:

Resumen de Activos Circulantes o Capital de Trabajo

Tabla 69.

Resumen de los Activos Circulantes

 	
<i>Resumen de Activos Circulantes</i>	
<i>Descripción</i>	<i>Valor Anual</i>
Inventario	
Inventario para la Venta (trimestral)	236.503,62
Total Inventario	236.503,62
Gastos de Venta	
Sueldos al Personal de Ventas	13.177,60
Publicidad y Promoción	1.252,80
Total Gastos de Venta	14.430,40
Gastos Administrativos	
Sueldos al Personal Administrativo	14.724,80
Servicios Profesionales	1.800,00
Mantenimiento y Reparaciones	480,00
Combustible y Lubricantes	912,00
Suministros de Oficina	2.090,26
Suministros de Aseo y Limpieza	1.233,60
Servicios Básicos	631,20
Arriendo del Local	3.600,00
Otros Enseres	1.878,78
Total Gastos Administrativos	27.350,64
Total	278.284,66

Nota: La tabla muestra el resumen de las inversiones de capital de trabajo, datos tomados de las Tablas 56 a la 68.

Resumen de Inversión Total Prevista

Se detalla y resume el total de las inversiones requeridas por el proyecto, la cual está conformada por los activos fijos, activos diferidos y activo circulante, así tenemos:

Tabla 70.

Resumen de la Inversión Total

 Golden Dream	
<i>Descripción</i>	<i>Costo Total</i>
Activo Fijo	29.069,10
Activo Diferido	2.320,00
Activo Circulante o Capital de Trabajo	278.284,66
Total	309.673,76

Nota: Se muestra el resumen total de las inversiones que necesitara el proyecto para su puesta en marcha, datos obtenidos de las tablas 50, 52, y 69.

Financiamiento

La financiación permitirá encontrar la mejor manera de conseguir los recursos que necesita el proyecto para poder cubrir cada rubro de inversión. La presente idea de negocio, está enfocada en la comercialización de colchones, donde se requiere una inversión total de 309.673,76 dólares, la misma que será financiada mediante fuentes internas y fuentes externas.

Fuentes Internas



Para la solventar una parte de la inversión será necesario el aporte del gerente general de la empresa, el cual será dado en un porcentaje del 35 % del total de la inversión, es decir que deberá de hacer un aporte de \$ 109.673,76.

Fuentes Externas

Constituye las instituciones financieras de país, de las cuales se obtendrá un préstamo bancario, con la finalidad de cubrir el otro monto total de la inversión, en este caso se ha considerado realizar el préstamo en la Cooperativa de Ahorra y Crédito JEP, donde ofrece la línea de crédito denominado de CrediPYMES, con un interés del 11,20% y a un plazo de 5 años, para cubrir el 65 % restante de la inversión.

Tabla 71.

Fuentes de Financiamiento de la Inversión

 		
<i>Descripción</i>	<i>Monto</i>	<i>% Porcentaje</i>
Fuentes Internas	109.673,76	35%
Fuentes Externas	200.000,00	65%
Total	309.673,76	100%



Nota: La tabla superior muestra las fuentes de financiamiento, con su respectiva distribución.

Gastos Financieros

Los gastos financieros son los intereses que genera el préstamo a largo plazo al cual accederá la empresa para financiar la iniciación del proyecto.

Tabla 72.

Tabla de la Amortización Préstamo

 						
CRÉDITO COMERCIAL						
Capital:	200.000,00		$I = C * i$	2.240,00		
Interés:	11,20%	1,12%				
Plazo:	5 años	10	Semestral			
Cuota:	\$21.252,58					
TABLA DE AMORTIZACIÓN FIJA O FRANCESA						
<i>Nro.</i>	<i>Cuota</i>	<i>Interés</i>	<i>Amortización</i>	<i>Saldo</i>	<i>Capital Anual</i>	<i>Interés Anual</i>
0		-		200.000,00		
1	21.252,58	2.240,00	19.012,58	180.987,42		
2	21.252,58	2.027,06	19.225,52	161.761,90	38.238,10	4.267,06
3	21.252,58	1.811,73	19.440,84	142.321,06		
4	21.252,58	1.594,00	19.658,58	122.662,48	39.099,43	3.405,73
5	21.252,58	1.373,82	19.878,76	102.783,72		
6	21.252,58	1.151,18	20.101,40	82.682,32	39.980,16	2.525,00
7	21.252,58	926,04	20.326,54	62.355,78		
8	21.252,58	698,38	20.554,19	41.801,59	40.880,73	1.624,43
9	21.252,58	468,18	20.784,40	21.017,19		
10	21.252,58	235,39	21.017,19	0,00	41.801,59	703,57
TOTAL		12.525,78	200.000,00		200.000,00	12.525,78

Nota: La construcción de la tabla anterior señala la amortización del préstamo que solicitará el negocio a la entidad financiera Ban Ecuador.

Presupuesto de Operación

Para la idea de negocio del proyecto en la implementación de la empresa “GOLDEN DREAM” en la ciudad de Loja, se realizará los presupuestos de ingresos y gastos proyectados para 5 años, con el fin de poder elaborar un pronóstico acerca de las operaciones que se presentarán en el negocio, así mismo, estos ayudarán a determinar si el proyecto tendrá en el futuro la liquidez y rentabilidad que se espera obtener y también para que crezca y sea más competitiva en el mercado.

Presupuestos de Ingresos y Gastos

La estimación de los ingresos es el primer paso para la elaboración del presupuesto, ya que este concepto es el que proporciona los medios para poder llevar a cabo las operaciones de la nueva empresa.

El presupuesto de ingresos: Representa el número de productos que se espera comercializar en el mercado y los montos respectivos de dinero que se obtendrán por las ventas.



A continuación, se presenta la tabla 73 que se elaboró para obtener los precios que serán dados a los consumidores, en donde se tendrá en cuenta lo siguiente: Los modelos, medidas y el precio unitario de cada colchón o línea de colchón, este último punto es proporcionado por los mismos proveedores del producto (Chaide, Simmons y Paraíso), en base a esos datos se determina el Precio de Venta al Público de la siguiente manera: $P.V.P = \text{Costo Unitario} / (1 - \% \text{ de Utilidad})$; el porcentaje de utilidad que se consideró para el proyecto es del 40 %, luego para obtener el valor total se multiplico el P.V.P por el número de unidades que se esperan vender.

Para las proyecciones siguientes se las realizará por el promedio de incremento del PIB de Comercio del país que es de 2,10% de acuerdo al INEC.

Presupuestos de Ingresos

Tabla 73.

Presupuesto de Ingresos

						
<i>Presupuesto de Ingresos Proyectado</i>						
<i>Producto</i>	<i>Plaza</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Cantidad</i>	<i>% Utilidad</i>	<i>P.V.P</i>	<i>Valor Total</i>
LÍNEA RESTONIC						
Grand Hotel / Altura 28 cm	1 1/2 plazas	170,65	5	40%	284,42	1.422,08
	2 plazas	213,16	3	40%	355,27	1.065,80
	2 1/2 plazas	267,37	4	40%	445,62	1.782,47
	3 plazas	332,68	2	40%	554,47	1.108,93
Restonic Gold Non Flip / Altura 30 cm	1 1/2 plazas	207,00	4	40%	345,00	1.380,00
	2 plazas	244,58	3	40%	407,63	1.222,90
	2 1/2 plazas	306,80	5	40%	511,33	2.556,67
	3 plazas	389,36	4	40%	648,93	2.595,73
Restonic Excellence Non Flip / Altura 29 cm	1 1/2 plazas	267,37	3	40%	445,62	1.336,85
	2 plazas	333,91	5	40%	556,52	2.782,58
	2 1/2 plazas	415,85	5	40%	693,08	3.465,42
	3 plazas	519,96	5	40%	866,60	4.333,00
LÍNEA CHAIDE RESORTES						
Imperial 27 Tela Franjas AZ y VN	1 plaza	75,47	4	40%	125,78	503,13
	1 1/2 plazas	88,41	4	40%	147,35	589,40
	2 plazas	110,69	3	40%	184,48	553,45
	2 1/2 plazas	161,68	3	40%	269,47	808,40
Imperial 27 Tela Bige	1 plaza	81,22	2	40%	135,37	270,73
	1 1/2 plazas	94,16	4	40%	156,93	627,73
	2 plazas	115,72	4	40%	192,87	771,47
Continental Lujo Trad. Gris / Altura 29 cm	1 1/2 plazas	129,38	3	40%	215,63	646,90
	2 plazas	168,91	4	40%	281,52	1.126,07
	2 1/2 plazas	215,82	3	40%	359,70	1.079,10
	3 plazas	278,73	3	40%	464,55	1.393,65
Continental Lujo Non Flip Tela GR / BG /Altura 27 cm	1 1/2 plazas	140,16	4	40%	233,60	934,40
	2 plazas	181,85	4	40%	303,08	1.212,33
	2 1/2 plazas	234,11	3	40%	390,18	1.170,55
	3 plazas	302,87	3	40%	504,78	1.514,35
	1 1/2 plazas	141,60	5	40%	236,00	1.180,00

Continental Lujo	2 plazas	186,16	3	40%	310,27	930,80
Pillow Top GR / BG / Altura 30 cm	2 1/2 plazas	238,50	2	40%	397,50	795,00
	3 plazas	308,73	3	40%	514,55	1.543,65
Continental FB / Altura 28 cm	1 1/2 plazas	182,57	4	40%	304,28	1.217,13
	2 plazas	219,95	5	40%	366,58	1.832,92
	2 1/2 plazas	273,61	3	40%	456,02	1.368,05
Suave Brisa 27 cm Tela Beige	3 plazas	326,29	4	40%	543,82	2.175,27
	1 1/2 plazas	129,49	5	40%	215,82	1.079,08
	2 plazas	160,22	4	40%	267,03	1.068,13
Restapedic	2 1/2 plazas	200,45	4	40%	334,08	1.336,33
	1 1/2 plazas	122,91	4	40%	204,85	819,40
	2 plazas	166,07	3	40%	276,78	830,35
Hotelero / Altura 29 cm	2 1/2 plazas	206,31	2	40%	343,85	687,70
	3 plazas	261,17	2	40%	435,28	870,57
	1 1/2 plazas	137,54	2	40%	229,23	458,47
Zafiro / Altura 23 cm	2 plazas	181,43	3	40%	302,38	907,15
	2 1/2 plazas	227,52	2	40%	379,20	758,40
	3 plazas	293,36	2	40%	488,93	977,87
Zafiro / Altura 27 cm	1 plaza	49,75	2	40%	82,92	165,83
	1 1/2 plazas	59,26	4	40%	98,77	395,07
	2 plazas	73,89	3	40%	123,15	369,45
Zafiro / Altura 27 cm	1 1/2 plazas	70,23	3	40%	117,05	351,15
	2 plazas	87,79	3	40%	146,32	438,95
	2 1/2 plazas	111,20	2	40%	185,33	370,67
LÍNEA CHAIDE ESPUMA						
Ortopédico Prensado PT. / Altura 23 cm	1 1/2 plazas	132,97	3	40%	221,62	664,85
	2 plazas	173,22	4	40%	288,70	1.154,80
	2 1/2 plazas	218,01	2	40%	363,35	726,70
	3 plazas	271,42	2	40%	452,37	904,73
COLCHÓN BABY CHAIDE						
Baby Chaide	-	17,91	3	40%	29,85	89,55
	-	18,66	3	40%	31,10	93,30
	-	24,63	2	40%	41,05	82,10
	-	29,85	5	40%	49,75	248,75
	-	35,82	2	40%	59,70	119,40
COLECCIÓN BEAUTYSLEEP / SIMMONS						
Colchón Erica Luxury Soft / Altura 28 cm	1 1/2 plazas	235,61	1	40%	392,68	392,68
	2 plazas	265,13	2	40%	441,89	883,78
	2 1/2 plazas	294,66	1	40%	491,10	491,10
	3 plazas	353,71	2	40%	589,52	1.179,03

LÍNEA EXCELLENCE / PARAÍSO						
Paraíso premium Doble Top	1 1/2 plazas	176,58	4	40%	294,31	1.177,22
	2 plazas	227,51	2	40%	379,18	758,36
	2 1/2 plazas	283,06	4	40%	471,77	1.887,08
	3 plazas	352,50	5	40%	587,51	2.937,54
Bamboo	1 1/2 plazas	154,76	4	40%	257,93	1.031,72
	2 plazas	199,73	5	40%	332,88	1.664,42
	2 1/2 plazas	248,67	1	40%	414,45	414,45
	3 plazas	315,42	2	40%	525,70	1.051,40
5 Estrellas Tradicional	1 1/2 plazas	137,56	5	40%	229,27	1.146,36
	2 plazas	178,57	4	40%	297,61	1.190,45
	2 1/2 plazas	222,22	2	40%	370,36	740,72
Opedic Firme Tradicional / Altura 20 cm	1 1/2 plazas	150,13	2	40%	250,21	500,43
	2 plazas	193,78	3	40%	322,96	968,89
	2 1/2 plazas	242,06	4	40%	403,43	1.613,72
	3 plazas	300,26	5	40%	500,43	2.502,15
Paraíso Deluxe	1 1/2 plazas	127,64	2	40%	212,74	425,47
	2 plazas	162,03	5	40%	270,06	1.350,28
	2 1/2 plazas	202,38	4	40%	337,29	1.349,17
	3 plazas	253,30	2	40%	422,17	844,34
LÍNEA CLASSIC / PARAÍSO						
Aniversario Antiácaros	1 1/2 plazas	89,94	2	40%	149,91	299,82
	2 plazas	99,20	2	40%	165,34	330,68
	2 1/2 plazas	127,64	2	40%	212,74	425,47
	3 plazas	178,57	2	40%	297,61	595,22
Aniversario Antiflama	1 1/2 plazas	97,22	2	40%	162,03	324,07
	2 plazas	107,14	2	40%	178,57	357,13
	2 1/2 plazas	137,56	2	40%	229,27	458,54
	3 plazas	193,12	2	40%	321,86	643,72
Aniversario	1 1/2 plazas	83,99	2	40%	139,99	279,98
	2 plazas	105,82	2	40%	176,36	352,73
	2 1/2 plazas	154,10	2	40%	256,83	513,66
LÍNEA COMFORT / PARAÍSO						
Acolchado Firme / Altura 20	1 1/2 plazas	74,07	2	40%	123,45	246,91
	2 plazas	93,25	2	40%	155,42	310,84
	2 1/2 plazas	136,24	2	40%	227,07	454,13
Dormilón	1 1/2 plazas	68,78	2	40%	114,64	229,27
	2 plazas	87,30	2	40%	145,50	291,00
LÍNEA FLEX / PARAÍSO						
	1 plaza	24,47	2	40%	40,78	81,57

Platinum / Altura 13 cm	1 1/2 plazas	27,78	2	40%	46,30	92,59
	2 plazas	33,07	2	40%	55,11	110,23
Platinum / Altura 20 cm	1 plaza	36,37	2	40%	60,62	121,25
	1 1/2 plazas	39,02	2	40%	65,03	130,07
	2 plazas	38,36	2	40%	63,93	127,86
Total	Mensual	18.696,66	319			98.543,18
	Anual	224.359,87	3.828			1.182.518,11

Nota: La obtención del Precio de Venta al Público, se lo realizo aplicando la siguiente formula: $P.V.P = \text{Costo Unitario} / (1 - \% \text{ de Utilidad})$, formula recomendada para la correcta aplicación del margen de utilidad dada por el Ingeniero Francisco Terán [El Inge Francisco], (2021), luego para el total se multiplico el P.V.P por el número de unidades que se esperan vender.

