



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Unidad de Educación a Distancia y en Línea

Carrera de Administración de Empresas

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos en Quito sector Turubamba Bajo”

**Trabajo de Integración Curricular,
previo a la obtención del título de
Licenciado en Administración de
Empresas.**

AUTOR:

Miguel Angel Rodriguez Coronel

DIRECTOR:

Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2024



Certificación



CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **SALCEDO LOPEZ GALO EDUARDO**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA REMODELACIÓN DE INTERIORES DE INMUEBLES EN QUITO, SECTOR TURUBAMBA BAJ**, perteneciente al estudiante **MIGUEL ANGEL RODRIGUEZ CORONEL**, con cédula de identidad N° **1750424218**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 12 de Agosto de 2024

F) 
GALO EDUARDO SALCEDO LOPEZ
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-002343



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Autoría

Yo, **Miguel Angel Rodriguez Coronel**, declaro ser autor del presente 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 del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular o de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

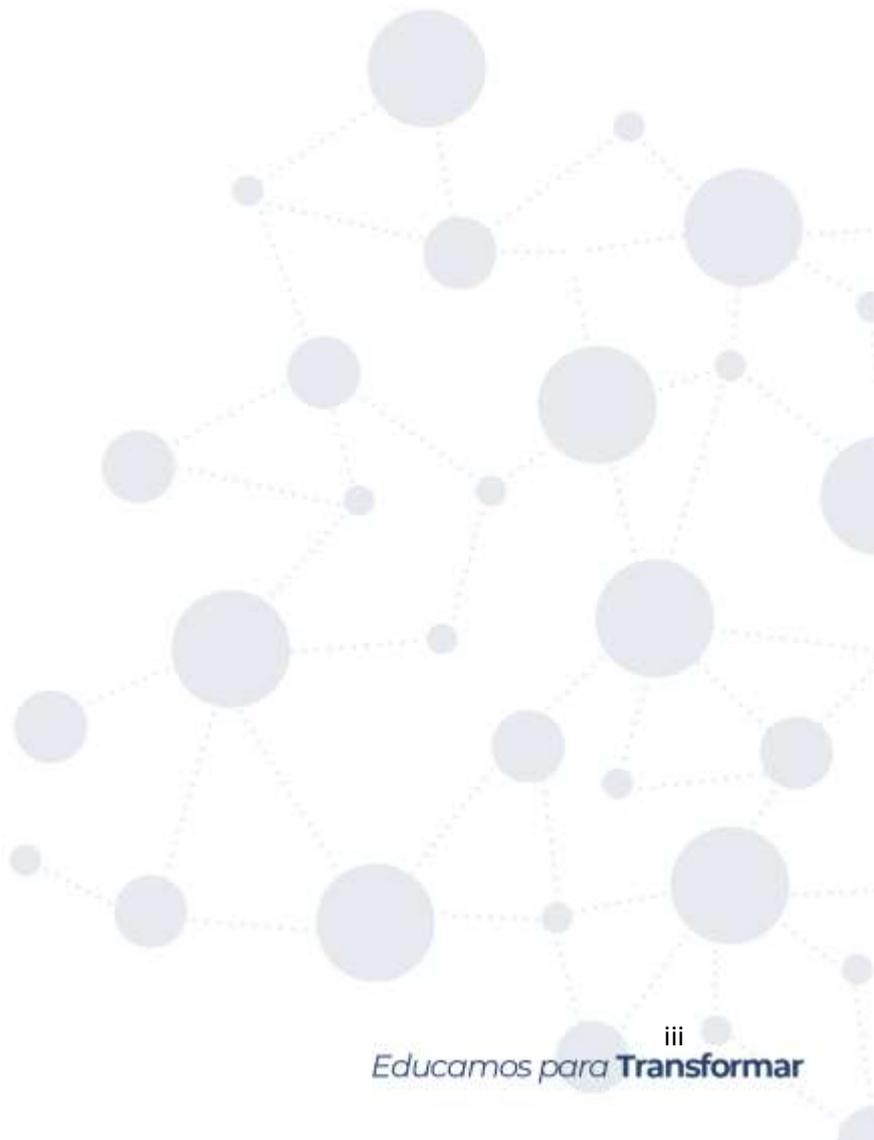
Firma:

Cédula de identidad:1750424218

Fecha: 9 de noviembre del 2024.

Correo electrónico: miguel.a.rodriguez@unl.edu.ec

Teléfono: 0987332972





UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Carta de autorización por parte del autor/a, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Miguel Angel Rodriguez Coronel**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos en Quito sector Turubamba Bajo**, como requisito para optar por el título de **Licenciada/o en Administración de Empresas**, 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 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, suscribo, en la ciudad de Loja, a los nueve días del mes de noviembre de dos mil veinticuatro.

Firma:

Autor: Miguel Angel Rodriguez Coronel

Cédula de identidad: 1750424218

Dirección: Quito

Correo electrónico: miguel.a.rodriquez@gmail.com

Teléfono: 0987332972

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Nombre del Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Dedicatoria

Dedico este trabajo con profunda gratitud a Dios, cuya guía a lo largo de mi corta vida me ha permitido llegar a este punto, formando mi carácter y la persona quien soy actualmente. Sin su intervención, ninguno de mis logros hubieran sido posible. A lo largo de este proceso académico, el cual empezó hace ya cuatro años, ha sido la mejor compañía y guía en cada proceso de mi formación profesional.

A mis padres Angel Rodriguez y Martha Coronel, quienes han sido un pilar fundamental en todo este proceso, por su amor incondicional, apoyo y sus palabras de aliento que me motivaron en momentos difíciles. También quiero mencionar a mis hermanos, Jose Rodriguez, Belen Rodriguez y Samantha Rodriguez quienes estuvieron a mi lado en este camino.

Finalmente, mi reconocimiento y gratitud a todas las personas que me han brindado apoyo, paciencia y cariño en los momentos buenos y malos, permitiéndome alcanzar mis objetivos.

Miguel Angel Rodriguez Coronel





UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Agradecimiento

Al Ing. Galo Salcedo, por su constante apoyo y preocupación aplicando su profesionalismo como director de este trabajo de integración curricular. Sus valiosos consejos, paciencia y orientación académica han sido las bases fundamentales para redacción y culminación de este proyecto, considerándolo un gran docente que ha estado presente en toda la Carrera de Administración de Empresas.

A la Universidad Nacional de Loja por abrirme las puertas y brindarme la oportunidad de avanzar en mi carrera profesional. Agradezco especialmente a la Unidad de Educación a Distancia y en Línea por su admirable gestión y constante apoyo a la carrera de Administración de Empresas con el trabajo conjunto de su cuerpo docente. Su fe en mis habilidades y su disposición para ayudarme han sido fundamentales para la finalización de este trabajo de integración curricular. Sus conocimientos y consejos me han preparado para enfrentar los desafíos futuros.

Finalmente, quiero expresar mi gratitud al Ing. Galo Eduardo Salcedo López por su dirección en este trabajo. Su confianza en mí y su paciencia fueron fundamentales para culminar el Trabajo de Integración Curricular.

A todos ellos, mi más sincero agradecimiento por ser parte de este logro.

Miguel Angel Rodriguez Coronel



Índice de contenidos

Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Port	¡Error! Marcador no definido.
1 Titulo.....	ii
2 Resumen.....	iii
2.1 Abstract.....	iv
3 Introducción	v
4 Marco Teórico.....	1
4.1 Empresa	1
4.1.1 Tipos.....	2
4.2 Proyecto.....	4
4.2.1 Objetivo.....	4
4.2.2 Características	5
4.3 Proyecto de factibilidad.....	6
4.3.1 Aspectos de un Proyecto de factibilidad	6
4.3.2 Factibilidad.....	7
4.3.3 Estudio de factibilidad.....	7
4.4 Estudio de Mercado	7
4.4.1 Análisis de la Demanda.....	7
4.4.2 Análisis de la oferta.....	9
4.4.3 Plan de Comercialización.....	10
4.4.4 Estudio Técnico.....	10
4.4.4 Localización	11
4.4.5 Tamaño optimo del Proyecto	11
4.4.6 Capacidad Instalada.....	12
4.4.7 Capacidad Utilizada	12
4.4.8 Distribución de Planta	12
4.4.9 Ingeniería del Proyecto.....	13
4.4.10 Proceso productivo	13
4.4.11 Inversión en Equipamiento.....	13
4.5 Estudio Organizacional.....	14



4.5.1	Aspecto Legal.....	14
4.5.2	Cultura Organizacional.....	15
4.5.3	Organigramas	15
4.5.4	Manual de Funciones	17
4.6	Estudio Económico.....	18
4.6.1	Costos	18
4.7	Análisis Financiero	20
5	Metodología	23
5.1	Área de estudio	23
5.2	Tipo de Investigación	23
5.3	Enfoque de la Investigación.....	24
5.4	Universo y muestra.....	25
6	Resultados	29
6.1	Resultados de la demanda.....	29
6.2	Resultados de la oferta.....	34
7	Discusión.....	39
7.1	Estudio de mercado	39
7.1.1	Servicio principal	39
7.1.2	Servicio complementario.....	39
7.1.3	Servicio Sustituto	39
7.1.4	Análisis de la demanda.....	39
7.1.5	Uso per cápita.....	41
7.1.6	Demanda Efectiva	42
7.1.7	Estudio de la Oferta.....	43
7.1.8	Demanda insatisfecha.....	44
7.2	Plan de comercialización	45
7.2.1	Servicio.....	45
7.2.2	Nombre del establecimiento.....	47
7.2.3	Logotipo	47
7.2.4	Precio.....	48
7.2.5	Plaza	48
7.2.6	Distribución.....	48
7.2.7	Promoción	49
7.3	Estudio Técnico	49
7.3.1	Tamaño.....	49
7.4	Localización.....	51
7.4.1	Factores de localización	52



7.4.2	Macro localización	52
7.4.3	Micro localización	53
7.5	Ingeniería de procesos	55
7.5.1	Proceso Productivo	55
7.5.2	Distribución de planta	60
7.6	Estudio Legal y Administrativo	61
7.6.1	Diseño organizacional	61
1.1.2	Estructura Empresarial	63
7.6.2	Organigrama Estructural	64
7.6.3	Organigrama Funcional	66
7.6.4	Organigrama posicional	67
7.6.5	Filosofía empresarial	68
7.6.6	Manual de funciones	69
7.7	Estudio financiero	73
7.7.1	Inversiones y financiamiento	73
7.7.2	Financiamiento	86
7.7.3	Análisis de costos	87
7.7.4	Ingresos totales	90
7.7.5	Estado de perdidas y ganancias	92
7.7.6	Clasificación de costos	94
7.7.7	Determinación del punto de equilibrio	95
7.8	Evaluación Financiera	99
7.8.1	Flujo de caja	100
7.8.2	TMAR	102
7.8.3	Valor actual neto	102
7.8.4	Tasa interna de retorno	103
7.8.5	Periodo de recuperación de capital	104
7.8.6	Relación beneficio costo	105
7.8.7	Análisis de Sensibilidad	106
8	Conclusiones	cxii
9	Recomendaciones	cxiv
10	Bibliografía	cxv
11	Anexos	cxvii