Proyección de los Ingresos

En el proyecto se tomó en cuenta el promedio de variación en la actividad comercial del país de los últimos cinco años obteniendo un porcentaje del 2,10 %, cálculo que se detalla a continuación:

Tabla 74.

Porcentaje Promedio de la Actividad Comercial

Promedio del Comercio	
2017	5,50%
2018	3,10%
2019	-0,90%
2020	-8,20%
2021	11,00%
	10,50%
	2,10%

Nota: Se indica el cálculo de la variación en la actividad comercial del país durante los últimos 5 años, con la finalidad de obtener un valor promedio para realizar las proyecciones siguientes. Datos obtenidos del INEC.

Para realizar la proyección de los ingresos para el año 1 multiplicados el total mensual de la proyección de los ingresos obtenido por los 4 meses (trimestral) donde se hará la adquisición del nuevo inventario, explicado de la siguiente manera:

Proyección año 1 = Total Presupuesto de Ingresos x N°meses nuevo de inventario

Proyección año 1 = 98.543,18 x 4 meses

Proyección año 1 = 394.172,70

Luego para las siguientes proyecciones se realizará por el promedio de la actividad comercial obtenido en la tabla 74 que es de 2,10 % como se presenta a continuación:



Proyección = (Año Anterior x Tasa Inflación) + Año Anterior

*Proyección = (394.172,70 * 2,10) + 394.172,70*

Proyección = 402.450,33 (Año 2)

Tabla 75.

Proyección de Ingresos

					
Proyección del Presupuesto de Ingresos					
Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	394.172,70	402.450,33	403.263,28	404.077,87	404.894,11
Total	394.172,70	402.450,33	403.263,28	404.077,87	404.894,11

Nota: Se muestra la proyección de los ingresos que obtendrá la empresa en los 5 años, datos obtenidos de la tabla 73.

Presupuestos de Egresos

Representa la información proveniente de los costos y gastos ocasionados por la comercialización de los productos.

Los valores de los costos y gastos se obtuvieron de las inversiones que se van a presentar para la puesta en marcha de la empresa, estos valores están dados para el primer año de funcionamiento de la empresa, ahora se deberá realizar las proyecciones para los cuatro años siguientes, los cuales se realizarán por un incremento de 0,20%, valor que representa el promedio

de inflación de los últimos 5 años (2017 - 2021) como se muestra en la tabla 76, en cambio para poder realizar las proyecciones de los valores para sueldos tanto administrativos y de ventas se lo hará con el porcentaje de los aumentos de sueldos que hubo desde el año 2017 al 2021 (cabe mencionar que en el año 2020 al 2021 no existió alza de sueldos por lo que se trabajará con el 0% de incremento para ese periodo) y, por último las depreciaciones y amortizaciones no se realizan proyecciones, por ende solo se trabajara con el valor residual obtenido para los cinco años.

Tabla 76.

Promedio de Inflación

<i>Años</i>	<i>% De Incremento Anual</i>
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%
2020	-0,93%
2021	1,94%
	1,01%
	0,20%

Nota: Se indica el cálculo de la inflación del país durante los últimos 5 años, con la finalidad de obtener un valor promedio para realizar las proyecciones siguientes. Datos obtenidos del INEC.

Tabla 77.

Porcentaje Promedio de los Sueldos

<i>Años</i>	<i>% De Incremento</i>	<i>Valor Total</i>
2017	2,46%	375,00
2018	2,93%	386,00
2019	2,07%	394,00
2020	1,52%	400,00
2021	0,00%	400,00
	8,99%	
	1,80%	

Nota: La tabla anterior muestra los porcentajes de los sueldos desde el año 2017 al 2021, con el fin de obtener un porcentaje más acertado para las proyecciones de los sueldos administrativos y de ventas. Datos obtenidos del INEC.

Tabla 78.

Proyección de Sueldos Administrativos





		 			
Rol de Pagos Al Personal Administrativo					
<i>Nómina o Rubro</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Año 1</i>		<i>Año 2</i>	
		<i>Gerente</i>	<i>Secretario/a</i>	<i>Gerente</i>	<i>Secretario/a</i>
INGRESOS					
Salario Básico		500,00	400,00	508,99	407,19
Total de Ingresos		500,00	400,00	508,99	407,19
DEDUCCIONES					
Décimo Tercer Sueldo		41,67	33,33	42,42	33,93
Décimo Cuarto Sueldo		33,33	33,33	33,33	33,33
Fondos de Reserva	8,33%	0,00	0,00	42,40	33,92
Aporte Patronal	11,15%	55,75	44,60	56,75	45,40
Aporte Individual	9,45%	47,25	37,80	48,10	38,48
Total Deducciones		178,00	149,07	223,00	185,07
Líquido a Pagar Mensual		678,00	549,07	731,99	592,26
Líquido a Pagar Anual		8.136,00	6.588,80	8.783,84	7.107,07
TOTAL SUELDO ADM. MENSUAL		1.227,07		1.324,24	
TOTAL SUELDO ADM. ANUAL		14.724,80		15.890,92	

Tabla 79.



Proyección de Sueldos

		 					
<i>Rol de Pagos Al Personal Administrativo</i>							
<i>Nómina o Rubro</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Año 3</i>		<i>Año 4</i>		<i>Año 5</i>	
		<i>Gerente</i>	<i>Secretario/a</i>	<i>Gerente</i>	<i>Secretario/a</i>	<i>Gerente</i>	<i>Secretario/a</i>
INGRESOS							
Salario Básico		518,14	414,51	527,45	421,96	536,93	429,55
Total de Ingresos		518,14	414,51	527,45	421,96	536,93	429,55
DEDUCCIONES							
Décimo Tercer Sueldo		43,18	34,54	43,95	35,16	44,74	35,80
Décimo Cuarto Sueldo		33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33
Fondos de Reserva	8,33%	43,16	34,53	43,94	35,15	44,73	35,78
Aporte Patronal	11,15%	57,77	46,22	58,81	47,05	59,87	47,89
Aporte Individual	9,45%	48,96	39,17	49,84	39,88	50,74	40,59
Total Deducciones		226,41	187,79	229,88	190,57	233,41	193,40
Líquido a Pagar Mensual		744,55	602,30	757,33	612,53	770,34	622,94
Líquido a Pagar Anual		8.934,55	7.227,64	9.087,96	7.350,37	9.244,13	7.475,30
TOTAL SUELDO ADM. MENSUAL		1.346,85		1.369,86		1.393,29	
TOTAL SUELDO ADM. ANUAL		16.162,18		16.438,32		16.719,43	

Nota: Se muestran las proyecciones de los sueldos administrativos.

Tabla 80.



Proyección de Sueldos al Personal de Ventas

 		Rol de Pagos al Personal de Ventas				
<i>Nómina o Rubro</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
		<i>Vendedor</i>	<i>Vendedor</i>	<i>Vendedor</i>	<i>Vendedor</i>	<i>Vendedor</i>
INGRESOS						
Salario Básico Unificado		400,00	407,19	414,51	421,96	429,55
Total de Ingresos		400,00	407,19	414,51	421,96	429,55
DEDUCCIONES						
Décimo Tercer Sueldo		33,33	33,93	34,54	35,16	35,80
Décimo Cuarto Sueldo		33,33	33,33	33,33	33,33	33,33
Fondos de Reserva	8,33%	0,00	33,92	34,53	35,15	35,78
Aporte Patronal	11,15%	44,60	45,40	46,22	47,05	47,89
Aporte Individual	9,45%	37,80	38,48	39,17	39,88	40,59
Total Deducciones		149,07	185,07	187,79	190,57	193,40
TOTAL A PAGAR MENSUAL		549,07	592,26	602,30	612,53	622,94
TOTAL A PAGAR ANUAL		6.588,80	7.107,07	7.227,64	7.350,37	7.475,30

Nota: Se muestra las proyecciones de los sueldos para el personal de ventas.

Tabla 81.



Proyección de Sueldos al Chofer

 		Rol de Pagos al Chófer				
<i>Nómina o Rubro</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
		<i>Vendedor</i>	<i>Vendedor</i>	<i>Vendedor</i>	<i>Vendedor</i>	<i>Vendedor</i>
INGRESOS						
Salario Básico Unificado		400,00	407,19	414,51	421,96	429,55
Total de Ingresos		400,00	407,19	414,51	421,96	429,55
DEDUCCIONES						
Décimo Tercer Sueldo		33,33	33,93	34,54	35,16	35,80
Décimo Cuarto Sueldo		33,33	33,33	33,33	33,33	33,33
Fondos de Reserva	8,33%	0,00	33,92	34,53	35,15	35,78
Aporte Patronal	11,15%	44,60	45,40	46,22	47,05	47,89
Aporte Individual	9,45%	37,80	38,48	39,17	39,88	40,59
Total Deducciones		149,07	185,07	187,79	190,57	193,40
TOTAL A PAGAR MENSUAL		549,07	592,26	602,30	612,53	622,94
TOTAL A PAGAR ANUAL		6.588,80	7.107,07	7.227,64	7.350,37	7.475,30

Nota: Se muestra las proyecciones de los sueldos para el Chofer.

Tabla 82.

Proyección del Presupuesto de Egresos

 					
PRESUPUESTO PROYECTADO DE EGRESOS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO PRIMO					
Inventario para la Venta	236.503,62	236.981,36	237.460,06	237.939,73	238.420,37
Total Costo Primo	236.503,62	236.981,36	237.460,06	237.939,73	238.420,37
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	14.724,80	15.890,92	16.162,18	16.438,32	16.719,43
Servicios Profesionales	1.800,00	1.803,64	1.807,28	1.810,93	1.814,59
Mantenimiento y Reparaciones	480,00	480,97	481,94	482,91	483,89
Combustibles y Lubricantes	912,00	913,84	915,69	917,54	919,39
Suministros de Limpieza	1.233,60	1.236,09	1.238,59	1.241,09	1.243,60
Suministros de Oficina	2.090,26	2.094,48	2.098,71	2.102,95	2.107,20
Servicios Básicos	631,20	632,48	633,75	635,03	636,32
Arriendo de Local	3.600,00	3.607,27	3.614,56	3.621,86	3.629,18
Otros Enseres	1.878,78	1.882,57	1.886,38	1.890,19	1.894,00
Amortización del Activo Diferido	464,00	464,00	464,00	464,00	464,00
Depreciación de Muebles Y Enseres	233,47	233,47	233,47	233,47	233,47
Depreciación de Equipo de Cómputo	327,79	327,79	327,79	0,00	0,00
Depreciación del Vehículo	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Total Gastos Administrativos	31.375,90	32.567,52	32.864,34	32.838,30	33.145,06
GASTOS DE VENTAS					
Sueldos Personal de Ventas	6.588,80	7.107,07	7.227,64	7.350,37	7.475,30
Sueldos Chofer	6.588,80	7.107,07	7.227,64	7.350,37	7.475,30
Publicidad y Promoción	1.252,80	1.255,33	1.257,87	1.260,41	1.262,95
Total Gasto de Ventas	14.430,40	15.469,48	15.713,14	15.961,14	16.213,56
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del Préstamo	4.267,06	3.405,73	2.525,00	1.624,43	703,57
Total Gastos Financieros	4.267,06	3.405,73	2.525,00	1.624,43	703,57
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	50.073,36	51.442,73	51.102,48	50.423,87	50.062,19
TOTAL DEL PRESUPUESTO DE COSTOS	286.576,98	288.424,09	288.562,54	288.363,60	288.482,56

Nota: En la tabla previamente elaborada se muestra la proyección del presupuesto de costos y gastos con cada uno de sus rubros.

Estados Financieros Proyectados



Los estados financieros proyectados son un resumen de todo el proceso de presupuestación de una entidad, que define lo que espera logra durante un período de planificación.

Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Muestra el desempeño de las operaciones de la empresa durante un período en particular. El estado de resultados permite conocer los pagos de impuestos sobre las utilidades, así como los costos y gastos incurridos. El estado de resultados o de pérdidas y ganancias de la empresa “GOLDEN DREAM”, determina una utilidad en el ejercicio proyectado para los cinco años, como se muestra a continuación:

Tabla 83.

Estado de Resultados Proyectado

						
<i>Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado</i>						
<i>Descripción</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>	
INGRESOS						
Ventas Netas	394.172,70	402.450,33	403.263,28	404.077,87	404.894,11	
TOTAL INGRESOS	394.172,70	402.450,33	403.263,28	404.077,87	404.894,11	
COSTOS						
(-) COSTO DE VENTA						
Inventario para la Venta	236.503,62	236.981,36	237.460,06	237.939,73	238.420,37	
Utilidad Bruta	157.669,08	165.468,97	165.803,22	166.138,14	166.473,74	
(-) OTROS GASTOS DE OPERACIÓN						
GASTO DE VENTA						
Sueldos y Salarios	13.177,60	14.214,15	14.455,27	14.700,73	14.950,61	
Publicidad y Propaganda	1.252,80	1.255,33	1.257,87	1.260,41	1.262,95	
Total Gasto de Venta	14.430,40	15.469,48	15.713,14	15.961,14	16.213,56	
GASTO ADMINISTRATIVO						
Sueldos y Salarios	14.724,80	15.890,92	16.162,18	16.438,32	16.719,43	
Servicios Profesionales	1.800,00	1.803,64	1.807,28	1.810,93	1.814,59	
Mantenimiento y Reparaciones	480,00	480,97	481,94	482,91	483,89	
Combustible y Lubricantes	912,00	913,84	915,69	917,54	919,39	

Suministros de Oficina	2.090,26	2.094,48	2.098,71	2.102,95	2.107,20
Suministros de Aseo y Limpieza	1.233,60	1.236,09	1.238,59	1.241,09	1.243,60
Servicios Básicos	631,20	632,48	633,75	635,03	636,32
Arriendo de Local	3.600,00	3.607,27	3.614,56	3.621,86	3.629,18
Otros Enseres	1.878,78	1.882,57	1.886,38	1.890,19	1.894,00
Amortización del Activo Diferido	464,00	464,00	464,00	464,00	464,00
Depreciación de Muebles y Enseres	233,47	233,47	233,47	233,47	233,47
Depreciación de Equipo de Computación	327,79	327,79	327,79	0,00	0,00
Depreciación del Vehículo	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Total Gasto Administrativo	31.375,90	32.567,52	32.864,34	32.838,30	33.145,06
GASTO FINANCIERO					
Intereses del Préstamo	4.267,06	3.405,73	2.525,00	1.624,43	703,57
Total Gasto Financiero	4.267,06	3.405,73	2.525,00	1.624,43	703,57
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	50.073,36	51.442,73	51.102,48	50.423,87	50.062,19
(=) Utilidad Operacional	107.595,72	114.026,24	114.700,74	115.714,27	116.411,55
(-) Utilidad a trabajadores 15% por pagar	16.139,36	17.103,94	17.205,11	17.357,14	17.461,73
(=) Utilidad antes del impuesto	91.456,36	96.922,31	97.495,63	98.357,13	98.949,81
Impuesto a la Renta	11.905,59	13.272,07	13.415,40	13.630,78	13.778,95
(=) Utilidad Líquida del Ejercicio	79.550,77	83.650,23	84.080,22	84.726,35	85.170,86



Nota: Se presenta en la tabla previa el estado de resultados proyectado que tendrá la empresa durante los 5 años, así mismo, dentro de la tabla se muestra el cálculo del Impuesto a la Renta que deberá declarar la entidad.

Flujo de Caja Proyectado

Es un estado financiero básico, conocido como flujo de caja en el cual se refleja las entradas y salidas de efectivo de los ingresos y egresos proyectados que la empresa genere, constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando. A continuación, se presenta el desarrollo del estado perteneciente a la empresa “GOLDEN DREAM”, donde se muestra el resultado de todos los movimientos de efectivo durante los cinco años, además se puede observar que la entidad si genera suficiente dinero en efectivo para cubrir todas las obligaciones adquiridas por el negocio.

Tabla 84.

Flujo de Caja Proyectado

						
Flujo de Caja Proyectado						
<i>PERIODOS</i>	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
INGRESOS						
Ventas Netas		394.172,70	402.450,33	403.263,28	404.077,87	404.894,11
Total de ingresos		394.172,70	402.450,33	403.263,28	404.077,87	404.894,11
EGRESOS						
Inversión Inicial	309.673,76					
Inventario para la Venta		236.503,62	236.981,36	237.460,06	237.939,73	238.420,37
Gastos de Ventas		14.430,40	15.469,48	15.713,14	15.961,14	16.213,56
Gastos Administrativos		31.375,90	32.567,52	32.864,34	32.838,30	33.145,06
Gastos Financieros		4.267,06	3.405,73	2.525,00	1.624,43	703,57
Total de egresos	309.673,76	286.576,98	288.424,09	288.562,54	288.363,60	288.482,56
INGRESOS BRUTOS		107.595,72	114.026,24	114.700,74	115.714,27	116.411,55
(-) Utilidad a trabajadores 15% por pagar		16.139,36	17.103,94	17.205,11	17.357,14	17.461,73
Impuesto a la Renta		15.484,75	17.507,15	17.719,28	18.038,04	18.257,33
INGRESOS NETOS		75.971,61	79.415,16	79.776,35	80.319,10	80.692,49
(+) Depreciaciones		3.561,26	3.561,26	3.561,26	3.233,47	3.233,47
(+) Amortización de Activos Diferidos		464,00	464,00	464,00	464,00	464,00
FLUJO DE CAJA	-309.673,76	79.996,88	83.440,42	83.801,61	84.016,57	84.389,96

Nota: La tabla previa representa el flujo de caja proyectado que tendrá la empresa durante sus 5 años de vida.



Clasificación de los Costos

Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

- **Costos fijos:** Son independientes de la producción. Son gastos que se repiten periódicamente y, por lo general, no cambian demasiado.
- **Costos variables:** Son aquellos que cambian, aumentan o disminuyen dependiendo del volumen de actividad que exista en un momento dado.

Tabla 85.

Clasificación de los Costos Fijos y Variables

 										
DISTRIBUCIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES										
DETALLE	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	<i>Fijos</i>	<i>Variables</i>	<i>Fijos</i>	<i>Variables</i>	<i>Fijos</i>	<i>Variables</i>	<i>Fijos</i>	<i>Variables</i>	<i>Fijos</i>	<i>Variables</i>
COSTO PRIMO										
Inventario para la Venta		236.503,62		236.981,36		237.460,06		237.939,73		238.420,37
Total Costo Primo		236.503,62		236.981,36		237.460,06		237.939,73		238.420,37
GASTOS DE OPERACIÓN										
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	14.724,80		15.890,92		16.162,18		16.438,32		16.719,43	
Servicios Profesionales	1.800,00		1.803,64		1.807,28		1.810,93		1.814,59	
Mantenimiento y Reparaciones	480,00		480,97		481,94		482,91		483,89	
Combustibles y Lubricantes	912,00		913,84		915,69		917,54		919,39	
Suministros de Limpieza		1.233,60		1.236,09		1.238,59		1.241,09		1.243,60
Suministros de Oficina		2.090,26		2.094,48		2.098,71		2.102,95		2.107,20
Servicios Básicos		631,20		632,48		633,75		635,03		636,32
Arriendo de Local	3.600,00		3.607,27		3.614,56		3.621,86		3.629,18	
Otros Enseres	1.878,78		1.882,57		1.886,38		1.890,19		1.894,00	
Amortización del Activo Diferido	464,00		464,00		464,00		464,00		464,00	
Depreciación de Muebles Y Enseres	233,47		233,47		233,47		233,47		233,47	
Depreciación de Equipo de Cómputo	327,79		327,79		327,79		0,00		0,00	
Depreciación del Vehículo	3.000,00		3.000,00		3.000,00		3.000,00		3.000,00	

Total Gastos Administrativos	27.420,84	3.955,06	28.604,47	3.963,05	28.893,29	3.971,06	28.859,22	3.979,08	29.157,95	3.987,11
GASTOS DE VENTAS										
Sueldos Personal de Ventas	6.588,80		7.107,07		7.227,64		7.350,37		7.475,30	
Sueldos Chofer	6.588,80		7.107,07		7.227,64		7.350,37		7.475,30	
Publicidad	1.252,80		1.255,33		1.257,87		1.260,41		1.262,95	
Total Gasto de Ventas	14.430,40		15.469,48		15.713,14		15.961,14		16.213,56	
GASTOS FINANCIEROS										
Interés del Préstamo	4.267,06		3.405,73		2.525,00		1.624,43		703,57	
Total Gastos Financieros	4.267,06		3.405,73		2.525,00		1.624,43		703,57	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	46.118,30	240.458,68	47.479,68	240.944,41	47.131,43	241.431,12	46.444,79	241.918,81	46.075,08	242.407,48
TOTAL DEL PRESUPUESTO DE COSTOS	286.576,98		288.424,09		288.562,54		288.363,60		288.482,56	

Nota: Se detalla la clasificación de los costos y gastos de la empresa “GOLDEN DREAM”.

A continuación, se presentan los cálculos y graficas correspondientes a los 5 años de vida del proyecto, con los datos obtenidos de la clasificación de los costos fijos y variables de la Tabla 85, partiendo con el año 1:

Punto de Equilibrio


El punto de equilibrio es una herramienta de suma importancia al momento de determinar el punto medio entre los ingresos y gastos en los que incurre la empresa, en otras palabras, permite conocer la situación en la que no se puede obtener ni ganancia ni pérdida.

AÑO 1

Datos:

Tabla 86.

Datos Punto de Equilibrio Año 1

	
DATOS	
Detalle	Valor
COSTO VARIABLE	240.458,68
COSTO FIJO	46.118,30
INGRESOS TOTALES	394.172,70

Nota: En la tabla previa se muestran los datos necesarios para el cálculo del punto de equilibrio del año 1.

Resultados:

Tabla 87.

Resultados Punto de Equilibrio Año 1

	
RESULTADOS	
Detalle	Valor
COSTO TOTAL	286.576,98
P.E CAPACIDAD INSTALADA	30,00
P.E VENTAS	118.262,31

Nota: Resultados obtenidos mediante la aplicación de las fórmulas del punto de equilibrio para el año 1.

Desarrollo de Formulas:

- Costo Total

$$\begin{aligned}CT &= CV + CF \\CT &= 240.458,68 + 46.118,30 \\CT &= 286.576,98\end{aligned}$$

- **En función de la capacidad instalada:**

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PEC = \frac{46.118,30}{394.172,70 - 240.458,68} * 100$$

$$PEC = \frac{46.118,30}{153.714,02} * 100$$

$$PEC = 0,30 * 100$$

$$PEC = 30,00 \%$$

- **En función de las ventas:**

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PEV = \frac{46.118,30}{1 - \frac{240.458,68}{394.172,70}}$$

$$PEV = \frac{46.118,30}{1 - 0,61}$$

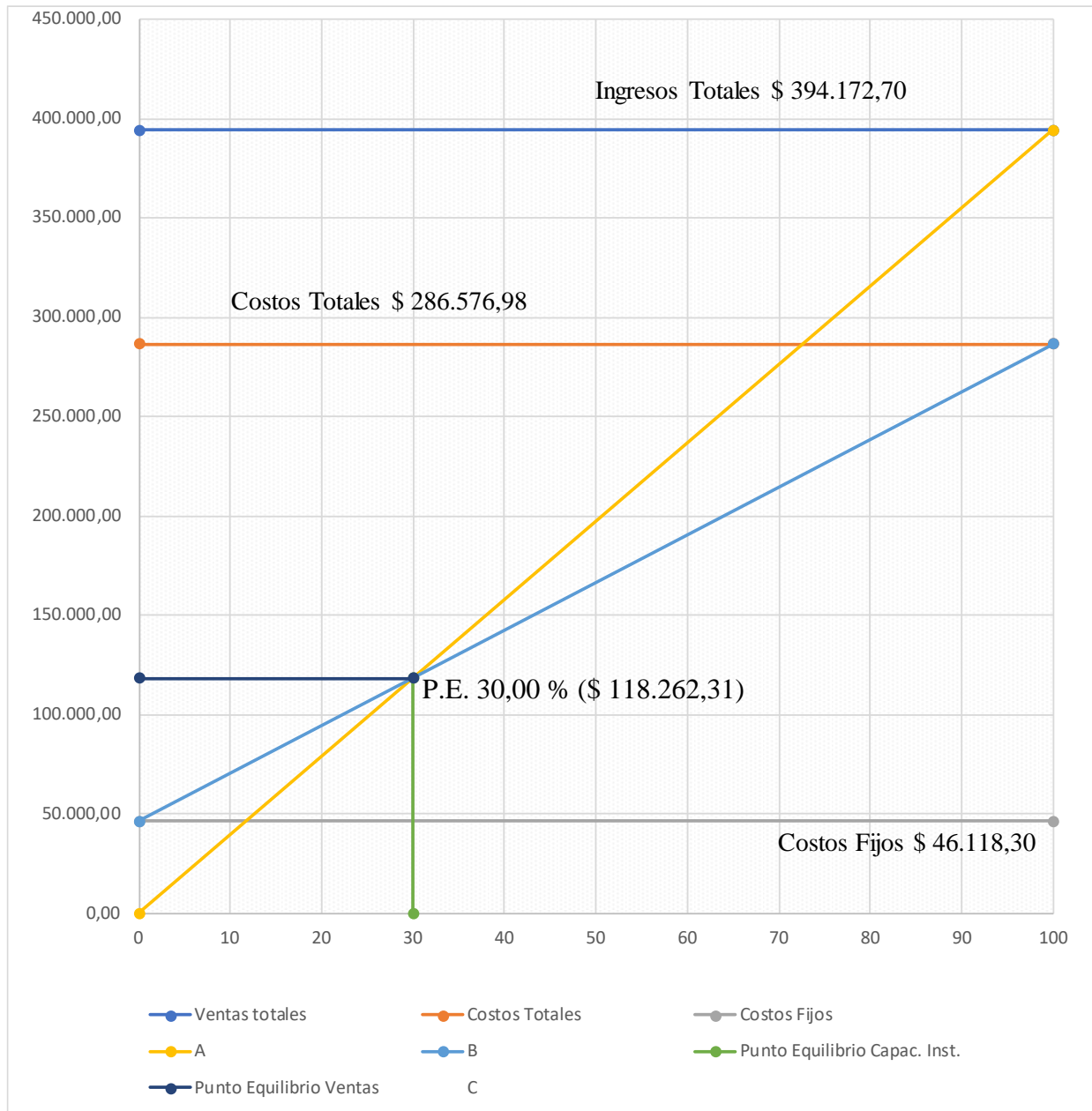
$$PEV = \frac{46.118,30}{0,39}$$

$$PEV = 118.262,31$$

Gráfica del Punto de Equilibrio Año 1

Figura 24.

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio Año 1




Análisis: La grafica anterior demuestra que para el primer año la empresa debe vender \$ 118.262,31 de sus productos y trabajar con una capacidad instalada del 30 %, cabe recalcar que estos valores no representan una ganancia o pérdida, sino que representa los valores mínimos con los cuales la empresa debe trabajar para no generar pérdida alguna.

AÑO 2

Datos:

Tabla 88.

Datos Punto de Equilibrio Año 2

	
<i>DATOS</i>	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
COSTO VARIABLE	240.944,41
COSTO FIJO	47.479,68
INGRESOS TOTALES	402.450,33

Nota: En la tabla previa se muestran los datos necesarios para el cálculo del punto de equilibrio del año 2.

Resultados:

Tabla 89.

Resultados Punto de Equilibrio Año 2

	
<i>RESULTADOS</i>	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
COSTO TOTAL	288.424,09
P.E CAPACIDAD INSTALADA	29,40
P.E VENTAS	118.312,77

Nota: Resultados obtenidos mediante la aplicación de las fórmulas del punto de equilibrio para el año 2.