Índice de tablas

Tabla 1.	Persona que cuentan con casas o departamentos.	29
Tabla 2.	Numero de servicios contratados.	29
Tabla 3.	Espacios a remodelar o mejorar.	29
Tabla 4.	Tipos de remodelación realizadas.	30
Tabla 5.	Cantidad de remodelaciones realizadas.	30
Tabla 6.	Estilos de remodelación.	31
Tabla 7.	Importancia funcionalidad versus estética.	31
Tabla 8.	Presupuesto.	31
Tabla 9.	Tipo de financiamiento.	32
Tabla 10.	Identificación de otras empresas en el sector.	32
Tabla 11.	Personas que contratarían servicios de remodelación.	32
Tabla 12.	Medio de información utilizados.	33
Tabla 13.	Promociones preferidas.	33
Tabla 14.	Medio de información preferido.	33
Tabla 15.	Factores que influyen en la recomendación de las personas.	34
Tabla 16.	Frecuencia de trabajos necesarios por año.	34
Tabla 17.	Tiempo de operación de las empresas.	35
Tabla 18.	Servicios de remodelación de interiores.	35
Tabla 19.	Servicios de remodelación de interiores.	35
Tabla 20.	Diferenciación con la competencia.	36
Tabla 21.	Diferenciación con la competencia.	36
Tabla 22.	Numero de trabajos por mes.	36
Tabla 23.	Existencia de salas de exposición, tiendas o páginas web.	37
Tabla 24.	Estrategias utilizadas por las empresas.	37
Tabla 25.	Existencia de oferta especial para los clientes.	37
Tabla 26.	Medios de información para los clientes.	38



Tabla 27.	Demanda potencial.....	40
Tabla 28.	Demanda Real.....	40
Tabla 29.	Uso per cápita.....	41
Tabla 30.	Demanda Real en número de trabajos.....	42
Tabla 31.	Demanda Efectiva.....	42
Tabla 32.	Oferta.....	43
Tabla 33.	Venta Promedio.....	44
Tabla 34.	Oferta en unidades.....	44
Tabla 35.	Demanda insatisfecha.....	45
Tabla 36.	Capacidad Instalada.....	49
Tabla 37.	Capacidad utilizada.....	50
Tabla 38.	Participación en el mercado.....	51
Tabla 39.	Flujo de procesos.....	57
Tabla 40.	Maquinaria y Equipo.....	74
Tabla 41.	Muebles y enseres.....	75
Tabla 42.	Equipo de computo.....	75
Tabla 43.	Herramientas.....	76
Tabla 44.	Equipos de seguridad.....	77
Tabla 45.	Vehículo.....	77
Tabla 46.	Resumen de activos fijos.....	77
Tabla 47.	Depreciaciones de activo fijo.....	78
Tabla 48.	Activos diferidos.....	78
Tabla 49.	Amortización de activo diferido.....	79
Tabla 50.	Mano de obra directa.....	80
Tabla 51.	Suministros de Trabajo.....	81
Tabla 52.	Sueldos Administrativos.....	81
Tabla 53.	Honorarios profesionales.....	82



Tabla 54.	Agua potable.	82
Tabla 55.	Energía eléctrica.....	82
Tabla 56.	Servicio de internet.....	83
Tabla 57.	Software de facturación electrónica.	83
Tabla 58.	Suministros de oficina.....	83
Tabla 59.	Utilices de aseo.....	84
Tabla 60.	Arriendo de local.....	84
Tabla 61.	Publicidad digital.....	84
Tabla 62.	Insumos de seguridad.....	85
Tabla 63.	Resumen de capital de trabajo.....	85
Tabla 64.	Resumen de la inversión.	86
Tabla 65.	Financiamiento.	87
Tabla 66.	Costos totales de producción.....	87
Tabla 67.	Costos unitarios.....	90
Tabla 68.	Estado de pérdidas y ganancias.....	92
Tabla 69.	Costos fijos y variables para año 1,5 y 10.....	94
Tabla 70.	Punto de equilibrio año 1.	95
Tabla 71.	Punto de equilibrio año 5.	97
Tabla 72.	Punto de equilibrio año 10.	98
Tabla 73.	Fujo de caja	100
Tabla 74.	Valor actual neto.	103
Tabla 75.	Tasa interna de retorno.....	103
Tabla 76.	Periodo de recuperación de capital.....	105
Tabla 77.	Relación Beneficio Costo.....	106
Tabla 78.	Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos.	107
Tabla 79.	Análisis de sensibilidad con aumentos de costos.	110



Índice de Figuras

Figura 1.	Organigrama Posicional.....	15
Figura 2.	Organigrama Estructural.....	16
Figura 3.	Organigrama Funcional	16
Figura 4.	Mapa del Sector Turubamba Bajo.	23
Figura 5.	Nombre de la empresa.	47
Figura 6.	Logotipo de la empresa.....	48
Figura 7.	Mapa del Ecuador.	52
Figura 8.	Mapa de la Provincia de Pichincha.....	53
Figura 9.	Mapa de la ciudad de Quito.	53
Figura 10.	Mapa del sector Turubamba Bajo.....	54
Figura 11.	Ubicación del terreno en donde se ubicara el proyecto.	54
Figura 12.	Diagrama de flujo de adquisición de servicio.....	56
Figura 13.	Distribución de Planta.....	61
Figura 14.	Estructura organizacional.....	65
Figura 15.	Organigrama Funcional	66
Figura 16.	Organigrama posicional.....	67
Figura 17.	Punto de equilibrio para el año 1.	96
Figura 18.	Punto de equilibrio para el año 5.	98
Figura 19.	Punto de equilibrio para el año 10.	99



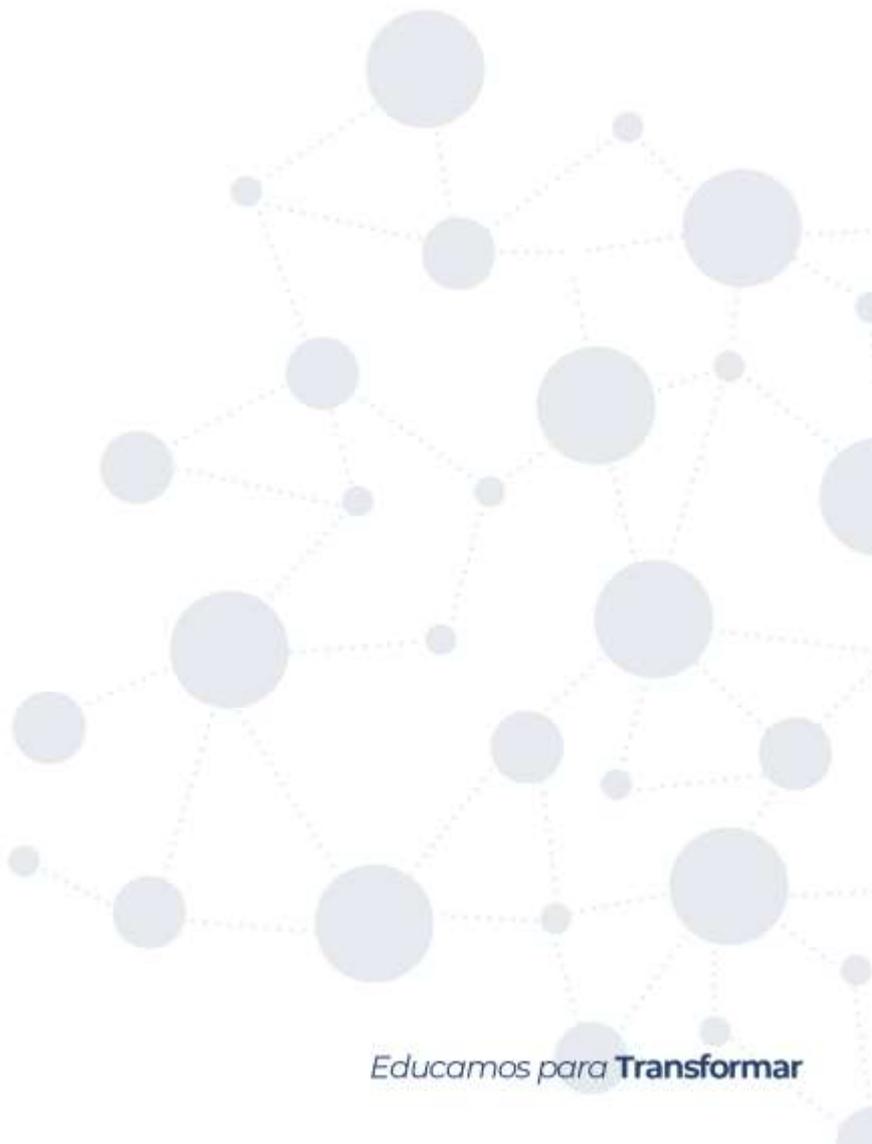
UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

1 Título

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos en Quito sector Turubamba Bajo



Educamos para **Transformar**



2 Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo determinar la factibilidad para la creación de una empresa de remodelación de casas y departamentos en la ciudad de Quito sector Turubamba Bajo, dirigida específicamente a cubrir con la necesidad de trabajos de remodelación de las viviendas.

La metodología utilizada para este proyecto de tesis fue: El método analítico, inductivo, deductivo, estadístico y las técnicas empleadas fueron la encuesta a una muestra de 339 propietarios de casas y departamentos del Sector Turubamba Bajo , junto con las entrevistas realizadas a 25 oferentes de servicio del sector.

El estudio de mercado identifica una alta demanda insatisfecha para servicios de remodelación de interiores en viviendas. Los propietarios valoran los beneficios de contratar una empresa especializada, como la garantía en los servicios y precios promocionales.

En el estudio administrativo-legal, se detalla la estructura organizativa de la empresa, incluyendo un manual de funciones para cada puesto. La inversión inicial es de \$40.506,19 dólares con capital propio, con ingresos proyectados de \$87.925,23 dólares en el primer año.