Desarrollo de Formulas:

- **Costo Total:**

$$\begin{aligned}CT &= CV + CF \\CT &= 240.944,41 + 47.479,68 \\CT &= 288.424,09\end{aligned}$$

- **En función de la capacidad instalada:**

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PEC = \frac{47.479,68}{402.450,33 - 240.944,41} * 100$$

$$PEC = \frac{47.479,68}{161.505,92} * 100$$

$$PEC = 0,29 * 100$$

$$PEC = 29,40 \%$$

- **En función de las ventas:**

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PEV = \frac{47.479,68}{1 - \frac{240.944,41}{402.450,33}}$$

$$PEV = \frac{47.479,68}{1 - 0,60}$$

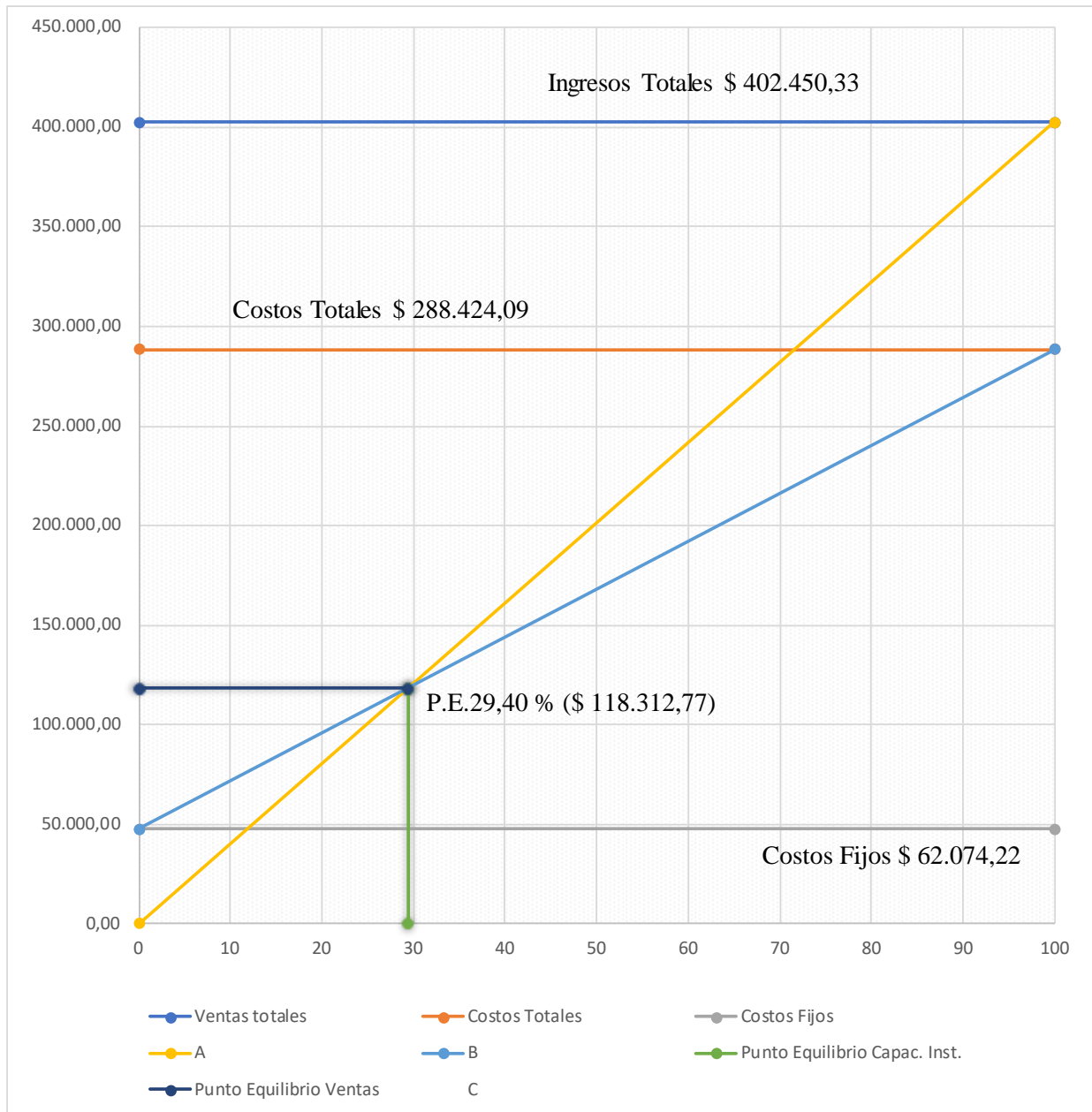
$$PEV = \frac{47.479,68}{0,40}$$

$$PEV = 118.312,77$$

Gráfica del Punto de Equilibrio Año 2

Figura 25.

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio Año 2



Análisis: La grafica anterior demuestra que para segundo año la empresa debe de vender \$ 118.321,77 de sus productos y trabajar con una capacidad instalada del 29,40 %, en este punto el negocio no presenta ganancia o pérdida alguna.

AÑO 3

Datos:

Tabla 90.

Datos Punto de Equilibrio Año 3

	
DATOS	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
COSTO VARIABLE	241.431,12
COSTO FIJO	47.131,43
INGRESOS TOTALES	403.263,28

Nota: En la tabla previa se muestran los datos necesarios para el cálculo del punto de equilibrio del año 3.

Resultados:

Tabla 91.

Resultados Punto de Equilibrio Año 3

	
RESULTADOS	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
COSTO TOTAL	288.562,54
P.E CAPACIDAD INSTALADA	29,12
P.E VENTAS	117.444,97

Nota: Resultados obtenidos mediante la aplicación de las fórmulas del punto de equilibrio para el año 3.

Desarrollo de Formulas:

- **Costo Total:**

$$\begin{aligned}CT &= CV + CF \\CT &= 241.431,12 + 47.131,43 \\CT &= 288.562,54\end{aligned}$$

- **En función de la capacidad instalada:**

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PEC = \frac{47.131,43}{403.263,28 - 241.431,12} * 100$$

$$PEC = \frac{47.131,43}{161.832,16} * 100$$

$$PEC = 0,29 * 100$$

$$PEC = 29,12 \%$$

- **En función de las ventas:**

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PEV = \frac{47.131,43}{1 - \frac{241.431,12}{403.263,28}}$$

$$PEV = \frac{47.131,43}{1 - 0,60}$$

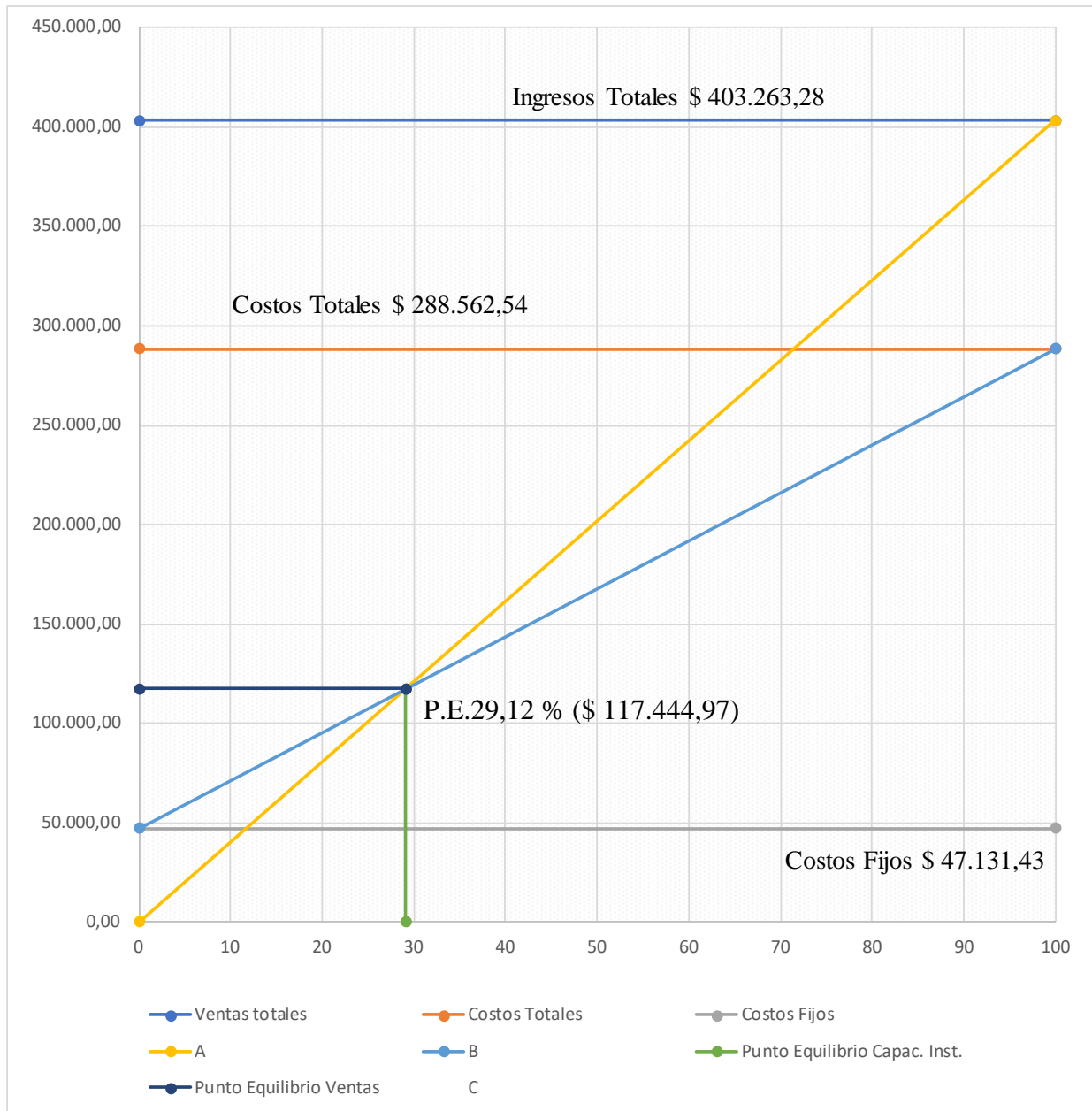
$$PEV = \frac{47.131,43}{0,40}$$

$$PEV = 117.444,97$$

Gráfica del Punto de Equilibrio Año 3

Figura 26.

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio Año 3




Análisis: La grafica previa demuestra que para el tercer año la empresa debe vender \$ 117.444,97 de sus productos y trabajar con una capacidad instalada del 29,12 %, cabe recalcar que estos los valores son los mínimos con los cuales la empresa debe trabajar para no generar pérdida ni ganancia alguna.

AÑO 4

Datos:

Tabla 92.

Datos Punto de Equilibrio Año 4

	
<i>DATOS</i>	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
COSTO VARIABLE	241.918,81
COSTO FIJO	46.444,79
INGRESOS TOTALES	404.077,87

Nota: En la tabla previa se muestran los datos necesarios para el cálculo del punto de equilibrio del año 4.

Resultados:

Tabla 93.

Resultados Punto de Equilibrio Año 4

	
<i>RESULTADOS</i>	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
COSTO TOTAL	288.363,60
P.E CAPACIDAD INSTALADA	28,64
P.E VENTAS	115.733,97

Nota: Resultados obtenidos mediante la aplicación de las fórmulas punto de equilibrio para el año 4.

Desarrollo de Formulas:

- **Costo Total:**

$$\begin{aligned}CT &= CV + CF \\CT &= 241.918,81 + 46.444,79 \\CT &= 288.363,60\end{aligned}$$

- **En función de la capacidad instalada:**

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PEC = \frac{46.444,79}{404.077,87 - 241.918,81} * 100$$

$$PEC = \frac{46.444,79}{162.159,06} * 100$$

$$PEC = 0,29 * 100$$

$$PEC = 28,64 \%$$

- **En función de las ventas:**

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PEV = \frac{46.444,79}{1 - \frac{241.918,81}{404.077,87}}$$

$$PEV = \frac{46.444,79}{1 - 0,60}$$

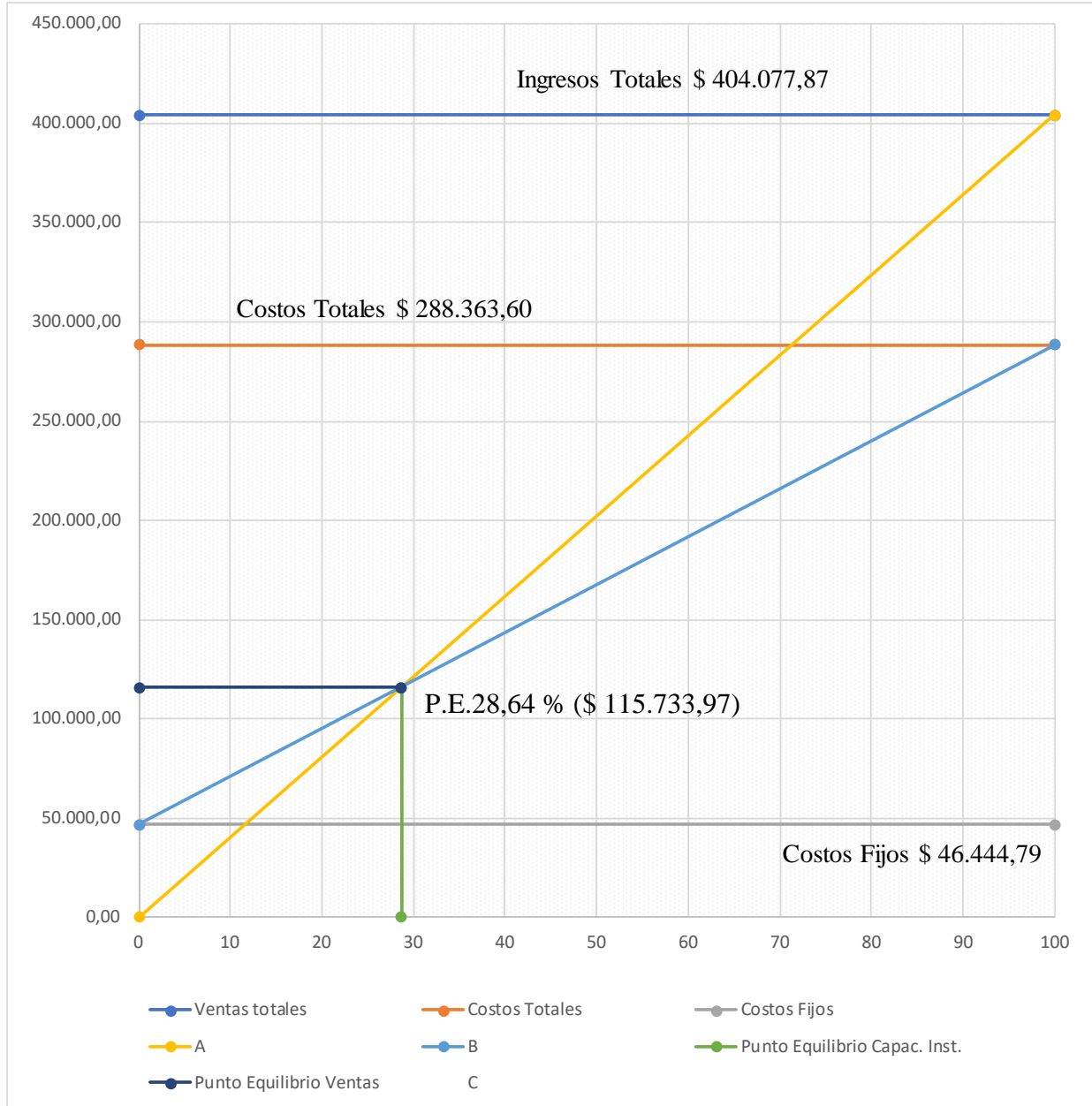
$$PEV = \frac{46.444,79}{0,40}$$

$$PEV = 115.733,97$$

Grafica del Punto de Equilibrio Año 4

Figura 27.

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio Año 4




Análisis: En la gráfica superior se demuestra que para el cuarto año la empresa debe vender \$ 115.733,97 de sus productos y trabajar con una capacidad instalada del 28,64 %, para no presentar ganancia o pérdida.

AÑO 5

Datos:

Tabla 94.

Datos Punto de Equilibrio Año 5

	
<i>DATOS</i>	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
COSTO VARIABLE	242.407,48
COSTO FIJO	46.075,08
INGRESOS TOTALES	404.894,11

Nota: En la tabla previa se muestran los datos necesarios para el cálculo del punto de equilibrio del año 5.

Resultados:

Tabla 95.

Resultados Punto de Equilibrio Año 5

	
<i>RESULTADOS</i>	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
COSTO TOTAL	288.482,56
P.E CAPACIDAD INSTALADA	28,36
P.E VENTAS	114.812,70

Nota: Resultados obtenidos mediante la aplicación de las fórmulas del punto de equilibrio para el año 5.

Desarrollo de Formulas:

- **Costo Total:**

$$\begin{aligned} CT &= CV + CF \\ CT &= 242.407,48 + 46.075,08 \\ CT &= 288.482,56 \end{aligned}$$

- **En función de la capacidad instalada:**

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PEC = \frac{46.075,08}{404.894,11 - 242.407,48} * 100$$

$$PEC = \frac{46.075,08}{162.486,63} * 100$$

$$PEC = 0,28 * 100$$

$$PEC = 28,36 \%$$

- **En función de las ventas Año 5:**

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PEV = \frac{46.075,08}{1 - \frac{242.407,48}{404.894,11}}$$

$$PEV = \frac{46.075,08}{1 - 0,60}$$

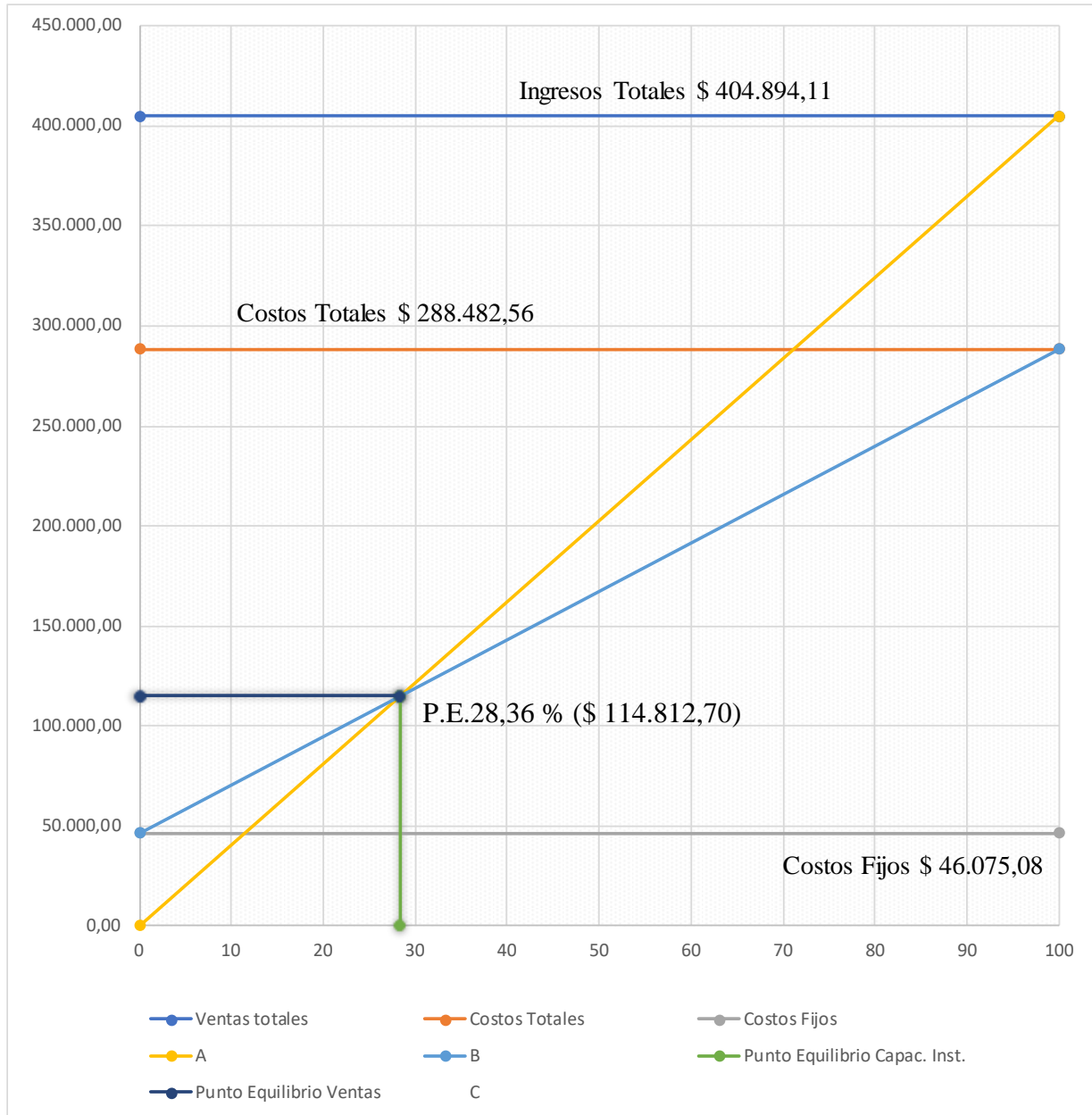
$$PEV = \frac{46.075,08}{0,40}$$

$$PEV = 114.812,70$$

Grafica del Punto de Equilibrio Año 5

Figura 28.

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio Año 5



Análisis: La elaboración de la gráfica anterior demuestra que para el quinto año la empresa debe vender \$ 114.812,70 de sus productos y trabajar con una capacidad instalada del 28,36 %, para no generar pérdida ni ganancia alguna.

Evaluación Financiera



La evaluación financiera es el proceso mediante el cual se determina la rentabilidad del proyecto de inversión, analizado desde su retorno financiero, además de ello se identifica si es conveniente o no realizar la inversión.

Determinación de la Tasa de Descuento

Una vez elaborados los flujos de caja, se requiere definir la tasa de descuento que se debe utilizar para actualizar los flujos netos de caja. La tasa de descuento que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos de caja, se denomina TMAR, se refiere a la tasa mínima aceptable de rendimiento en un proyecto.

Tabla 96.

Cálculo de la TMAR

				
<i>Origen</i>	<i>% de Composición</i>	<i>Tasa de Operación</i>	<i>Valor %</i>	
Aporte Propio	35%	5,57%	0,020	
Aporte Financiado	65%	11,20%	0,072	
F.A =			9,21%	

Nota: Para poder determinar el Factor de Actualización (F.A) se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$FA = \% \text{ de la tasa del capital propio} \times \text{Tasa Pasiva} + \% \text{ del capital externo} \times \text{Tasa Activa}$$

$$FA = 35 \% \times 5,57 \% + 65 \% \times 11,20$$

$$FA = 0,020 + 0,072$$

$$FA = 9,21 \%$$

Valor Actual Neto (VAN)

Es definido como la diferencia entre el valor presente de los ingresos menos el valor presente de los egresos. Para el análisis de este indicador he tomado en cuenta la información sobre la inversión propia y la financiada, además para el cálculo del aporte propio se utilizó la tasa pasiva



del 5,57 % establecida por el Banco Central del Ecuador y para el aporte financiado se tomó en cuenta la tasa activa referencial para Pymes del 11,20 %.

Formula:

$$VAN = \frac{D}{(1+i)} + \frac{D_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{D_n}{(1+i)^n}$$

Tabla 97.

Cálculo del Valor Actual Neto

 			
AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 9,21% FA=1/(1+i)	VALOR ACTUALIZADO
0	-309.673,76		
1	79.996,88	0,915699893	73.253,13
2	83.440,42	0,838506294	69.965,32
3	83.801,61	0,767820124	64.344,56
4	84.016,57	0,703092805	59.071,44
5	84.389,96	0,643822006	54.332,11
TOTAL			320.966,57

Nota: Se indica el cálculo del VAN que tendrá la empresa “GOLDEN DREAM”

$$VAN = \text{Valor Actualizado} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 320.966,57 - 309.673,76$$

$$VAN = 11.292,80$$

Análisis: De acuerdo al resultado obtenido se evidencia que es mayor a 0, lo cual da la seguridad de que el estudio de factibilidad es viable para el inversionista, es decir: El proyecto de factibilidad “GOLDEN DREAM” se valúa que es rentable por la razón de que el mismo genera beneficios de \$ 11.292,80 sobre el total invertido, por lo que es conveniente aceptarlo.

Tasa Interna de Retorno (TIR)



Es la tasa de descuento equivalente a los ingresos y gastos de un proyecto, este indicador financiero representa el retorno generado de la inversión, mismo que mide la rentabilidad, es decir la ganancia que tendrá la empresa para poder recuperar la inversión.

Formula:

$$VAN = -D_0 + \frac{D}{(1+r)} + \frac{D_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{D_n}{(1+r)^n} = 0$$

Tabla 98.

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

					
Años	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Menor	Factor de Actualización	VAN Mayor
		10,00%		11,00%	
0	- 309.673,76				
1	79.996,88	0,9090909	72.724,43	0,9009009	65.517,51
2	83.440,42	0,8264463	68.959,02	0,8116224	55.968,69
3	83.801,61	0,7513148	62.961,39	0,7311914	46.036,83
4	84.016,57	0,6830135	57.384,45	0,6587310	37.800,91
5	84.389,96	0,6209213	52.399,52	0,5934513	31.096,57
TOTAL			314.428,82		236.420,50
			-309.673,76		-309.673,76
VPN+			4.755,06	VPN-	-73.253,26

Nota: Se desarrolla el cálculo de la TIR con el fin de aplicar la fórmula para la nueva TIR que tendrá el negocio.

$$TIR = \frac{Tasa\ Menor}{1} + \frac{Diferencias\ de\ tasas}{1} * \frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor}$$

$$TIR = 10,00 + 1 * \frac{4.755,06}{4.755,06 - -73.253,26}$$

$$TIR = 10,00 + 1 * \frac{4.755,06}{78.008,31}$$

$$TIR = 10,00 + 1 * 0,060955754$$

$$TIR = 10,00 + 0,06095575$$

$$TIR = 10,06 \%$$



Análisis: La tasa interna de retorno (TIR) del proyecto para la empresa es de 10,06 %, lo que significa que es superior a la TMAR de 9,21%, esto indica que el proyecto soportará su funcionamiento en los años proyectados, ya que se considera este porcentaje como rentable.

Relación Beneficio - Costo

Es la relación que existe entre los valores presentes de los beneficios sobre los valores presentes de los costos (costos de inversión, operación y mantenimiento).

Tabla 99.

Cálculo Relación Beneficio - Costo

					
AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			9,21%		
1	394.172,70	286.576,98	0,915699893	360.943,90	262.418,51
2	402.450,33	288.424,09	0,838506294	337.457,14	241.845,41
3	403.263,28	288.562,54	0,767820124	309.633,66	221.564,13
4	404.077,87	288.363,60	0,703092805	284.104,24	202.746,37
5	404.894,11	288.482,56	0,643822006	260.679,74	185.731,42
	TOTAL			1.552.818,68	1.114.305,85

Nota: La tabla que antecede se muestra el cálculo para obtener los valores de ingresos y egresos actualizados de la relación beneficio costo, para luego aplicar la fórmula correspondiente.

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{1.552.818,68}{1.114.305,85}$$

$$RBC = 1,39$$



Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación de la fórmula RBC se obtuvo un resultado afirmativo de \$1,39 lo que se entiende que los ingresos del proyecto son mayores a los egresos del mismo, y por ende se puede deducir que por cada dólar invertido se gana 39 centavos de dólar.

Periodo de Recuperación de Capital o de la Inversión Inicial

Es el tiempo necesario para que la suma de los flujos de efectivo netos positivos que son generados por una inversión sea igual a la suma de los flujos de efectivo netos negativos requeridos por la misma inversión.

Tabla 100.

Cálculo de la Recuperación del Capital

				
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 9,21%	VALOR ACTUALIZADO	SALDO ACUMULADO
0				- 309.673,76
1	79.996,88	0,9156670635	73.250,50	73.250,50
2	83.440,42	0,8384461711	69.960,30	143.210,80
3	83.801,61	0,7677375434	64.337,64	207.548,45
4	84.016,57	0,7029919818	59.062,97	266.611,42
5	84.389,96	0,6437066036	54.322,37	320.933,79
TOTAL	415.645,43		320.933,79	

Nota: En la tabla previa se detalla el periodo de recuperación, con el objetivo de obtener los totales correspondientes para aplicar las fórmulas correspondientes y obtener el periodo de recuperación del capital.

Formula

$$\begin{aligned}
 PRC &= \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión inicial} - \text{E Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del Año que supera la Inver.}} \\
 PRC &= 5 + \frac{309.673,76 - 320.933,79}{54.322,37} \\
 PRC &= 5 + -0,207281662 \\
 PRC &= 4,79 \\
 PRC &= 4 = 4 \text{ AÑOS} \\
 PRC &= 0,79 * 12 = 8 \text{ MES} \\
 PRC &= 0,51 * 30 = 15 \text{ DÍAS}
 \end{aligned}$$



Análisis: La inversión se recupera en 4 años, 8 meses y 15 días, lo cual quiere decir, que no es un tiempo ni muy corto ni muy largo para la recuperación de la inversión.

Análisis de Sensibilidad.

Es el procedimiento mediante el cual es posible determinar la influencia de la TIR (qué tan sensible es) a los cambios en ciertas variables del proyecto.

Tabla 101.

Análisis de Sensibilidad con Incremento en los Costos

								
Nº AÑOS	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL AUMENTADO	INGRESO ORIGINAL	FLUJO DE EFECTIVO NETO	ACTUALIZACIÓN			
					FACTOR	VAN MENOR	FACTOR	VAN MAYOR
		9,83%			9,00%		10,00%	
0	-309.673,76							
1	286.576,98	314.747,50	394.172,70	79.425,20	0,9174312	72.867,16	0,909090909	66.242,87
2	288.424,09	316.776,18	402.450,33	85.674,15	0,84168	72.110,22	0,826446281	59.595,22
3	288.562,54	316.928,24	403.263,28	86.335,04	0,7721835	66.666,49	0,751314801	50.087,52
4	288.363,60	316.709,74	404.077,87	87.368,13	0,7084252	61.893,79	0,683013455	42.274,29
5	288.482,56	316.840,40	404.894,11	88.053,71	0,6499314	57.228,87	0,620921323	35.534,63
		<u>1.582.002,06</u>				<u>330.766,53</u>		<u>253.734,53</u>
						<u>-309.673,76</u>		<u>-309.673,76</u>
						<u>21.092,77</u>		<u>-55.939,23</u>

Nota: En la construcción de la tabla anterior se muestra el análisis de sensibilidad con incremento en los costos, donde se obtendrán los totales del VAN menor y mayor con el fin de aplicar las fórmulas correspondientes en el análisis de sensibilidad.