La evaluación financiera muestra un valor actual neto positivo de \$54.328,51, una Tasa Interna de Retorno del 34.895%, superior a la Tasa Factorial Actualizada del 9,97 %, y una Relación Beneficio Costo de \$0.25 por dólar invertido. El periodo de recuperación de capital es de 3 años, 5 meses y 8 días. El proyecto no es sensible a variaciones del 8% en costos o del 7% en ingresos.

El éxito del proyecto se basa en un estudio integral de mercado, técnico, administrativo, organizacional, financiero y ambiental, con conclusiones y recomendaciones claras para su ejecución.



2.1 Abstract

The title of this investigative work is: 'Feasibility Project for the Creation of an Interior Remodeling Company for Houses and Apartments in the Turubamba Bajo Sector of Quito.' Its objective is to determine the feasibility for establishing a construction and remodeling company named "MARO REMODELACION DE INTERIORES Cía. Ltda.," in the Turubamba Bajo sector of Quito, Pichincha province. This decision is based on the high percentage of home constructions and renovations in the city.

The methodology used for this thesis project included analytical, inductive, deductive, and statistical methods. The techniques employed included surveys conducted with a sample of 339 homeowners in the Turubamba Bajo sector, along with interviews of 25 service providers in the same sector.

Among the main results, there is a projected effective demand of 5,244 remodeling jobs in the first year, with an annual per capita usage of 2.74. The annual supply of remodeling jobs is 4,400, resulting in an unsatisfied demand of 844 in the first year. The marketing plan aims to secure 60 remodeling projects per year. In the technical study, there is an installed capacity for 60 home remodeling projects, fully utilized over the 10-year project lifespan.

Regarding administrative and legal aspects, the organizational structure of the company has been outlined, including structural, functional, and positional elements. Additionally, job descriptions have been provided for each required position. The total investment required for launching this company is 20.67%, consisting of \$19,959.04 in equity capital and 80.33% from a \$80,000.00 loan from Banco Pichincha with a 3-year term. Projected revenues for the first year are \$108,047.43.

In terms of financial evaluation, the net present value is positive at \$10,725.98, the internal rate of return is 12.45%, exceeding the updated factorial rate of 10%. The benefit-cost ratio is \$0.25 per dollar invested. The capital recovery period is 9 years, 1 month, and 6 days. The project is not sensitive to variations, such as a 4% increase in service costs or a 3% decrease in annual revenues.

The success of this investment project corresponding to an interior remodeling company is based on the well-structured relationship of the market, technical, administrative, organizational, financial and environmental study; The application of these studies will be the ones that will predominate in the execution of this investment project, and finally conclusions and recommendations were determined



3 Introducción

La remodelación de interiores de casas y departamentos, es un mercado en auge, ya que el sector de la construcción es una de las industrias más relevantes del país. Está directamente vinculado al desarrollo de la economía nacional. En la actualidad, se están produciendo cambios acelerados en diversas áreas del conocimiento y actividades humanas, y la construcción es uno de los sectores más importantes en términos económicos.

Sin embargo, existe mucha informalidad en la gestión de las operaciones. La falta de garantías y los acabados deficientes son comunes debido a la ausencia o falta de empresas de construcción y remodelación de viviendas que operen siguiendo lineamientos técnicos y normativas vigentes. Dada esta situación, es necesario crear o implementar una empresa de este tipo. Además, esta iniciativa contribuirá a abordar el desempleo en la zona.

Es por ello que la investigación se realiza con el objetivo principal de determinar la factibilidad para la creación de una empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos en el sector Turubamba bajo además del planteamiento de objetivos específicos tales como, el estudio de mercado, estudio técnico, administrativo y financiero; con los resultados se desarrolló el informe que está compuesto de la siguiente manera:

El tema se refiere al área específica de investigación; el resumen proporciona información concreta y específica sobre los resultados obtenidos en el estudio; la introducción presenta de manera concisa las ideas principales; en el marco teórico, que incluye el marco referencial, se detallan los estudios realizados por otros autores; los fundamentos teóricos describen conceptos clave basados en la investigación de autores reconocidos; la metodología permite comprender la dirección, las técnicas y los procedimientos implementados durante el estudio. En los resultados, se presentan los análisis e interpretaciones de los datos obtenidos a través de encuestas, así como el estudio de mercado que analiza la oferta, la demanda y la demanda insatisfecha. El estudio técnico describe el equipo necesario, la ubicación y la distribución de la planta: en el estudio de administrativo, se detalla la estructura administrativa de la empresa, la base legal según las normativas, los procesos y los requisitos para su correcto funcionamiento; el estudio financiero revela el monto total de las inversiones necesarias para implementar la empresa y su rentabilidad económica; la discusión, se presentan análisis



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

basados en los datos obtenidos, y mediante indicadores financieros se evalúa la viabilidad y rentabilidad del proyecto; finalmente se plantean conclusiones basadas en los datos obtenidos, junto con recomendaciones dirigidas al inversionista, estas sugerencias son importantes y relevantes para el desarrollo del proyecto; en la bibliografía, se enumeran todas las fuentes utilizadas para el Trabajo de Integración Curricular, que respaldan los conceptos presentes en el trabajo; los anexos contienen documentos adicionales que respaldan la información presentada en el proyecto.



Educamos para **Transformar**



4 Marco Teórico

La remodelación de interiores se refiere a la transformación y mejora de los espacios dentro de una vivienda. Comprende todos los cambios relacionados en la distribución, diseño y funcionalidad de las habitaciones, cocina, sala de estar y demás áreas de una vivienda. Algunos aspectos comunes de los trabajos de remodelación de interiores de casas y departamentos incluyen la eliminación de pasillos y distribuciones poco funcionales, la búsqueda de más luz natural, la renovación de pisos y ventanas, la actualización de instalaciones eléctricas y de fontanería, y la decoración.

(BINGGELI, 2012) Autor Estadounidense de libro “Diseño de Interiores”, menciona que “El diseño de interiores va necesariamente más allá de la definición arquitectónica del espacio. El diseño del espacio interior requiere entender cómo están conformados los sistemas de cerramientos y la estructura del edificio”.

Para (Risco) , la remodelación de interiores “tiene por finalidad plantear espacios conociendo al detalle al usuario y sus características. Gestionar y planificar el diseño que va a trabajar en un determinado espacio de manera integral, aplicando esquemas de diseño, así como proponiendo grandes cambios estructurales”.

La remodelación de interiores se refiere a la transformación y mejora de los espacios dentro de una vivienda. Comprende todos los cambios relacionados en la distribución, diseño y funcionalidad de las habitaciones, cocina, sala de estar y demás áreas de una vivienda. Algunos aspectos comunes de los trabajos de remodelación de interiores de casas y departamentos incluyen la eliminación de pasillos y distribuciones poco funcionales, la búsqueda de más luz natural, la renovación de pisos y ventanas, la actualización de instalaciones eléctricas y de fontanería, y la decoración.

4.1 Empresa

(Marco, 2022) Considera una empresa como un conjunto de factores productivos organizados por la dirección que se emplean en la producción de bienes o servicios, con el fin de obtener beneficios a través de su puesta en el mercado.

La empresa es como un sistema, que incluye elementos en interacción dinámica,



organizados y orientados 4 Fundamentos de Gestión Empresarial hacia el logro de uno o varios objetivos.

- Conjunto de elementos: personas, recursos materiales y financieros en interrelación.
- Con un fin u objetivo: la consecución de resultados.
- Organizado: con relaciones entre sus elementos y procesos que los regulan.
- Interaccionando con el entorno para lograr su recompensa

4.1.1 Tipos

Las empresas se clasifican de diversas maneras según sus características y funciones. A continuación, exploraremos algunos de los criterios más comunes:

4.1.1.1 Por Sector

Sector Primario: Incluye actividades relacionadas con la recolección y transformación de recursos naturales, como agricultura, pesca y ganadería.

Sector Secundario: Agrupa actividades de transformación de materias primas en productos, como la industria y la construcción.

Sector Terciario: Conocido como el sector de servicios, abarca actividades comerciales, comunicaciones, finanzas y turismo.

Sector Cuaternario: Se centra en servicios basados en conocimiento e investigación.

4.1.1.2 Por Tamaño

- **Microempresa:** Menos de 10 empleados, ingresos anuales inferiores a \$200,000 USD.
- **Pequeña Empresa:** 11 a 49 empleados, ventas entre \$200,000 y \$500,000 USD anuales.
- **Mediana Empresa:** 50 a 249 trabajadores, ventas de hasta \$10,000,000 USD al año.
- **Gran Empresa:** Más de 250 empleados, ganancias superiores a \$10,000,000 USD anuales.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

4.1.1.3 Por Ámbito de Actuación

- **Empresas Locales:** Operan dentro de una localidad específica.
- **Empresas Regionales:** Su alcance geográfico abarca una región más amplia.
- **Empresas Multinacionales o Transnacionales:** Realizan operaciones en varios países.

4.1.1.4 Por Forma Jurídica

- **Empresario Individual o Autónomo:** Un solo propietario.
- **Sociedad Limitada (S.L.):** Varios socios con responsabilidad limitada.
- **Sociedad Anónima (S.A.):** Capital dividido en acciones negociables en bolsa.
- **Comunidad de Bienes:** Propiedad compartida por varios socios.

4.1.1.5 La Empresa como Organización

Según (BUENO, 2002), una empresa es un sistema abierto que persigue objetivos a través de un plan común. Está compuesta por cinco elementos: sistema de dirección, sistema humano, sistema técnico, sistema cultural y sistema político.

Kast y Rosenzweig mencionan que la organización está formada por subsistemas interconectados, como el de objetivos y valores, técnico, psicosocial y estructural. Estos subsistemas están unidos por el sistema directivo y se ven influenciados por el entorno.

4.1.1.6 Visión y Misión

La visión articula el futuro de la organización y establece una dirección estratégica centrada en satisfacer las necesidades del cliente.

Los valores empresariales reflejan la ética y la convicción que guían las decisiones. La misión, además de ser significativa y estimulante, debe diferenciar a la empresa de las demás.

4.1.1.7 Cultura Organizacional



La cultura organizacional es un sistema de significado compartido entre los miembros de la empresa. Refleja los valores, creencias y normas.

Una cultura adecuada puede proporcionar ventaja competitiva, innovación y productividad.

4.2 Proyecto

Para (Vigo, Vigil, Sánchez, & Medianero, 2018) Un proyecto es un conjunto de actividades interrelacionadas destinadas a lograr 1 un objetivo específico de desarrollo, en un tiempo y costo predeterminados.