A continuación, se procede a la aplicación de las fórmulas:

- **Determinación de la Nueva TIR:**

$$TIR = \frac{Tasa Menor + Diferencias de tasas * \frac{VAN Menor}{VAN Menor - VAN Mayor}}$$

$$TIR = 9,00 + 1 * \frac{21.092,77}{21.092,77 - -55.939,23}$$

$$TIR = 9,00 + 1 * \frac{21.092,77}{77.032,00}$$

$$TIR = 9,00 + 1 \quad 0,273818286$$

$$TIR = 9,00 + 0,27381829$$

$$TIR = 9,27 \quad \%$$

- **Diferencias de TIR:**

$$DT = TIR del proyecto - Nueva TIR$$

$$DT = 10,06 - 9,27$$

$$DT = 0,79$$

- **Porcentaje de Variación:**

$$\% de Variación = \frac{Diferencia de TIR}{TIR del proyecto}$$

$$\% de Variación = \frac{0,79}{10,06}$$

$$\% de Variación = 7,82$$

- **Sensibilidad:**

$$Sensibilidad = \frac{\% de Variación}{Nueva TIR}$$



$$Sensibilidad = \frac{7,82}{9,27}$$

$$Sensibilidad = 0,844$$

Interpretación: El valor obtenido es de 0,844 %, lo cual indica que es menor a 1 y el proyecto de inversión es aceptado financieramente y no es sensible a las futuras alteraciones que pueda existir en los costos, el porcentaje máximo que soporta el proyecto es del 9,83 %.

Tabla 102.

Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos

								
Nº AÑOS	INGRESO TOTAL	INGRESO TOTAL DISMINUIDO	COSTOS ORIGINAL	FLUJO DE EFECTIVO NETO	ACTUALIZACIÓN			VAN MAYOR
					FACTOR	VAN MENOR	FACTOR	
		7,40%			9,00%		10,00%	
0	-309.673,76							
1	394.172,70	365.003,92	286.576,98	78.426,94	0,9174312	71.951,32	0,909090909	65.410,29
2	402.450,33	372.669,01	288.424,09	84.244,92	0,84168	70.907,26	0,826446281	58.601,04
3	403.263,28	373.421,80	288.562,54	84.859,25	0,7721835	65.526,91	0,751314801	49.231,34
4	404.077,87	374.176,11	288.363,60	85.812,51	0,7084252	60.791,75	0,683013455	41.521,58
5	404.894,11	374.931,95	288.482,56	86.449,38	0,6499314	56.186,17	0,620921323	34.887,19
		<u>1.860.202,78</u>				<u>325.363,41</u>		<u>249.651,45</u>
						<u>-309.673,76</u>		<u>-309.673,76</u>
						<u>15.689,65</u>		<u>-60.022,31</u>

Nota: En la construcción de la tabla superior se muestra el análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos, donde se obtendrán los totales del VAN menor y mayor con el fin de aplicar las fórmulas correspondientes en el análisis de sensibilidad.

A continuación, se procede a la aplicación de las fórmulas:

- **Determinación de la Nueva TIR:**

$$\begin{aligned}
 TIR &= Tasa Menor + \frac{Diferencias}{de\ tasas} * \frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor} \\
 TIR &= 9,00 + 1 * \frac{15.689,65}{15.689,65 - -60.022,31} \\
 TIR &= 9,00 + 1 * \frac{15.689,65}{75.711,97} \\
 TIR &= 9,00 + 1 \quad 0,207228158 \\
 TIR &= 9,00 + 0,20722816 \\
 TIR &= 9,21 \%
 \end{aligned}$$

- **Diferencias de TIR:**

$$\begin{aligned}
 DT &= TIR\ del\ proyecto - Nueva\ TIR \\
 DT &= 10,06 - 9,21 \\
 DT &= 0,85
 \end{aligned}$$

- **Porcentaje de Variación:**

$$\begin{aligned}
 \% de\ Variación &= \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ del\ proyecto} \\
 \% de\ Variación &= \frac{0,85}{10,06} \\
 \% de\ Variación &= 8,49
 \end{aligned}$$

- **Sensibilidad:**

$$\begin{aligned}
 Sensibilidad &= \frac{\% de\ Variación}{Nueva\ TIR} \\
 Sensibilidad &= \frac{8,49}{9,21} \\
 Sensibilidad &= 0,922
 \end{aligned}$$

Interpretación: El valor obtenido es de 0,922 %, lo cual indica que es menor a 1 y el proyecto de inversión es aceptado financieramente y no es sensible a las futuras alteraciones que pueda haber en los ingresos, el porcentaje máximo que soporta el proyecto es del 7,40 %.

7. Discusión

Una vez planteada y analizada la idea de negocio referente a la implementación de una empresa dedicada a la comercialización de colchones dentro de la ciudad de Loja, se pudo constatar que para su desarrollo no existía la información necesaria en cuanto a la constitución de este tipo de empresa; así mismo, no se encontraron planificaciones, evaluaciones o estudios financieros que estén dedicados específicamente a la elaboración y ejecución de este tipo inversión, por lo que dificultaba la sustentación del proyecto, dando lugar a que se genere una pérdida o quiebra significativa de la entidad, alusiva a la idea del negocio; por ello, se procedió a la elaboración de un proyecto de factibilidad, en donde se detalle de manera cronológica los procedimientos necesarios para su realización; y a su vez, permita demostrar la existencia de una oferta insatisfecha del producto que se pretende comercializar dentro del mercado local.

En relación, a la situación descrita anteriormente, surge la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la ejecución del proyecto de factibilidad para la creación de la empresa “GOLDEN DREAM”, con ello, se analizó cada una de las variables esenciales que integra el plan de factibilidad, por lo cual, se logró obtener toda aquella información que respalde la implementación del negocio; dejando así, datos actualizados dentro del año de ejecución del proyecto; por tal motivo, se obtuvieron resultados alentadores, los mismo que están reflejados en cada componente del Estudio de Factibilidad realizado actualmente; partiendo así, con el estudio de mercado, en donde se identificó la demanda insatisfecha existente para el proyecto planteado durante el año base de trabajo (2021) siendo de 22.572 personas; en cuanto al punto de equilibrio, se conoció cuál es el nivel mínimo de ventas y de capacidad a utilizar dentro del proyecto para que no se presente pérdida ni ganancia, en este caso, se analizaron los años 1 al 5, obteniendo así, que para el año 1 la empresa deberá obtener \$ 118.262,31 en ventas, para mantenerse en un punto de cero pérdida o ganancia, mientras que en función a su capacidad deberá trabajar con el 30,00 % de la empresa para poder mantenerse en un punto de equilibrio, para el año 5 la empresa deberá mantener un ingreso por ventas de \$ 114.812,70 mismas que le permitirán cubrir los gastos generados; mientras que, en función a su capacidad, deberá utilizar el 28,36 % de la empresa para mantenerse en un punto muerto con respecto a los flujos de la entidad.

Mientras tanto, dentro de la Evaluación Financiera, al analizar el Valor Actual Neto (VAN), se obtuvo un valor positivo de \$ 11.292,80; la Tasa Interna de Retorno (TIR), se estableció en un

10,09 %, lo cual supera a la TMAR de 9,21 %; por su parte, en la Relación Beneficio-Costo una vez realizados los análisis se obtuvo una RBC de 1,39; lo cual indica que por cada dólar invertido se recuperaran 0,39 centavos de dólar; con respecto al Periodo de Recuperación del Capital se evidencio que el presente proyecto recuperará la inversión de \$ 309.673,76 en 4 años, 8 meses y 15 días, siendo un tiempo aceptable dentro de los parámetros del proyecto y las condiciones de quien invierte; finalmente, el análisis de sensibilidad del proyecto demostró que el mismo soporta un incremento de costos de hasta el 9,83 %, con una sensibilidad de 0,844 %; por otra parte, también es necesario conocer hasta cuanto podría tolerar el proyecto una disminución de los ingresos percibidos durante el ejercicio, a raíz de ello, se obtuvo que el proyecto soporta una disminución de ingresos de hasta el 7,40 %, con una sensibilidad de 0.922 %; basados en los dos últimos indicadores se determina que el proyecto no es sensible al ser menor a 1, y por lo cual es factible de poner en marcha.

8. Conclusiones

Una vez desarrollado el presente estudio de factibilidad para establecer un negocio dedicado a la comercialización de colchones en la ciudad de Loja, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Como parte del Estudio de Mercado se pudo determinar que, en base a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Loja, se obtuvo una demanda real del 71,80% y una demanda efectiva del 69,97 % datos que corresponden a las personas que van a adquirir los productos una vez sea implementada la Empresa.
- El Estudio Técnico permitió conocer los diferentes proveedores que surtirán de los productos a la empresa “GOLDEN DREAM”, de los cuales tenemos los siguientes; Chaide, Simmons y Paraíso; así mismo, se definió la capacidad utilizada en la comercialización de colchones de 3.828 artículos por año; por otro lado, mediante la elaboración de una matriz de microlocalización se pudo evaluar y elegir la mejor ubicación para la empresa, misma que será en el sector denominado Cuarto Centenario, se precisó que la búsqueda del local estará dado en las siguientes calles; Principal Ramón Pinto o Lauro Guerrero hasta sus transversales, es decir hasta las calles José Antonio Eguiguren o Vicente Rocafuerte, en cuanto a las especificaciones de la empresa, se han determinado las necesarias para la distribución de las respectivas áreas de trabajo, a fin de que las instalaciones cuenten con las condiciones óptimas y el personal adecuado.
- En el Estudio Financiero se determinó la inversión inicial, dando un costo total de \$ 309.673,76 necesaria para poner en marcha el proyecto, distribuida en la inversión fija con un costo de \$ 29.069,10, dentro de la inversión diferida se obtuvo un costo de \$ 2.320,00, y el capital de trabajo con un costo de \$ 278.284,66 así mismo, se determinó que el total de la inversión será cubierta con capital propio que representa el 35 %, el restante se cubrirá mediante un crédito bancario el cual representa el 65 %, crédito que será adquirido en la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP, a una tasa del 11,20 %; con la elaboración de los presupuestos de ingresos y egresos se definió el total del presupuesto de costos dando un valor de \$ 286.576,98; por su parte, la estimación de los ingresos por ventas arrojó un total de \$ 394.172,70 generando una utilidad de \$ 79.550,77 para el primer año de operaciones; así mismo, con estos valores se obtuvo el punto de equilibrio, clasificando los costos fijos y variables, obteniendo así que para el primer año la empresa tendrá una capacidad instalada

del 30 % y ventas de \$ 118.262,31, mismo que se traduce en el punto medio donde la empresa no obtendrá ganancia ni pérdida alguna, cabe señalar que la empresa “GOLDEN DREAM” además de la venta de colchones, ofertara 4 puestos de trabajo a la ciudadanía Loja como se lo abordó en el estudio técnico.

- Como consecuencia de lo expuesto en el Análisis Situacional, en la determinación de los factores internos (microentorno) y externos (macroentorno), se puntualizó las fortalezas, debilidades y oportunidades que tendrá la empresa en su nuevo camino, a consecuencia de ello, se elaboró una matriz FODA donde se establecieron las estrategias a seguir, con la finalidad de continuar con el estudio de la factibilidad, referente a la puesta en marcha de la empresa “GOLDEN DREAM”. Dentro del Estudio Organizacional, en el desarrollo del direccionamiento estratégico se definió la reseña historia, la misión, visión y valores corporativos de la empresa de acuerdo a las necesidades del proyecto, así mismo, la Estructura Organizacional estará conformada por las áreas o departamentos necesarios para su funcionamiento con las respectivas operaciones a realizar en cada cargo administrativo y comercial y, por último, su estructura legal, donde se abordó los permisos e impuestos necesarios que la empresa deberá de cancelar y tramitar para su correcta ejecución.
- Una vez realizada la Evaluación Financiera del Proyecto, el mismo que mediante la aplicación de formulaciones matemáticas ha permitido determinar que el Valor Actual Neto (VAN) tiene un resultado positivo de \$ 11.292,80; la Tasa Interna de Retorno (TIR) dio un porcentaje del 10,06 % el cual es mayor a la TMAR, la Relación Beneficio Costo dio un resultado afirmativo de \$ 1,39 por lo que se entiende que los ingresos del proyecto son mayores a los egresos del mismo, y por ende se puede deducir que por cada dólar invertido se obtiene una rentabilidad de 0,39 centavos de dólar; el Periodo de Recuperación del Capital (PRC) señala que la inversión se la recuperará en 4 años 8 meses y 15 días; y finalmente en el Análisis de Sensibilidad de determino que el proyecto soporta un aumento en los costos del 9.83 % y una disminución en los ingresos del 7,40 %.
- Por último, luego de haber realizado un análisis detallado de cada fase del proyecto y de sus estudios fue posible conocer su factibilidad, así como la rentabilidad que puede generar la implementación del proyecto de factibilidad para la creación de la empresa Distribuidora de Colchones “GOLDEN DREAM” en la ciudad de Loja, datos que se traducen en la creación y puesta en marcha de la empresa.

9. Recomendaciones

De acuerdo a la información descrita en las conclusiones se estima conveniente considerar las siguientes recomendaciones:

- Con la información obtenida de la investigación de mercado debe ser utilizada para la aplicación de estrategias de marketing, diversificación de inventarios, marcas y tipos de colchones que más demanda tienen para satisfacer las necesidades locales ahora disponibles.
- Se recomienda que se lleve a cabo posteriormente varios estudios de oferta y demanda para descubrir nuevos productos potenciales en el mercado local.
- Es importante que se adquieran los activos establecidos en el estudio financiero y se utilicen los recursos de inversión inicial para los fines identificados, ya que esto permitirá que las actividades del proyecto se desarrollen con normalidad.
- Para mantener la viabilidad del proyecto se debe implementar una fuerte campaña de publicidad para promover ampliamente a la empresa y sus productos de manera que se puedan obtener las ventas necesarias para las utilidades de la empresa.
- La estructura física de la empresa “GOLDEN DREAM” es crucial como carta de presentación hacia las personas de la comunidad lojana, por tal motivo se recomienda que todas las áreas y departamentos que son parte de la entidad cuenten con las debidas normas de higiene, ordenamiento, archivo y demás que se requiera, y sobre todo que cuente con los más altos estándares de salubridad, cuidado y mantenimiento de los productos con el fin de no ofrecer artículos en mal estado y, en general prestar un servicio de calidad con un excelente personal capacitado.
- Finalmente, destaco esta propuesta para que sirva de referencia a estudiantes e interesados; con el fin, de dar a conocer y asegurar a los inversionistas sobre las ventajas de implementar un proyecto en base a las condiciones del mercado, las ventajas de inversión y las utilidades que trae este tipo de proyecto, lo cual se ve reflejado en el proceso de implementación del proyecto de esta investigación.

10. Bibliografía

- Acibeiro, M. (2022, febrero 4). *Qué son las 4 P del marketing mix y para qué sirven - Blog*. Go Daddy España. <https://es.godaddy.com/blog/las-4-p-del-marketing-que-son-y-para-que-sirven/>
- Actualícese. (2020, enero 29). *Características de los estados financieros*. <https://actualicese.com/5-caracteristicas-de-los-estados-financieros-que-no-debes-pasar-por-alto/>
- Aiteco Consultores. (2019, noviembre 4). *Manual de Funciones de Puestos de Trabajo*. Aiteco Consultores. <https://www.aiteco.com/manual-de-funciones/>
- Albuquerque, F. (2018). *Conceptos básicos de economía*. Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Alexis, C. (2014). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa destinada a la personalización de álbumes fotográficos digitales desarrollados a través de una plataforma tecnológica de internet*. 95. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/2198>
- Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 1–15.
- Azua, A. D., & Cuenca, C. V. (2022). Los estados financieros proyectados para conocer las demandas de liquidez para subcontratar trabajo en la compañía de transporte TRANSPEGUAR S.A. *REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL*, 90. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4850/1/T-ULVR-3899.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2022, marzo 1). *Riesgo País*. <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>
- Bastidas, J. M., & Sandoval, C. F. (2017). “El marketing relacional para mejorar la fidelización de los clientes en las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 5 del cantón Latacunga [Universidad Técnica de Cotopaxi]. En *Repositorio de la Universidad Técnica de Cotopaxi*.

<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3774/1/T-UTC-0222.pdf>

Cardel, M., & Sánchez, C. (s/f). *LOS CONCEPTOS DE: MISIÓN, VISIÓN Y PROPOSITO ESTRATEGICO*.

Carrillo, D., Vega, V., & Navas, S. (2019). *Libro Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión* (Primera, Número July). Editorial Jurídica del Ecuador. https://www.researchgate.net/profile/Vladimir-Vega/publication/343106204_Libro_Formulacion_y_Evaluacion_de_Proyectos_de_Inversion/links/5f16f9e5a6fdcc9626a4451c/Libro-Formulacion-y-Evaluacion-de-Proyectos-de-Inversion.pdf

Código Orgánico de la Producción, C. e I. (2019). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Asamblea Nacional. <https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/CODIGO-ORGANICO-DE-LA-PRODUCCION-COMERCIO-E-INVERSIONES.pdf>

Córdoba, M. (2011). *Formulación, evaluación y proyectos* (p. 358 p.). http://kupdf.net/download/libro-formulacion-y-evaluacion-de-proyectos-marcial-padilla-pdf_58d5f9cfdcc0d608405c3464e_pdf

Cortés Ynzunza, C. B., & Izar Landeta, J. M. (2020). Entrepreneurial intention among young university students. A case study in Queretaro, Mexico. *Economía Coyuntural*, 5, 161–202. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222020000400008&lang=pt

Corvo, H. S. (2020, octubre 10). *Empresas comerciales: características, tipos, ejemplos*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/empresa-comercial/>

Delgado, D. A. (2016). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de camisetas (tipo polo), ubicada en la parroquia de calderón barrio terrazas de bellavista*. 31–48. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10593/1/T-UCE-0003-AE049-2016.PDF>

Diccionario de la Lengua Española. (2021). Empresa. En *Diccionario de la lengua española* (Tricentena). Diccionario de la Lengua Española. <https://dle.rae.es/empresa>

Diccionario panhispánico del español jurídico - RAE. (2022). *Producto interior bruto (PIB)* .

Diccionario panhispánico del español jurídico - RAE. <https://dpej.rae.es/lema/producto-interior-bruto-pib>

Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. (s/f). *Decisión de emprender*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Recuperado el 10 de agosto de 2022, de <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/Paginas/DecisionEmprender.aspx>

Discapnet. (2019). *La idea de negocio. Plan de empresa*. Discapnet. <https://www.discalpnet.es/empleo/emprendedores/la-idea-de-negocio-plan-de-empresa>

Domeka, L. (2020, julio 9). *¿Qué es un logotipo y para qué sirve realmente el logo?* Ideando Azul - Diseño web estratégico y branding para negocios digitales. <https://ideandoazul.com/branding/logotipo-definicion/>

Equipo de ThePowerMBA. (2022, julio 21). *5 fuerzas de Porter: definición y ejemplos* / ThePowerMBA. The Power MBA business School. <https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-fuerzas-de-porter#:~:text=Como hemos indicado%2C las cinco,sustitutivos y rivalidad entre competidores.>

Espejo, L. B. (2007). *Contabilidad General* (Primera). EDILOJA Cía. Ltda.

Espejo, L., & López, G. (2018). *Contabilidad General: Enfoque con normas internacionales de información financiera (NIIF)* (Primera). EDILOJA Cía. Ltda.

Flores, A. (2020). *Proyecto de factibilidad para la creación de un bar-discoteca multiambiente, en la ciudad de Loja*.

Flórez, J. A. (2017). *Proyectos de inversión para las pymes*. En *ECOEdiciones* (Cuarta, Vol. 4). Ecoe Ediciones. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/09/Proyectos-de-inversión-para-PyME-4ta-Edición.pdf>

Fundación Seres. (s/f). *¿Qué es el emprendimiento?* Fundación sociedad y empresa responsable. Recuperado el 10 de agosto de 2022, de <https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/BuenasPracticas.aspx?IDE=24>

García, B. (2020, noviembre 5). *¿Estudio Organizacional u Organización del Estudio?* UNTREF. <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/estudio-organizacional-u-organización->

del-estudio

Índice de Precios al Consumidor. (2021). *Índice de Precios al Consumidor* . Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor/>

Jenny, G., Jorge, J., & Marianela, P. (2017). *Aplicación Básica de la Contabilidad Comercial* (Primera). Imprenta Megagraf.

Juárez, F. (2018). *Principios de Marketing* (Primera). Editorial Universidad del Rosario. <https://doi.org/doi.org/10.12804/ta9789587841183>

Lira, P. (2021). *Evaluación de proyectos de inversión: Guía teórica y práctica* (Primera, Vol. 15, Número 2). Editorial UPC. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19083/978-612-318-310-3>

Llerena, K. A. (2019). Evaluación financiera y su impacto en la toma de decisiones en el sector de la construcción del cantón Ambato [Universidad Técnica de Ambato]. En *Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato*. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30050/1/T4603i.pdf>

López, V. (2020, agosto 21). *Los componentes (o elementos) de la empresa*. ECOFINADOS. <https://www.econfinados.com/post/los-componentes-o-elementos-de-la-empresa>

Lucila, F., Pozos, D., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial Analysis and relevance in business development. *Scielo*. <https://doi.org/10.14482/pege.40.8810>

Macas, K. S. (2020). “*Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de vasos de vidrio a base de material reciclado en la ciudad de Loja.*” Universidad Nacional de Loja.

Martínez Cañon, J. (s/f). *La importancia del emprendimiento para la empresa Barcelona Activa Barcelona. España.* 16. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2989/Martinezjuan2015.pdf?sequence=1>

Martínez, J. A. (2018, noviembre 29). *Los elementos de la empresa* . ECONOSUBLIME. <http://www.econosublime.com/2018/11/elementos-componentes-empresa.html>

- Meza, J. (2017). Evaluación financiera de proyectos. En *ECOEdiciones* (Cuarta). Ecoe Ediciones.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/vallemexicosp/reader.action?docID=3213506>
- Moreno, J. (2022, abril 20). *Quiénes somos: 15 descripciones inspiradoras de empresas*. Hub Spot.
<https://blog.hubspot.es/website/descripcion-de-una-empresa-ejemplos#:~:text=¿Qué es la descripción de,los valores de tu empresa.>
- Murcia, J., Díaz, F., Medellín, D., Santana, L., Oñate, G., Rodríguez, S., Rojas, R., & Rodríguez, G. (2019). *Proyectos. Formulación y criterios de evaluación* (Segunda). Alfaomega.
- Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de América Latina y el Caribe. (2021). *Se aprobó el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 de Ecuador | Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de América Latina y el Caribe*. Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de América Latina y el Caribe.
<https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/news/se-aprobo-el-plan-de-creacion-de-oportunidades-2021-2025-de-ecuador>
- Palacios Acero, L. C. (2016). Dirección Estratégica. En *Dirección estratégica* (Vol. 3).
- Pérez, Ana. (2022a, agosto 2). *Tipos de proyectos y sus principales características*. OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/tipos-de-proyectos-y-sus-principales-caracteristica>
- Pérez, Ana. (2022b, agosto 3). *Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo | OBS Business School*. OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Pérez, Anna. (2021, marzo 8). *Los costes variables, elemento clave para la viabilidad del proyecto | OBS Business School*. Blog de OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/los-costes-variables-elemento-clave-para-la-viabilidad-del-proyecto>
- Posgrados Empresariales. (2019, junio 19). *La importancia de un estudio técnico en los proyectos de inversión*. Universidad Panamericana. <https://blog.up.edu.mx/la-importancia-de-un-estudio-tecnico-en-los-proyectos-de-inversion>

- Profima Star. (2018). *Evaluación Financiera de Proyectos*. <https://www.profima.co/blog/finanzas-corporativas/39-evaluacion-financiera-de-proyectos>
- Qué es la factibilidad y por qué es importante para evaluar un proyecto. (2019, octubre 16). *Qué es la factibilidad y por qué es importante para evaluar un proyecto*. Sistema Impulsa, blog de ventas y actualización. <https://www.sistemaimpulsa.com/blog/que-es-la-factibilidad-y-porque-es-importante-para-evaluar-un-proyecto/>
- Ramos, H. W. (2018). La importancia de Manual de Funciones y Procedimientos en la estructura de las empresas. *Estadística I*, 5(48), 01–95. <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/24281/PT-259.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rengifo Zuasnahabar, J. (2018). Proyecto De Inversión Y Financiamiento. *UNAP*, 51. <http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/UNAP/5991>
- Rivera Flores, I. (2017). *PRINCIPIOS DE MACROECONOMÍA*. <https://files.pucp.education/departamento/economia/ide-2017-04.pdf>
- Rivera, I. (2017). *PRINCIPIOS DE MACROECONOMÍA* (Primera). Alianza Editorial. <https://files.pucp.education/departamento/economia/ide-2017-04.pdf>
- Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: Una propuesta metodológica* (Primera). IMCP.
- Rodríguez, F. C., Manotas, P. C., & Escovar, L. A. (2019). *Estructura Matemática para la Evaluación de Proyectos* (Cuarta). Editorial CESA.
- Sánchez, T., & León, Lady. (2018). *La política económica en la gestión empresarial* (Primera). UTMACH. [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14307/1/Cap.2-Factores políticos y económicos que influyen en el desarrollo.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14307/1/Cap.2-Factores%20pol%C3%ADticos%20y%20econ%C3%B3micos%20que%20influyen%20en%20el%20desarrollo.pdf)
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag Puelma, J. M. (2021). *Preparación y Evaluación De Proyectos* (Sexta). MCGRAW HILL EDUCATION. [http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1243/1/Sapag-proyectos 6ta edición.pdf](http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1243/1/Sapag-proyectos%206ta%20edici%C3%B3n.pdf)
- Servicio de Rentas Internas. (s/f). *Registro Único de Contribuyentes (RUC)* . Servicio de Rentas

- Internas. Recuperado el 10 de agosto de 2022, de <https://www.sri.gob.ec/RUC>
- Silva, D. da. (2021, abril 26). *Crea tu filosofía empresarial en 5 pasos (GUÍA PRÁCTICA)*. Blog de Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/filosofia-empresarial/>
- Software DELSOL. (2020). *Competencia ¿Qué es?, ¿Qué tipos existen?* SDELSOL. <https://www.sdelsol.com/glosario/competencia/>
- Software DELSOL. (2021, diciembre 14). *Tipos de mercado*. <https://www.sdelsol.com/glosario/tipos-de-mercado/>
- SRI. (2022). *Guía Para el Contribuyente: Inscripción del RUC en Línea*. [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/GUIA RUC EN LINEA.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/GUIA%20RUC%20EN%20LINEA.pdf)
- Superintendencia de Compañías, V. y S. (2021). *www.supercias.gob.ec*. <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/index.htm>
- Trenza, A. (2020, febrero 27). *Misión, Visión Y Valores De Una Empresa*. El Blog de Ana Trenza. <https://anatrenza.com/mision-vision-y-valores-de-una-empresa-definicion-y-ejemplos/#11-definicion-de-mision-de-una-empresa>
- Trenza, A. (2022, mayo 26). *Análisis PESTEL: Qué es y para que sirve*. Ana Trenza: Mis finanzas. <https://anatrenza.com/analisis-pestel/#131-politico>
- Vallejos Saldarriaga, J., Rosales-Llontop, R., & Miranda-Jara, M. (2020). Emprendimiento y actitud hacia el cambio en mujeres lideresas de Lima. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 16(2), 216–234. <https://doi.org/10.18004/riics.2020.diciembre.216>
- Vigo, V., Virgil, S., Sánchez, M., & Medianero, D. (2018). *Manual de Diseño de Proyectos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.losandes.org.pe/libros/LIBRO-DISENO-DE-PROYECTOS-ALAC.pdf>
- Viñán, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdova, J. (2018). *Proyectos de inversión: Un enfoque práctico* (Primera). Aval ESPOCH.
- Vizcaíno, A., & Sepúlveda, I. (2018). *Servicio al cliente e integración del marketing mix de servicios* (Primera Ed). https://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/servicio_al_cliente

te_e_integracion_del_marketing_mix_de_servicios.pdf

Wolters Kluwer. (s/f). *Capacidad de producción*. Guías Jurídicas . Recuperado el 10 de agosto de 2022, de https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMjU0NztlLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAJzJqdTUAAAA=WKE

Zapata, P. (2017). *CONTABILIDAD GENERAL Con base en Normas Internacionales de Información Financiera* (Octava). Alfaomega.

Video

Francisco Terán [El Inge Francisco]. (2021, 16 julio). *Como calcular en excel el PRECIO DE VENTA incluido tu MARGEN DE UTILIDAD ya sea FIJO o VARIABLE* [Vídeo]. YouTube. Recuperado 18 de septiembre de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=i36MPqZ8Vpw&t=430s>

11.Anexos

Anexo 1.