4.2.1 Objetivo

La finalidad de un proyecto radica en descubrir y definir su propósito y objetivos. Al emprender cualquier proyecto, ya sea a nivel personal, profesional o empresarial, se considera crucial tener una comprensión clara de lo que se espera lograr y por qué se está llevando a cabo. El objetivo proporciona una dirección clara y un enfoque para todas las acciones y decisiones relacionadas con el proyecto.

Implica identificar las necesidades, los problemas a abordar y las metas deseadas. Además de definir la finalidad, es importante establecer objetivos específicos y medibles que permitan evaluar el progreso y el éxito del proyecto. Los siguientes objetivos deben ser realistas y estar alineados con la finalidad del proyecto.

Conseguir un resultado final: El objetivo principal de un proyecto es el resultado final que se busca alcanzar. Puede tratarse de una obra construida, un producto manufacturado o un servicio prestado. Este objetivo es fundamental, ya que justifica la existencia del proyecto y establece su razón de ser.

Buscar un coste económico equilibrado. Al planificar y ejecutar un proyecto, es fundamental considerar los recursos económicos necesarios para lograr eficacia y eficiencia. El objetivo es alcanzar los objetivos establecidos, manteniendo un equilibrio entre el logro de esos objetivos y la rentabilidad económica y, en algunos casos, social del proyecto.

Cumplir un plazo establecido. La gestión del tiempo en proyectos es crucial debido a que, por definición, los proyectos tienen una fecha de finalización oficial. Para cumplir con esa fecha, es necesario establecer un cronograma adecuado y realizar un seguimiento constante del tiempo durante el desarrollo del proyecto. El cumplimiento de los plazos es esencial, ya que es común que se produzcan desviaciones respecto al tiempo preestablecido.



Satisfacer las necesidades del usuario o cliente. La gestión de calidad en proyectos es fundamental, ya que todo proyecto se basa en un diagnóstico previo y en la identificación de necesidades específicas. Además, en la actualidad, la gestión de calidad está ganando importancia debido a su implementación en un número creciente de organizaciones.

4.2.2 Características

Entidad, tamaño y alcance: Un proyecto es significativo para una entidad, ya sea porque implica inversiones sustanciales o porque está destinado a generar un resultado de gran envergadura con consecuencias trascendentales para la empresa o incluso para la sociedad en su conjunto.

Medios importantes, variados y cambiantes: A lo largo de la ejecución de un proyecto, se requieren personas y recursos materiales muy diversos, y todos ellos participan en el proyecto con diferentes niveles de implicación en cada actividad o fase. La gestión de estos recursos es crucial para optimizar su contribución y también para controlar los costes asociados.

Discontinuidad: Un proyecto tiene un inicio y un fin determinado. Se trata de un conjunto de actividades secuenciadas que se ejecutan de manera excepcional, sin repetirse. Estas actividades están relacionadas con objetivos concretos, como generar un servicio o un prototipo. Si el resultado es positivo y se convierte en actividades destinadas a transformar ese servicio o prototipo en un producto concreto, ya no estamos hablando de un proyecto, sino de un proceso de producción cíclico. Por lo tanto, un proyecto es discontinuo, ya que una vez ejecutado, no se repite de manera continua.

Dinamismo y evolución: En contraste con los trabajos continuos, que suelen ser más estables y rutinarios, un proyecto está en constante movimiento y crecimiento. Esto exige una gran dinámica y agilidad por parte de quienes participan en él. En el contexto de un proyecto, ocurren eventos imprevistos, se incorporan nuevos recursos o se retiran aquellos que han cumplido su función, se finalizan fases y se inician otras.

Irreversibilidad: A lo largo de la vida de un proyecto, es fundamental tomar decisiones para avanzar y progresar. Estas decisiones suelen ser irreversibles o, al



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

1899 menos, más difíciles de revertir que en una producción rutinaria. En ocasiones, es necesario retroceder en una decisión, lo que puede acarrear perjuicios económicos o retrasos en el plazo de ejecución.

Influencias externas: Es común, especialmente en proyectos de gran envergadura, que estén sujetos a influencias externas provenientes del entorno social, político o económico. Estas presiones pueden afectar el resultado del proyecto, incluso si técnicamente y en su gestión todo ha sido ejecutado correctamente.

Riesgo: Es común que casi todo proyecto conlleve riesgos significativos que es necesario analizar para prevenirlos y estar preparados para tomar medidas que minimicen su impacto. A menudo, se piensa principalmente en los riesgos derivados de dificultades técnicas, pero también es crucial considerar otros factores de riesgo, como pérdidas económicas debido a retrasos, averías, daño a la imagen de la empresa, consecuencias sociales o pérdida de clientes.

4.3 Proyecto de factibilidad

Un proyecto de factibilidad es un estudio que evalúa la viabilidad de un proyecto o negocio, considerando diferentes aspectos como la operatividad, la técnica y la economía. Un proyecto de factibilidad sirve para determinar si el proyecto o negocio se puede realizar, bajo qué condiciones, con qué recursos y con qué beneficios. (Rodríguez, 2022)

La investigación de factibilidad de un proyecto es un proceso que consiste en evaluar la viabilidad de un proyecto o negocio, considerando diferentes aspectos como la operatividad, la técnica, la economía y el mercado. También ayuda a identificar las necesidades, las oportunidades y las estrategias para lograr los objetivos propuestos. La investigación de factibilidad es una herramienta importante para la planificación y la toma de decisiones en cualquier emprendimiento.

4.3.1 Aspectos de un Proyecto de factibilidad

Factibilidad Técnica: Evalúa si la infraestructura y los recursos técnicos disponibles pueden respaldar el proyecto.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Factibilidad Económica: Analiza la relación costo-beneficio del proyecto.

Sopesa los costos frente a los beneficios esperados.

Factibilidad Operativa: Evalúa si el personal tiene las competencias necesarias para llevar a cabo el proyecto.

4.3.2 Factibilidad

Para (Varela, 1997), la factibilidad se define como las posibilidades de éxito que tiene un proyecto específico. El estudio de factibilidad constituye un análisis exhaustivo que una empresa lleva a cabo para evaluar si la iniciativa propuesta tiene viabilidad económica y operativa. Este procedimiento no solo evalúa si el negocio es rentable y sostenible, sino que también identifica las estrategias cruciales para garantizar su éxito en el mercado.

4.3.3 Estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad es un análisis exhaustivo que se realiza antes de implementar un nuevo plan, proyecto o método. Su objetivo es evaluar todos los factores relevantes para determinar si es viable llevar a cabo la idea. Para ello, se consideran aspectos económicos, técnicos, legales y de programación. El estudio busca determinar la probabilidad de éxito al finalizar el proyecto. Además, se evalúa el costo del proyecto y el retorno de la inversión.

4.4 Estudio de Mercado

Un estudio de mercado hace referencia a dicha investigación que se elabora para llegar a conocer las características, necesidades, preferencias y comportamiento de los consumidores potenciales de un producto o servicio.

El estudio de mercados es un instrumento del mercadeo que tiene como fin estimar la cuantía de los bienes y servicios provenientes de una unidad de producción que los clientes están dispuestos a adquirir a unos determinados precios durante un periodo específico. (Moya Espinosa, 2015)

4.4.1 Análisis de la Demanda



Este análisis es un proceso que trata de entender la demanda relacionada a los consumidores que tienen hacia un producto o servicio en un mercado determinado. Existen técnicas de evaluación que se utilizan para abrir una brecha hacia un mercado de manera exitosa para posteriormente generar los resultados esperados. Dicho análisis de la demanda sirve para determinar si el producto o servicio tiene suficiente potencial para atender al público objetivo del negocio y ayudar a la organización a crecer en el , también ayuda a identificar los factores que influyen en la demanda y pronosticar las tendencias futuras.

4.4.1.1 Tipos

Según la satisfacción de necesidades:

- **Demanda Insatisfecha:** Cuando hay una gran necesidad de un producto o servicio, pero poca disponibilidad.
- **Demanda Satisfecha:** Existe una amplia disponibilidad del producto o servicio con diversas opciones y marcas.
- **Demanda Satisfecha (Saturada):** La oferta del producto es tan alta que se puede usar tanto para el consumo interno como para la exportación.
- **Demanda Satisfecha (No Saturada):** Dicha demanda que varía según el precio y las promociones del producto.

Según la necesidad:

- **Demanda de Bienes Social y Nacionalmente Necesarios:** Productos o servicios que son esenciales e irremplazables, como el agua.

Otros factores que influyen en la demanda incluyen:

- **Precio:** Generalmente, a menor precio, mayor demanda.
- **Ingresos de los Consumidores:** A mayor ingreso disponible, mayor capacidad de compra.
- **Preferencias y Gustos:** Cambios en las tendencias pueden aumentar o disminuir la demanda.
- **Expectativas Futuras:** Si se espera que los precios aumenten, la demanda puede aumentar antes del incremento.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

- **Número de Compradores:** A mayor número de consumidores, mayor demanda.

4.4.2 Análisis de la oferta

Para (Morales, 2014) La oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en disposición en los mercados de los consumidores para satisfacer sus necesidades.

4.4.2.1 Tipos

Tipos de oferta según el ofertante:

- **Oferta Competitiva:** Donde hay muchos productores que ofrecen productos similares y el precio es determinado por el mercado.
- **Oferta Oligopólica:** Es un pequeño número de productores controlan el mercado y, por lo tanto, tiene la capacidad de generar influencia en el precio y la cantidad de bienes y servicios disponibles.
- **Oferta Monopólica:** Donde un único productor domina el mercado principal, sin competencia directa, lo que le permite tener manejo de los precios.

Tipos de ofertas en las estrategias de mercadeo:

- **Ofertas de Promoción:** Descuentos temporales o promociones para incentivar la compra.
- **Ofertas por Descuento:** Reducciones en el precio original de un producto o servicio.

Tipos de oferta en el mercado bursátil:

- **Oferta Privada:** Venta de valores a un número reducido de inversores y no al público en general.
- **Oferta Pública:** Venta de valores al público en general.

Tipos de oferta en macroeconomía:

- **Oferta Monetaria:** Cantidad de dinero disponible en la economía.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

- **Oferta Agregada:** Total de bienes y servicios producidos en una economía a un nivel general de precios durante un período de tiempo.

4.4.3 Plan de Comercialización

Un plan de comercialización, también conocido como plan de marketing o mercadeo, es un tipo de documento que detalla de manera estratégica las acciones y tácticas de debe seguir una empresa para promocionar y vender sus productos o servicios. Este plan es crucial para la planificación empresarial, ya que establece los objetivos de ventas, el posicionamiento de la marca y el crecimiento del negocio.

Elementos clave que un plan de comercialización incluye:

- **Análisis de mercado:** Comprender las tendencias del mercado y el comportamiento del consumidor.
- **Segmentación de mercado:** Identificar y dirigirse a grupos específicos de consumidores.
- **Posicionamiento de marca:** Definir la imagen y valor de la marca frente a los consumidores.
- **Estrategias de producto:** Características y beneficios de los productos, ciclo de vida y estrategias de precios.
- **Estrategias de promoción:** La publicidad, promociones y relaciones públicas para exponer al público la empresa.
- **Estrategias de distribución:** Canales de distribución y logística para la entrega efectiva de productos.
- **Análisis de competencia:** Identificar a los competidores directos y su posición en el mercado al que se desea llegar.

1.1.1 Estudio Técnico

En el mundo de los negocios y la inversión, la realización de un estudio técnico se posiciona como un paso crítico para el éxito de cualquier proyecto. Este análisis profundo no solo determina la factibilidad de llevar a cabo una idea de negocio, de igual manera riga las bases para una posterior ejecución eficiente y más efectiva.

El estudio técnico abarca una variedad de factores, desde la selección de la ubicación óptima hasta la identificación de los recursos necesarios para la producción. Al considerar



1859 elementos como la capacidad de producción, la tecnología a emplear, y la infraestructura requerida, este estudio proporciona una hoja de ruta clara para materializar una visión empresarial.

Además, el estudio técnico es fundamental para anticipar desafíos y planificar soluciones, garantizando que el proyecto pueda adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado y a las exigencias regulatorias. Con un enfoque integral, el estudio técnico es la piedra angular que sostiene la estructura de cualquier emprendimiento, permitiendo a los inversionistas y gerentes tomar decisiones informadas y estratégicas.

4.4.4 Localización

La fase de localización de un proyecto es un proceso crítico que determina el lugar más adecuado para establecer las operaciones de un proyecto. Esta fase implica un análisis exhaustivo de diversos factores que pueden afectar la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Los aspectos considerados incluyen la proximidad a los mercados, la disponibilidad y costo de la mano de obra, los insumos y materias primas, las infraestructuras existentes, las políticas de descentralización, y los costos de transporte.

Se distinguen dos niveles en la fase de localización:

- **Macro localización:** Se refiere a la selección de la región o zona del país que ofrece las mayores ventajas para el proyecto, como menores costos de transporte, acceso a recursos, y beneficios fiscales.
- **Micro localización:** Una vez seleccionada la región, se elige la ubicación específica dentro de esa área, considerando factores más detallados como las vías de acceso, la disponibilidad de energía eléctrica, y el transporte de la mano de obra.

4.4.5 Tamaño óptimo del Proyecto

El tamaño óptimo de un proyecto es la capacidad de producción instalada que se obtendrá, esto a su vez se expresa en unidades de producción por año. Es considerado como óptimo cuando se verifica que el resultado de su operación se resume en la utilización de los menores recursos posibles que generan a una rentabilidad máxima en términos económicos. Determinar el tamaño óptimo es fundamental para asegurar que el proyecto sea viable y rentable a largo plazo.



4.4.6 Capacidad Instalada

La capacidad instalada de un proyecto se refiere al rendimiento máximo que puede producir una planta de producción o empresa en un período dado, utilizando los recursos disponibles en ese momento. Es una medida de eficiencia que indica cuánto puede producir una organización con su infraestructura actual y cómo puede adaptar esa producción para satisfacer la demanda.

Para calcular la capacidad instalada, se consideran factores como:

- **Tecnología:** La eficiencia de la maquinaria y los equipos utilizados.
- **Mano de obra:** La cantidad y habilidad del personal disponible.
- **Organización de la producción:** La forma en que se organiza el trabajo y se utilizan los recursos.
- **Mezcla de productos:** La combinación de diferentes productos que se pueden producir.

4.4.7 Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada de un proyecto o empresa se refiere al volumen de producción o trabajo que realmente se está realizando en comparación con la capacidad instalada total. Es una medida importante para entender qué tan eficientemente se están utilizando los recursos y la infraestructura disponibles.

4.4.8 Distribución de Planta

La distribución de planta es la organización física de los elementos industriales, como maquinaria, equipos y áreas de trabajo, dentro de una instalación productiva. Su objetivo es optimizar el flujo de trabajo, mejorar la productividad y la seguridad, y asegurar la eficiencia en el uso del espacio.

Los principales tipos de distribución de planta son:

- **Distribución por posición fija:** Los materiales permanecen estáticos y los trabajadores y equipos se mueven alrededor de ellos. Es común en proyectos grandes como la construcción de barcos o edificios.
- **Distribución por proceso:** Agrupa actividades similares o relacionadas en un mismo lugar. Es flexible y adecuada para producciones bajo pedido.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

- **Distribución por producto:** Diseñada para líneas de producción donde los productos se mueven a través de estaciones de trabajo en una secuencia fija. Es eficiente para la producción en masa.

4.4.9 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería de proyectos es una disciplina que abarca la planificación, diseño, construcción y la ejecución de proyectos de ingeniería. Este campo se ocupa de una gran gama de industrias, desde la construcción de edificios y carreteras hasta la creación de sistemas de energía y de tecnologías (Tic's).

Las fases de la ingeniería de proyecto incluyen:

- **Análisis de viabilidad:** Evaluar si el proyecto es realizable.
- **Selección de recursos y planificación:** Determinar los recursos necesarios y cómo se utilizarán.
- **Diseño y elección de las tecnologías constructivas:** Crear los planos y especificaciones técnicas.
- **Elaboración de la documentación técnica:** Generar todos los documentos necesarios para el desarrollo del proyecto.
- **Ingeniería básica:** Describir detalladamente los procesos que se seguirán.
- **Control de ejecución y gestión de la obra:** Supervisar la construcción y asegurar que se cumplan los plazos y presupuestos.
- **Puesta en marcha:** Iniciar la operación del proyecto terminado.

4.4.10 Proceso productivo

El proceso de producción, también conocido como proceso productivo o cadena productiva, es el conjunto de operaciones planificadas que transforman insumos o factores en bienes o servicios específicos. Este proceso se lleva a cabo mediante la aplicación de tecnología y conocimientos especializados, con el objetivo principal de satisfacer una demanda de la sociedad.

4.4.11 Inversión en Equipamiento

Las inversiones en equipamiento en un proyecto se refieren a todas las adquisiciones de activos fijos necesarios para la operación normal de la empresa o el proyecto. Esto incluye



1899 maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general. Estas inversiones son fundamentales porque permiten la producción de bienes o servicios y suelen representar una parte significativa del presupuesto total del proyecto.

Los diagramas de procesos, también conocidos como flujogramas, son representaciones gráficas que muestran las etapas secuenciales de un proceso dentro de un proyecto o sistema. Estos diagramas utilizan símbolos estandarizados como rectángulos, rombos, círculos y flechas para ilustrar las diferentes acciones, decisiones y etapas de un proceso.

4.5 Estudio Organizacional

El estudio de la organización de un proyecto se centra en analizar y definir la estructura operativa y administrativa que se utilizará durante las etapas de inversión, operación y mantenimiento del proyecto. Este estudio es crucial para determinar la capacidad de la organización para manejar el proyecto eficientemente y evaluar las fortalezas y debilidades internas.

4.5.1 Aspecto Legal

El aspecto legal de un proyecto se refiere al conjunto de leyes, regulaciones, políticas y normas que rigen el desarrollo, implementación y gestión de un proyecto. Es importante generar una garantía en cuanto a la ejecución legal, ética y justa de proyecto, y que todas las partes involucradas comprendan sus derechos y responsabilidades en base a lo que estipule las normativas legales.

El marco legal puede incluir:

- **Leyes y regulaciones aplicables:** Identificar las leyes específicas que afectan al proyecto.
- **Objetivos del marco jurídico:** Definir los objetivos legales del proyecto.
- **Derechos y responsabilidades:** Establecer claramente lo que se espera de cada parte interesada.
- **Resolución de conflictos:** Crear un sistema para manejar disputas legales.
- **Protección de datos y propiedad intelectual:** Implementar medidas de seguridad para salvaguardar la información y la propiedad intelectual.

4.5.2 Cultura Organizacional

La cultura organizacional de un proyecto se refiere al conjunto de valores, creencias, hábitos y normas que definen la personalidad de una empresa o equipo de trabajo y cómo estos interactúan entre sí. Es un elemento clave que influye en la manera de actuar de los miembros del proyecto y en su interacción, lo que puede tener un impacto significativo en la eficiencia y el éxito del proyecto.

4.5.3 Organigramas

Los organigramas son representaciones gráficas que muestran la estructura organizativa de una empresa o institución. Detallan cómo se dividen los departamentos, las jerarquías existentes, y las relaciones entre los distintos niveles y empleados.

Organigramas posicionales: Se presentan en diagramas que dejan saber la estructura organizativa de una empresa o entidad, mostrando la jerarquía de posiciones y la relación entre ellas. En estos organigramas, se puede ver claramente quién es el responsable de cada área, quién reporta a quién, y la línea de autoridad que sigue cada empleado.

Figura 1. Organigrama Posicional



Organigramas estructurales: son representados gráficamente y muestran la estructura organizativa de una empresa. Estos organigramas ilustran cómo se distribuyen los cargos y las responsabilidades entre los diferentes niveles y departamentos, y cómo se relacionan entre sí.

Figura 2. Organigrama Estructural



Organigrama funcional:

Para (Rodriguez, 2022) El organigrama funcional es un tipo de organigrama o representación visual que se diseña con base en las funciones de los diferentes departamentos o equipos de una empresa, con el fin de ordenar de forma vertical a los líderes de cada área, así como las tareas y responsabilidades que les corresponden a esos equipos.

Figura 3. Organigrama Funcional



Características principales de un organigrama:



- **Estructura funcional:** Muestra cómo se organiza la empresa y cómo fluye la información.
 - **Niveles de autoridad:** Indica quién reporta a quién y la cadena de mando.
 - **Relaciones de trabajo:** Describe cómo interactúan los diferentes departamentos y equipos.

4.5.4 Manual de Funciones

El documento denominado manual de funciones es esencial en la gestión de recursos humanos de una empresa. Su fin es describir detalladamente las responsabilidades, tareas y requisitos de cada puesto de trabajo. Al establecer claramente las expectativas y requerimientos de cada rol, el manual de funciones ayuda a:

- **Documentar** los puestos de trabajo con descripciones exhaustivas.
- **Definir** las competencias y habilidades necesarias para cada cargo.
- **Facilitar** la selección y capacitación del personal adecuado.
- **Mejorar** la gestión interna y la asignación de responsabilidades.
- **Promover** la eficiencia y la productividad al clarificar roles y funciones.