Proyecto de Integración Curricular

a. TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM”, EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. PROBLEMÁTICA

Problematización

El autor (Amorós, 2011) en la revista Academia, considera a América Latina y el Caribe como la región con gran potencial económico, obteniendo este reconocimiento mediante esfuerzos en el ámbito de la democracia, los derechos de propiedad y la estabilidad macroeconómica, la región también posee dos de las economías más grandes del mundo: Brasil y México. Ahora en términos comparativos, algunas regiones han experimentado una notable transformación, tanto en términos de crecimiento económico y de desarrollo institucional gracias a incentivos en actividades empresariales y autoempleo, es por ello que América Latina en su conjunto, ha demostrado niveles mucho más bajos de crecimiento y desarrollo económico. Algunas de las causas de este desempeño relativamente pobre son debido a que la región sigue presentando áreas de oportunidad en los mismos aspectos tales como la educación, la creación de conocimiento y algunas reformas económicas, lo que provoca menores resultados económicos y competitivos en comparación con otros mercados emergentes.

En consecuencia, América Latina ha revelado más dificultades para el desarrollo de actividades relacionadas con la innovación, el emprendimiento y la creación de nuevas empresas, desaprovechando así las ventajas ofrecidas por parte de los sectores donde el crecimiento económico tendría un papel muy importante para el desarrollo financiero personal como también para el crecimiento económico del país en cuestión, debido a ello, se puede interpretar que en la actualidad la globalización ha sido la principal causante de significativos desarrollos en la economía, sea esta mundial, internacional y nacional.

Haciendo mención a lo antes dicho, a nivel nacional en los últimos años el sector empresarial ha tenido una significativa expansión dentro del territorio ecuatoriano, brotando así la creación de empresas dedicadas a la transformación de materias primas, empresas focalizadas a la compra y venta de determinados bienes e incluso las que se dedican a las prestación de distintos servicios, es por ello que es inexorable distinguir la importancia que tienen estas empresas dentro de la sociedad y de la cultura tributaria del país, ya que ofertan diversas fuentes de empleo y contribuyen con el pago de los distintos impuestos a los que están regidas por ley.

Teniendo como referencia la argumentación anteriormente dicha sobre el desarrollo empresarial en el país, una de las ciudades que ha sido testigo de un notable crecimiento económico, debido a la creación de innumerables empresas de distintas índoles es la ciudad de Loja, sin embargo, en la actualidad es pequeño el índice de empresas que tienen por actividad principal la comercialización de una gama variada de colchones, teniendo en cuenta que los tiempos de hoy son tiempos de compradores, de consumo, de necesidades subjetivas que el consumidor tiende a satisfacer, son tiempos donde el cliente no cuenta con un solo perfil, sino varios, y donde cada perfil puede establecer las condiciones distintas de cada producto o de la variedad del mismo producto, gracias a ello se hace cada vez más exigente el hecho de que se generen empresas que puedan satisfacer aquellas necesidades múltiples que poseen los clientes del mercado actual, a partir de esto surge la motivación del inversor en emprender en este tipo de negocio.

Ahora centrando el foco en las empresas de tipo comercial, esta clasificación tiene como principal objetivo económico la generación de ingresos, así mismo son constituidas con el fin de satisfacer las necesidades dentro de un sector en específico o por la entera razón del surgimiento económico personal. Esta responsabilidad lucrativa, lógicamente se la establece como la actividad principal dentro de la prioridad del inversor, por tal motivo en el presente proyecto de investigación se presentara la importancia de realizar un estudio de factibilidad para creación de una empresa, siendo esta la mejor alternativa para determinar la viabilidad en la realización del proyecto de inversión, además se dice que el proceso de creación de una empresa se logra eficazmente con el trabajo de los individuos que la inician y la desarrollan, y con base en la planificación u organización que se ejerza en la misma.

La problemática, en resumen, se origina dado que en la actualidad la mayoría de las empresas en la ciudad de Loja se han dedicado a un solo segmento empresarial dejando en segundo

plano a un mercado latente que tiene necesidades en la adquisición de colchones debido a ciertos factores de los cuales podemos mencionar los siguientes:

- Ciclo de vida del colchón
- Comodidad y Firmeza
- Calidad y precio
- Beneficios para la salud
- Marca

Colchones innovadores (antialérgicos, anti ácaros, etc.) Es por ello que se requiere entonces del establecimiento de una empresa distribuidora y comercializadora de una amplia diversidad de colchones que satisfaga los deseos y necesidades de los habitantes o de la sociedad en general, ofreciendo variedad y enfocando sus esfuerzos al cumplimiento de las necesidades del consumidor.

Delimitación General del Problema

El estudio de factibilidad para la creación de la empresa “DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM”, se planteará en la ciudad de Loja durante el periodo 2021.

Formulación del Problema

¿Es factible la creación de una empresa dedicada a la venta de colchones en la ciudad de Loja?

Sistematización del Problema

A través de esta propuesta referente a la creación de esta empresa se desea apoyar al desarrollo económico de la ciudad de Loja. Dentro de los puntos claves que se debe tomar en cuenta para lograr la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de la empresa ante la solución de la problemática tenemos las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál ha sido el comportamiento de la ciudadanía lojana frente a la creación de nuevos emprendimientos?
- ¿Existirá la necesidad en la ciudad de Loja la comercialización de una gama amplia de colchones?
- ¿Cómo optimizar los recursos económicos del negocio?

- ¿Será factible la creación de una empresa distribuidora de colchones desde el punto de vista técnico y financiero?
- ¿Por medio de la realización de un estudio técnico financiero y organizacional, se puede identificar el tamaño, la distribución y la estructura organizacional de una empresa comercializadora de colchones?
- ¿Es posible mejorar la cultura financiera de la Ciudad?

c. OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar la factibilidad del proyecto para la creación de la empresa “distribuidora de colchones GOLDEN DREAM”, en la ciudad de Loja.




Objetivos Específicos

- Obtener información del mercado, que nos ayude a determinar la factibilidad comercial para la creación de la empresa.
- Determinar si la factibilidad del proyecto contribuye al crecimiento económico de la ciudad de Loja y así mismo a la generación de fuentes de empleo.
- Establecer estrategias para determinar la factibilidad.
- Evaluar la rentabilidad financiera del negocio de la comercialización de colchones.
- Analizar el entorno y sector donde la empresa tenga mayor incidencia de clientela.


Anexo 2.


Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto


Equipos de Computación


<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Imagen</i>
1	Portátil Hp	
3	Computador Intel Core I3 10ma Gen. 3.6ghz Ram 8gb Disco 1tb Monitor Led Cámara Web / Wifi E5	
1	Impresora	


Muebles y Enseres

<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Imagen</i>
4	Escritorios	


4	Silla giratoria para el personal	
---	----------------------------------	---

1	Sillas tapizadas, goma espuma (4 u)	
---	-------------------------------------	---






4	Archivador móvil metálico	
---	---------------------------	---

2	Sala de espera (4 sillas)	
---	---------------------------	---


Vehículo








<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Imagen</i>
1	Camión Chevrolet NRL de 2,8 toneladas	

Otros Materiales

<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Imagen</i>
1	Pizarra	
2	Rotuladores para pizarra (8u)	
3	Notas adhesivas	
3	Portalápices	
1	Borrador de Pizarra	
2	Cinta adhesiva de embalaje transparente	

Otros Enseres

<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Imagen</i>
2	Detector de Humo con Alarma	

1	Sensor de movimiento con alarma Steren ALA-034	
2	Extensión eléctrica 3m	
1	Dispensador de agua	
1	Dispensador de gel antibacterial de pie	
2	Teléfono con Identificador Panasonic KXT7703XB	
Suministros de Oficina		
<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Imagen</i>
2	Resma de Papel Bon (paquete de 500 u)	
5	Facturas Tamaño A5 de 100	

1 Lápices Mongol (caja de 12 u)



3 Esferos BIC color azul, negro y rojo (caja de 24 u)



2 Libreta



1 Engrampadora



2 Cinta Adhesiva (1 pack)



2 Clips Artesco (caja de 50 u)



1 Carpetas de cartón (pack 100 u)



1 Sello de madera



1 Almohadillas de tinta LANCER



1 Tinta para Sellos LANCER



3 Archivadores



2 Sacagrapas



1 Apoyamano acrílico



2 Calculadora Mx-12b-bx Casio 12 Dígitos



1 Calculadora Casio Fx-82la Plus Y Fx-350la Plus



2 Papelera



2

Tijera Punta Roma



1

Flash Memory 32 Gb



Suministros de Aseo o Limpieza

Cantidad

Descripción

Imagen

3

Escoba plástica con tubo plastificado Mayik



3

Franelas



2

Trapeador C/Mango De Acero Mayik Surtido



2

Guantes Master Especializado T L



1 Recogedor de Basura



2 Funda de basura (20 u)



4 Tacho de Basura



2 Ambiental pastilla para Baño cereza Tips 90 g



2 Ambiental Glade spray 275 ml



2 Detergente en polvo 1 kg



2

Desinfectante Fabuloso



2

Alcohol WEIR Galón



1

Cepillo para Sanitario la Brujita con Base más
Pinzas



3

Papel Higiénico (15u)





Anexo 3.

Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
INVESTIGACIÓN DE GRADO

La investigación tiene fines académicos, por lo que se solicita de manera comedida su colaboración; y, me permito indicarle que la encuesta es totalmente confidencial cuyos resultados se darán a conocer en forma tabulada y serán expuestos en el trabajo de investigación. Es fundamental que sus respuestas sean basadas en la verdad.

INFORMACIÓN GENERAL:

Instrucciones: Marque con una equis (X) la alternativa que crea correspondiente.

1. Género

- a) Femenino
- b) Masculino

2. Señale el rango de edad en el que se encuentra

- a) De 20 a 30 años ()
- b) De 31 a 40 años ()
- c) De 41 a 50 años ()
- d) De 51 a 60 años ()
- e) De 61 a 70 años ()
- f) De 71 a 80 años ()
- g) Más de 80 años ()

3. ¿De qué manera se le facilitaría comprar o adquirir un producto?

- a) Tienda Física ()
- b) En Línea (Tienda Virtual) ()
- c) Redes Sociales ()

4. ¿Le gustaría que exista un negocio enfocado en la distribución de colchones de diferentes marcas en la ciudad de Loja?



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

- a) No ()
- b) Si ()

5. ¿Cuál es la forma de pago en la que usted prefiere cancelar un producto?

- a) Efectivo ()
- b) Transferencia electrónica ()
- c) Pago con tarjeta de crédito ()
- d) Pago con tarjeta de débito ()

6. ¿Tiene alguna preferencia por una marca específica de Colchón?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) Le es indiferente ()

7. ¿Del siguiente listado, al momento de adquirir un colchón, indique cual es la marca que preferiría comprar?

- a) Chaide ()
- b) Restonic ()
- c) Paraíso ()
- d) Simmons ()

8. ¿Al momento de elegir un determinado colchón, que especificaciones cree que son las más viables para adquirirlo?

- a) Precio-Calidad ()
- b) Firmeza ()
- c) Flácido ()
- d) Homogéneo ()
- e) Adaptable al cuerpo ()
- f) Otros ()

9. ¿Cuál es el nivel de confort que debe tener un colchón?

- a) Suave ()
- b) Intermedio ()
- c) Firme ()
- d) Otros ()



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

**FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

10. ¿Bajo su criterio personal que medida de colchón cree que es la más conveniente adquirir?

- a) 1 plaza: 80 cm x 190 cm ()
- b) 1 $\frac{1}{4}$ plazas: 90 cm x 190 cm ()
- c) 1 $\frac{1}{2}$ plazas: 105 cm x 190 cm ()
- d) 2 plazas: 135 cm x 190 cm ()
- e) 2 $\frac{1}{2}$ Plazas: 160 cm x 200 cm ()
- f) 3 plazas: 200 cm x 200 cm ()

11. ¿Cada que tiempo cree usted que es prudente renovar un colchón?

- a) 4 – 6 Años ()
- b) 7 – 9 Años ()
- c) 10 – 12 Años ()
- d) Más de 12 Años ()

12. ¿De qué tipo de locales o establecimientos adquiere generalmente un colchón?

- a) Importadores ()
- b) Locales especializados ()
- c) Mueblerías ()

13. ¿Si se implementara un negocio enfocado en la distribución de colchones en la ciudad de Loja, con una atención a sus clientes de calidad y eficiencia, estaría dispuesto a ser uso del mismo y comprar el producto?

- a) Si ()
- b) No ()

Gracias por su colaboración

Anexo 4.

Certificación de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular



Universidad
Nacional
de Loja

SECRETARIA GENERAL
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CERTIFICACION DE APROBACION DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR O DE TITULACIÓN

Conforme lo establecido en el Art. 231 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja vigente, que textualmente en su parte pertinente dice: "Aprobación de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación. La Unidad de Integración Curricular o de Titulación, está conformada por la asignatura denominada trabajo o unidad de integración curricular. A la culminación de las labores académicas de la asignatura denominada Trabajo o Unidad de Integración Curricular o de Titulación, el director del trabajo de integración curricular o de titulación, emitirá el certificado individual de culminación, con el cual el docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación calificará la aprobación del trabajo de integración curricular o de titulación el que, junto con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determinará la acreditación o no de la Unidad. En el certificado dejará sentada la razón de las posibles variaciones o modificaciones menores que se han realizado por ser indispensables para asegurar el buen desarrollo de la investigación...". En mi calidad de directora del trabajo de integración curricular CERTIFICO:

Que, el Sr. estudiante **José Luis Gualán Paladines** con C.C. N° 1105817348, ha culminado a satisfacción el trabajo de titulación denominado "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA "DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM", EN LA CIUDAD DE LOJA**". Por lo manifestado dejo sentada razón de que dicho trabajo ha sido revisado y que el estudiante ha realizado los cambios sugeridos en su debido tiempo, por lo que me permito certificar que el presente Trabajo de Titulación está desarrollado

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el señor/a docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación; proceda a la calificación y aprobación del mismo; y, conjuntamente con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determine la acreditación o no de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación, del mencionado estudiante.

Loja, 24 de marzo de 2022



Firmado electrónicamente por:
IGNACIA DE JESUS
LUZURIAGA GRANDA

F) _____

Dra. Ignacia Luzuriaga Granda MAE.
DIRECTORA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR O DE TITULACIÓN

C.C. José Luis Gualán Paladines
Expediente De Estudiante
Archivo

Anexo 5.

Certificación de Traducción de Abstract


Loja, 19 de Septiembre de 2022

El que suscribe,

Certifica. –

Que el resumen de Tesis titulada "*PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA "DISTRIBUIDORA DE COLCHONES GOLDEN DREAM", En La Ciudad De Loja*", realizado por el Sr. José Luis Gualán Paladines, con cédula de identidad N.º 1105817348, egresado de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Nacional de Loja, ha sido debidamente revisado y traducido por el Sr. Kevin Alexander Gualán Gonzáles portador del Certificado de Inglés, nivel B2 emitido por el Fine – Tuned English Language Instituted

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad, pudiendo el interesado hacer uso del presente certificado en lo que estime conveniente.


.....
Kevin Alexander Gualán Gonzáles
C.I: 1150871513
FINE – TUNED ENGLISH LANGUAGE CIA LTDA.