Este manual puede variar en su estructura y contenido según las necesidades específicas de cada empresa, pero generalmente incluye información sobre la posición dentro del organigrama, las tareas específicas, los requisitos de experiencia y formación, y los indicadores de desempeño. Implementar un manual de funciones efectivo es un paso crucial para cualquier organización que busque optimizar su flujo de trabajo y mejorar su clima organizacional.

4.5.4.1 Función de los Manuales de Funciones

Los manuales de funciones son documentos esenciales en la organización de una empresa. Desempeñan varias funciones clave:

1. **Definición de Roles:** Desglosan las características que conforman cada uno de los puestos de trabajo dentro de una empresa. Detallan las tareas, responsabilidades y funciones que desempeña cada miembro del equipo.
2. **Organización:** Ayudan a documentar de manera detallada y exhaustiva todos los puestos que conforman la empresa. Esto puede ser útil para completar o actualizar el organigrama de la empresa.
3. **Gestión Interna:** Mejoran la gestión interna del negocio al definir



objetivos reales basados en las capacidades del personal. También ayudan a establecer un buen manejo de compensaciones, beneficios y salarios.

4. **Selección de Personal:** Permiten a la empresa detallar las actividades indispensables de cada persona que trabaja en la firma. Esto facilita la selección de las personas adecuadas para cada puesto.

5. **Claridad de Responsabilidades:** Proporcionan claridad en cuanto a las responsabilidades, lo que permite una mayor tranquilidad a todas las partes.

4.6 Estudio Económico

El estudio económico o también conocido como financiero perteneciente a un proyecto tiene como propósito fundamental hacer una cuantía en términos monetarios, de todas las variables del mismo, es decir el estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal y administrativo, inclusive el estudio ambiental de un proyecto.

Guerrero y Galindo (2020) establece que el estudio económico es una fase crucial en la evaluación de la viabilidad de un proyecto, centrándose en los aspectos económicos y financieros. Involucra el análisis de costos y beneficios a lo largo del tiempo, considerando variables como la inflación, tasas de interés y proyecciones económicas. Este estudio proporciona una visión holística de la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto, ayudando a los tomadores de decisiones a entender cómo los factores económicos pueden afectar el rendimiento a largo plazo.

El estudio económico para el presente proyecto de titulación constará con los siguientes elementos:

Activos fijos y variables: Para (Guerrero, 2020) los activos fijos son los recursos o bienes tangibles e intangibles que una empresa posee y utiliza de manera continua en su operación para generar ingresos. Estos activos tienen una gran vida útil, pues no se espera que se conviertan en efectivo a corto plazo. Ejemplos comunes de activos fijos son terrenos, edificios, maquinaria, vehículos, equipos, patentes y marcas registradas. En cambio los activos variables son aquellos recursos o bienes que una empresa utiliza en su gestión pero que pueden cambiar rápidamente en cantidad o valor en respuesta a las fluctuaciones de la actividad comercial.

4.6.1 Costos



4.6.1.1 Costos Fijos

Son aquellos que no cambian sin importar si se producen bienes o servicios. Por lo tanto, una empresa no puede evitar estos costos. Los costos fijos no varían con el volumen de producción y son indirectos, lo que significa que generalmente no están relacionados con el proceso de producción, a diferencia de los costos variables. Un claro ejemplo de costos fijos incluyen pagos de alquiler, impuestos sobre la propiedad, algunos salarios, seguros, depreciación e intereses.

4.6.1.2 Costos Variables

Investopedia (2024), define que los costos variables son aquellos gastos que una empresa tiene y que están relacionados con la cantidad de bienes o servicios que produce. Estos costos suben y bajan según el volumen de producción de la empresa.

Cuando la producción aumenta, los costos variables también aumentan. Pero si la producción disminuye, los costos variables también disminuyen. Si una empresa tiene una línea de productos que no está funcionando bien o está desactualizada, puede optar por dejar de producir esa línea.

4.6.6.3. Costo total de producción

Los costos de producción se refieren a todos los gastos que se generan en el proceso de crear y entregar un producto o servicio. Estos gastos pueden incluir materiales, mano de obra, equipos, alquiler y costos de marketing. En términos simples, son la suma de todos los gastos necesarios para producir y vender un producto o servicio.

Depreciaciones: Es la disminución gradual del valor de un activo a lo largo del tiempo. Este concepto es fundamental para entender cómo los objetos pierden valor debido al uso, la antigüedad, el desgaste, la obsolescencia y otros factores. (Moina-Sánchez, 2020) la depreciación es la disminución gradual del valor de un activo fijo a lo largo de su vida útil debido al desgaste, obsolescencia o deterioro.

$$\text{Depreciaciones} = \frac{\text{Costo del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Numero de periodos vida Util}}$$

Amortizaciones: (Moina-Sánchez, 2020) la amortización es la distribución sistemática del costo de un activo intangible a lo largo de su vida útil estimada. Al igual que la depreciación para los activos fijos, la amortización es un gasto no monetario que se registra en los estados financieros para reflejar la disminución del valor de los activos intangibles, como patentes, derechos de autor, software y otros derechos comerciales, a medida que se utilizan o expiran.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Punto de equilibrio: Es fundamental en la gestión de las organizaciones. Se refiere al nivel de ventas que se necesita para cubrir todos los costos y gastos de una entidad, sin generar ni pérdidas ni ganancias. Es el punto en el que los ingresos totales son iguales a los costos totales. (Moína-Sánchez, 2020) menciona que el punto de equilibrio es el nivel de actividad en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, lo que significa que no hay ni pérdidas ni ganancias.

El punto de equilibrio en función a la capacidad instalada se calcula con la siguiente fórmula.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable}} \times 100$$

4.7 Análisis Financiero

El análisis financiero es un componente central del estudio de factibilidad económica en proyectos empresariales. Su objetivo es evaluar la viabilidad económica de un proyecto antes de llevarlo a cabo. (Guerrero, 2020) Establece que el análisis financiero es un proceso detallado que evalúa la salud financiera de un proyecto o empresa. Incluye la revisión e interpretación de estados financieros, ratios financieras, flujos de efectivo, y proyecciones financieras.

El análisis financiero que se realizará para el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos en Quito sector Turubamba Bajo contendrá los siguientes componentes:

Flujo de caja: La caja de flujo, también conocida como flujo de caja, es una herramienta financiera esencial para cualquier empresa, independientemente de su tamaño o industria. Proporciona una visión clara y precisa del movimiento de efectivo que entra y sale de un negocio durante un período específico. Este concepto es vital para la toma de decisiones empresariales, ya que permite una mejor planificación y control de los gastos e ingresos. De este modo un flujo de caja positivo indicara que la organización está generando más ingresos monetarios del que está gastando, mientras que un flujo de caja negativo puede señalar problemas financieros.

$$\text{Flujo de caja} = \text{Ingreso de efectivo} - \text{gasto de efectivo}$$



Valor Actual Neto (VAN): El Valor Actual Neto (VAN) es un recurso financiero de gran importancia en la evaluación de proyectos de inversión. Permite determinar si un proyecto es viable financieramente al calcular el valor presente de los flujos de efectivo futuros, descontados a una tasa específica. En esencia, el VAN ayuda a entender si un proyecto generará un retorno suficiente para justificar la inversión inicial. El VAN es la suma de los flujos de caja futuros de un proyecto, actualizados al presente mediante una tasa de descuento. Refleja el excedente o déficit de efectivo después de recuperar la inversión inicial.

Si el valor le VAN es positivo se considera que el proyecto es rentable, caso contrario se esperaría que genere pérdidas.

La fórmula general del VAN es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde:

(F_t): Flujos de caja en el periodo (t).

(n): Número total de periodos.

(k): Tasa de descuento.

(I_0): Inversión inicial.

Tasa Interna de retorno (TIR): “La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento que iguala el VAN de un proyecto a cero. Es una medida de rentabilidad que indica el rendimiento porcentual esperado de una inversión” (Guerrero, 2020). Una TIR mayor que la tasa de descuento requerida generalmente sugiere que el proyecto es viable y puede generar rendimientos significativos.

$$TIR = -I_0 + \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Análisis de sensibilidad: Para (Guerrero, 2020) el análisis de sensibilidad implica evaluar cómo cambios en ciertos parámetros o variables afectan los resultados financieros del



proyecto. Esto ayuda a identificar las variables críticas que pueden tener un impacto significativo en la viabilidad del proyecto. Las variaciones en costos, ingresos, tasas de descuento u otros factores pueden analizarse para comprender su influencia en el rendimiento financiero.

Relación costo beneficio: Para Guerrero y Galindo (2020) la relación costo-beneficio es un indicador que compara los costos totales de un proyecto con los beneficios totales esperados. Una relación mayor que 1 indica que los beneficios esperados superan los costos, lo que sugiere que el proyecto es financieramente viable. Este análisis es fundamental para la toma de decisiones en proyectos de inversión, ya que proporciona una perspectiva cuantitativa de la eficacia económica.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\Sigma \text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

Se debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Si por un lado la relación ingresos y egresos es igual que uno, el proyecto es indiferente.
- Si la relación es mayor que uno, el proyecto es rentable.
- Si la relación es menor que uno, el proyecto no es rentable.

Periodo de recuperación del capital: Es un criterio de evaluación de inversiones que analiza y mide el tiempo requerido para recuperar la inversión hecha al inicio del proyecto a través de los flujos de efectivo generados por el mismo. Es decir, indica cuánto tiempo tardará un proyecto en devolver el capital que se invirtió en él. Para (Guerrero, 2020) el período de recuperación del capital es el tiempo necesario para que una inversión recupere su inversión inicial. Se calcula dividiendo el costo inicial de la inversión por el flujo de caja neto anual. Un período de recuperación más corto suele ser preferible, ya que indica una recuperación más rápida de la inversión y la generación de ingresos netos.

$$\text{PCR} = \text{Año supera la inversión} \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{Primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año supera la inversión}}$$

5 Metodología

Para el desarrollo del proyecto de factibilidad se emplearon métodos, técnicas e instrumentos que permitieron establecer lineamientos para recolectar, analizar e interpretar la información.

5.1 Área de estudio

La investigación se realizó en el sector de Turubamba Bajo de la Ciudad de Quito la misma la cual es parte de los 5 cantones de pichincha y se encuentra ubicada al norte del país, a una altura de 2.850 m sobre el nivel del mar.

Figura 4. Mapa del Sector Turubamba Bajo.



5.2 Tipo de Investigación

La investigación del presente proyecto fue desarrollada en un ámbito de tipo descriptivo, esto facilitó la captación de información analizando a detalle cada aspecto relevante del proyecto, dentro de ellos el estudio de mercado en donde se estudió el comportamiento del consumidor del sector Turubamba Bajo de la ciudad de Quito a partir de utilización de las encuestas como técnica, de igual manera se hizo uso de investigación y revisión bibliográfica en libros, bibliografía de otros autores y datos de entidades relacionadas



5.3 Enfoque de la Investigación

La investigación se desarrolla en un enfoque mixto, pues se describen y analizan datos tanto cuantitativos como cualitativos, por medio de la cuantificación de las encuestas se determinaron estadísticamente los datos obtenidos y, por otra parte, se cualificaron los la preferencia de los clientes potenciales en el ámbito de estudio en cuestión.

Método analítico: Esta metodología se enfoca básicamente en la evaluación meticulosa y ordenada de la información, pruebas o razonamientos, buscando descubrir secuencias, desarrollos o consistencias que faciliten la comprensión del fenómeno en cuestión. En este proyecto de graduación, la metodología analítica se empleo para descomponer y estudiar minuciosamente un problema o circunstancia en sus partes constituyentes, con el fin de entender con mayor claridad sus atributos, conexiones y las razones que lo fundamentan.

Método deductivo: El método deductivo es una estrategia de razonamiento que se emplea para deducir conclusiones lógicas a partir de un conjunto de premisas o principios. Este método se utilizó al buscar información de manera general, específicamente relacionado con el marco teórico, lo que permitió identificar las bases teóricas en que se basara el trabajo de investigación en sus diferentes fases como el estudio de mercado, técnico y financiero, dando entrada a la práctica posterior de los aspectos teóricos.

Método inductivo: El método inductivo es un proceso de razonamiento que se basa en la observación y la experimentación para llegar a una conclusión general a partir de casos específicos. Este método se utilizó en el estudio de mercado a fin de corroborar la información obtenida en la parte de los resultados y con ello fundamentar el presente proyecto de factibilidad, introduciendo un análisis concreto para llegar a conclusiones y recomendaciones acertadas, determinando la demanda y oferta, estableciendo además un estudio técnico y financiero, para conocer la viabilidad del proyecto.

Método estadístico: El método estadístico es un conjunto de técnicas y estrategias utilizadas para recopilar, analizar y presentar datos con el objetivo de extraer conocimientos, hacer predicciones o tomar decisiones informadas. En el presente proyecto de factibilidad este método fue utilizado para la presentación de resultados producto de las encuestas realizadas para conocer las preferencias del publico objetivo.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Técnicas Revisión Bibliográfica: La aplicación de esta técnica ayudó a la estructuración del marco teórico, el mismo que sirvió como guía para sustentación del trabajo.

Encuestas: Fueron empleadas en el estudio de mercado mediante la aplicación a los propietarios de casas y departamentos de la ciudad de Quito sector Turubamba Bajo , para conocer los gustos y preferencias de adquirir servicios de remodelación de interiores en sus viviendas , por supuesto a la empresas dedicadas a la remodelación de interiores encontradas en el sector para un posterior análisis de la competencia.

5.4 Universo y muestra

La población meta del proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos en Quito sector Turubamba Bajo la componen las personas que son propietarias de inmuebles del sector.

Determinación de la población y la muestra para analizar la demanda: La población se refiere al grupo total de sujetos o elementos que comparten las características de interés para el estudio de la demanda. Por otro lado, la muestra es una porción seleccionada de la población que se escoge de manera estratégica para que represente fielmente las cualidades y la variedad del grupo completo que se investiga.

Para el presente trabajo de titulación con tema de “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos en Quito sector Turubamba Bajo” la demanda de servicios de remodelación responde a la necesidad o interés del propietario de casas y departamentos. La población de interés incluye a todas las personas que residen en este sector y que podrían requerir servicios relacionados con la remodelación de sus domicilios como.

Según el censo del 2022 en el Distrito Metropolitano de Quito cerca de 583.055 propiedades de dominio particular en los sectores urbanos repartidas en los 200 barrios que tiene la ciudad. Según este censo existen 2900 propietarios de casas y departamentos en el sector en donde se desarrollará el “proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos en Quito sector Turubamba Bajo”.



UNL

Universidad Nacional de Loja

Unidad de Educación a Distancia y en Línea

Proyectando un crecimiento del 0,1 % anual se obtienen los siguientes resultados.

Año	Población
2024	2.900
2025	2.903
2026	2.906
2027	2.909
2028	2.912
2029	2.915
2030	2.917
2031	2.920
2032	2.923
2033	2.926
2034	2.929

Muestra para la demanda: Se utiliza la fórmula para poblaciones finitas, ya que nuestra población es menor a 100000.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población.

p = Proporción de cumplimiento.

e = Margen de error.

Z = Nivel de confianza.

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

Donde:

$n = ?$



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

$$1859 \quad N = 2900$$

$$p = 0,5 \text{ (50\%).}$$

$$e = 0,05 \text{ (5\%).}$$

$$Z = 1,96 \text{ (95\%).}$$

$$n = \frac{2900 \times 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(2900 - 1) \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}$$

$$n = 339,32$$

$$n = 339$$

La muestra para la demanda del presente proyecto será de 339 propietarios de casas y departamentos, tomando en cuenta un nivel de confianza del 95%.

Determinar la población y muestra para la oferta: La población de la oferta para el presente proyecto de factibilidad se basa en todos los tipos de negocio o emprendimientos que se dedican al servicio de remodelación de interiores o afine de casas y departamentos; por lo tanto, según estadísticas del Registro Estadístico de Empresas (REEM) del 2023, las empresas dedicadas al sector económico de la construcción responden al 2,82% del total de empresas registradas, se constata que existen alrededor de 898 empresas dedicadas a áreas especializadas de la construcción a nivel nacional de las cuales el 33 % se encuentran en Pichincha de este modo en el distrito metropolitano de Quito se encuentran 27 empresas de este tipo debidamente registradas.

Muestra para la oferta: Para nuestro caso de estudio se utiliza la fórmula para poblaciones finitas, ya que nuestra población es menor a 100000.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

p = Proporción de cumplimiento.

e = Margen de error.

Z = Nivel de confianza.

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

Donde:

$$n = ?$$

$$N = 27$$

$$p = 0,5 \text{ (50\%).}$$

$$e = 0,05 \text{ (5\%).}$$

$$Z = 1,96 \text{ (95\%).}$$

$$n = \frac{27 \times 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{(27 - 1) \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}$$

$$n = 25,28$$

$$n = 25$$

La muestra de la oferta para nuestro caso de estudio será de 24 empresas tomando en cuenta un nivel de confianza del 95%.



6 Resultados

6.1 Resultados de la demanda

1. ¿Qué tipo de vivienda tiene usted?

Tabla 1. Persona que cuentan con casas o departamentos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Departamento	112	33%
Casa	227	67%
TOTAL	339	100%

Todos los encuestados (100%) reportan que tienen propiedades en términos de casas y departamentos.

2. En el último año, ¿ha contratado servicios de remodelación de interiores?

En Tabla 2 corresponde a el porcentaje de personas que han contratado servicios de remodelación para sus viviendas

Tabla 2. Numero de servicios contratados.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	298	88 %
NO	41	12 %
TOTAL	339	100%

El 88 % de la muestra menciona que si ha contratado servicios de remodelación de interiores para sus viviendas.

3. ¿Qué aspectos de su hogar a remodelación o mejorado?

En Tabla 3 usted encontrara el porcentaje de personas que tienen pretendería remodelar o mejorar algún espacio de su vivienda.

Tabla 3. Espacios a remodelar o mejorar.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dormitorio	49	14%
Sala de estar	125	37%
Cocina	165	49%
TOTAL	339	100%



Las personas que desean remodelar su cocina responde al 49 % de la muestra.

4. ¿Qué tipo de remodelación ha hecho en su vivienda?

En Tabla 4 usted encontrara los tipos de remodelación que los propietarios de casas y departamentos han realizado a su vivienda.

Tabla 4. Tipos de remodelación realizadas.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diseño de interiores personalizados	25	7%
Planificación de espacios	43	13%
Remodelación de cocinas y baños	88	26%
Instalación de suelos y paredes	57	17%
Servicios de pintura profesional	71	21%
Diseño y fabricación de mobiliarios a medida	55	16%
TOTAL	339	100%

El 26 % de los propietarios de casas y departamentos del sector han realizado remodelación de cocinas y baños.

5. Durante el último año, ¿cuántos trabajos de remodelación de interiores ha realizado en su vivienda?

En Tabla 5 se encuentra la opinión de las personas en la cantidad de remodelaciones o mejoras que las personas han realizado en el último año.

Tabla 5. Cantidad de remodelaciones realizadas.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2 trabajos	255	75%
De 3 a 4 trabajos	84	25%
De 5 a 6 trabajos	0	0%
TOTAL	339	100%

6. ¿Qué estilos de diseño interior prefiere para su casa o departamento?

En Tabla 6 usted encontrara la cantidad de personas que de acuerdo a sus gustos prefieren diferentes tipos de estilos de remodelación de los interiores de su hogar.

**Tabla 6. Estilos de remodelación.**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Clásico	47	14%
Contemporáneo	162	48%
Futurista	130	38%
TOTAL	339	100%

El 48 % de las personas prefieren el estilo contemporáneo en la remodelación de sus espacios.

7. ¿Qué importancia tiene para usted la funcionalidad versus la estética en la remodelación de los interiores de su vivienda?

En Tabla 7 usted encontrara el grado de importancia que las personas le dan a la funcionalidad versus la estética en trabajos de remodelación.

Tabla 7. Importancia funcionalidad versus estética.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucha Importancia	148	44%
Neutral	98	29%
Poca Importancia	93	27%
TOTAL	339	100%

El 43 % de las personas mencionan que le dan mucha importancia a la funcionalidad vs la estética en trabajos de remodelación.

8. ¿Cuál es fue el presupuesto que usted destino para un trabajo de remodelación para su vivienda?

En Tabla 8 usted encontrara el nivel de presupuesto que las personas contarían para realizar algún.

Tabla 8. Presupuesto.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 500 \$ a 1000 \$	150	44%
De 1100 \$ a 1500\$	104	31%
De 1600 a 2000 \$	85	25%
TOTAL	339	100%

El 44 % de las personas del sector mencionan que tienen un presupuesto de 500 \$ a 1000\$



9. ¿Qué tipo forma de pago utilizaría usted para este tipo de servicio?

En Tabla 9 usted encontrara el tipo de financiamiento o forma de pago con el que cuentan las personas para realizar algún tipo de trabajo de remodelación.

Tabla 9. Tipo de financiamiento.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	183	54%
Tarjeta de crédito	86	25%
Financiamiento con entidad bancaria	70	21%
TOTAL	339	100%

El 54 % de las personas menciona que el tipo de financiamiento por es el que utilizarían en trabajos de remodelación.

10. ¿En turubamba bajo conoce usted alguna empresa que se dedique a la remodelación de interiores?

En Tabla 10 usted encontrara la cantidad de personas que saben o no de alguna empresa cerca al sector que se dedique a la remodelación de interiores.

Tabla 10. Identificación de otras empresas en el sector.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	182	54%
NO	157	46%
TOTAL	339	100%

El 54 % de las personas mencionan que si conocen de empresas cercanas al sector que se dedican para remodelación de interiores.

11. En caso de crearse una nueva empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos dentro del sector, estaría dispuesto a adquirir sus servicios.

En Tabla 11 usted encontrara la cantidad de personas que estarían dispuestas a contratar los servicios de una nueva empresa de remodelación de interiores en el sector.

Tabla 11. Personas que contratarían servicios de remodelación.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	255	75%
No	84	25%
TOTAL	339	100%

El 66% de las personas del sector mencionan que si estarían dispuestas a contratar los servicios de una nueva empresa de remodelación de interiores si se implementara en el sector.

**12. ¿Por qué medios busca información sobre empresas de remodelación de interiores?**

En Tabla 12 usted encontrara los medios que usan las personas para buscar información sobre empresas de remodelación de interiores de casas y departamentos.

Tabla 12. Medio de información utilizados.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	147	43%
Referencias de conocidos	133	39%
Anuncios locales	59	17%
TOTAL	339	100%

El 43 % de personas mencionan que usan el internet como medio para buscar información sobre empresas dedicadas a la remodelación de interiores.

13. ¿Qué tipo de promociones o descuentos le motivarían a elegir una empresa de remodelación de interiores?

En Tabla 13 usted encontrara las preferencias en promociones que las personas tienen para motivar contratar los servicios de una empresa dedicada a la remodelación de interiores.

Tabla 13. Promociones preferidas.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuento por pago anticipado	158	47%
Paquete de servicios	95	28%
Promoción por referenciar los servicios de la empresa	86	25%
TOTAL	339	100%

Las personas prefieren los descuentos por pago anticipado como tipo de promoción que motivarían a contratar los servicios de una empresa esto corresponde al 47% de la población.

14. ¿Cómo prefiere recibir información sobre servicios de remodelación?

En Tabla 14 usted encontrara la forma en la que la personas prefieren recibir información los servicios de remodelación.

Tabla 14. Medio de información preferido.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes sociales	139	41%
Correo electrónico	103	30%
Folletos	97	29%
TOTAL	339	100%



El 42 % de las personas prefieren recibir información sobre los servicios de remodelación por medio de redes sociales.

15. ¿Qué factores le influirían para recomendar una empresa de remodelación a amigos o familiares?

En Tabla 15 usted encontrara los factores que consideran las personas que influyen para que puedan recomendar los servicios de una empresa dedicada a la remodelación de interiores.

Tabla 15. Factores que influyen en la recomendación de las personas.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precios cómodos	105	31%
Buena calidad	140	41%
Rapidez en los trabajos	94	28%
TOTAL	339	100%

El factor que más influye en las personas para recomendar una empresa de remodelación de interiores sería la buena calidad en materiales y trabajo que corresponde al 42 % de la población.

16. ¿Con qué frecuencia considera necesario realizar remodelaciones o mejoras en el interior de su vivienda al año?

En Tabla 16 usted encontrara la opinión de las personas en cuanto a la veces que serian recomendables para realizar algún tipo de trabajo de remodelación en sus viviendas.

Tabla 16. Frecuencia de trabajos necesarios por año.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2 trabajos	240	71%
De 3 a 4 trabajos	99	29%
De 5 a 6 trabajos	0	0%
TOTAL	339	100%

El 71 % de las personas propietarias de inmuebles en el sector de turubamba bajo mencionan que las veces recomendadas para realizar trabajos de remodelación en sus viviendas es de 1 – 2 veces por año.

6.2 Resultados de la oferta

1. ¿Qué tiempo lleva operando su negocio en el área de remodelación de interiores de casas y departamentos?

En Tabla 17 usted encontrara el rango de tiempo que las empresas llevan operando en el área de remodelación de interiores de casas y departamentos dentro del sector.



Tabla 17. Tiempo de operación de las empresas.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-5	6	25%
6-10	15	63%
11-15	4	13%
TOTAL	25	100%

Las empresas que tiene una trayectoria en el mercado de 6 a 10 años corresponden al 63 % se las empresas del sector.

2. ¿Qué servicios específicos de remodelación de interiores ofrece su empresa?

En Tabla 18 usted encontrara los servicios que las empresas encuestadas brindan actualmente en la remodelación de interiores de casas y departamentos

Tabla 18. Servicios de remodelación de interiores.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Planificación de espacios	25	100%
Remodelación de cocinas y baños	25	100%
Instalación de suelos y paredes	25	100%
Servicios de pintura profesional	25	100%
Diseño y fabricación de mobiliarios a medida	25	100%
TOTAL	25	100%

Las empresas encuestadas mencionan que ofrecen todos los servicios de remodelación de interiores en casas y departamentos corresponde al 100 %.

3. ¿Ofrecen diseños personalizados o paquetes predeterminados?

En Tabla 19 usted encontrara los servicios que las empresas encuestadas brindan actualmente en la remodelación de interiores de casas y departamentos.

Tabla 19. Servicios de remodelación de interiores.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diseños personalizados	19	79%
Paquetes predominados	6	21%
TOTAL	25	100%

El 79% de las empresas encuestadas menciona que ofrecen diseños personalizados en sus trabajos de remodelación de interiores.

4. ¿Cómo se diferencian sus servicios de los de la competencia?

En Tabla 20 usted encontrara los que diferencia a las empresas en el mercado de la



1859 remodelación de interiores de casas y departamentos.

Tabla 20. Diferenciación con la competencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trabajo de calidad	13	54%
Buenos precios	9	38%
Alto stock de materiales	3	8%
TOTAL	25	100%

El 54% de las empresas encuestadas menciona que lo que más les diferencia de su competencia en el mercado es su trabajo de calidad.

5. ¿Ofrecen opciones de financiamiento o planes de pago?

En Tabla 21 usted encontrará los que diferencian a las empresas en el mercado de la remodelación de interiores de casas y departamentos.

Tabla 21. Diferenciación con la competencia.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	79%
No	20	21%
TOTAL	25	100%

El 79% de las empresas encuestadas no ofrecen opciones de financiamiento y planes de pago.

6. ¿Cuántos trabajos de remodelación realiza en el mes?

En Tabla 22 usted encontrará el número de trabajos de remodelación y mejora en interiores que las empresas realizan por mes.

Tabla 22. Numero de trabajos por mes.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-10	7	29%
11-20	13	50%
21-30	5	21%
TOTAL	25	100%

El 79% de las empresas encuestadas no ofrecen opciones de financiamiento y planes de pago.

7. ¿Tienen alguna sala de exposición, tienda o página web donde los clientes puedan ver ejemplos de su trabajo?

En Tabla 23 usted encontrará la existencia de salas de exposición, tienda y páginas web donde los clientes ven los trabajos realizados por las empresas del sector.

**Tabla 23. Existencia de salas de exposición, tiendas o páginas web.**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	19	75%
No	6	25%
TOTAL	25	100%

Las empresas que mencionan que, si cuentan con salas de exposición, tiendas y páginas web donde los clientes pueden ver los trabajos realizados por ellas corresponde al 75% de la muestra.

8. ¿Qué estrategias de promoción utiliza su empresa para atraer nuevos clientes?

En Tabla 24 usted encontrará las estrategias de promoción utilizadas por las empresas del sector para atraer nuevos clientes.

Tabla 24. Estrategias utilizadas por las empresas.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos por pago anticipado	4	17%
Descuentos por recomendación	6	21%
Paquetes de trabajo	15	63%
TOTAL	25	100%

La estrategia más utilizada por las empresas para atraer nuevos clientes es la de Paquetes de trabajo que corresponde al 63%

9. ¿Tienen alguna oferta especial para clientes que contraten múltiples servicios?

En Tabla 25 usted encontrará la existencia de ofertas especiales para clientes que contraten múltiples servicios en las empresas de remodelación de interiores de casas y departamentos.

Tabla 25. Existencia de oferta especial para los clientes.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	21	88%
No	4	13%
TOTAL	25	100%

El 88% las empresas dedicadas a la remodelación de interiores de casas y departamentos en el sector de casas de departamentos mencionan que si tienen ofertas especiales para clientes que contraten múltiples servicios.

10. ¿Cómo se enteran los clientes sobre sus servicios de remodelación?

En Tabla 26 se encuentra los medios en la que los clientes se enteran de los servicios de las



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

1859 empresas de remodelación de interiores de casas y departamentos en el sector.

Tabla 26. Medios de información para los clientes.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes sociales	10	42%
Recomendación de conocidos	6	21%
Volantes	9	38%
Propagandas	0	0%
TOTAL	25	100%

El 42% de las empresas encuestadas menciona que las redes sociales son el medio más utilizado por los clientes para informarse de los servicios que estas ofrecen.



7 Discusión

7.1 Estudio de mercado

El estudio de mercado es una herramienta importante cuando se pretende iniciar un proyecto pues brinda información fundamental para establecer la oferta y la demanda y de esta manera conocer el comportamiento de una determinada población donde los requerimientos de hoy, pueden no ser las necesidades del mañana.

La identificación de demanda Potencial, real y posteriormente la demanda efectiva de este proyecto de factibilidad, se da gracias a la aplicación de encuestas destinadas a la población del sector Turubamba Bajo en la ciudad de Quito, de similar forma las entrevistas a las empresas dedicadas a la remodelación de interiores del sector, es decir el mercado oferente.

7.1.1 Servicio principal

La empresa tiene como objetivo principal brindar servicio de remodelación de interiores en casas y departamentos , especialmente diseñado para satisfacer las necesidades de los potenciales clientes en la ciudad de Quito sector Turubamba Bajo , la oferta de la empresa incluye una gran variedad de servicios , materiales y diseños para los espacios interiores de las viviendas de los clientes . Además de contar con diferentes promociones y facilidades de pago para comodidad y focalización de los clientes.

7.1.2 Servicio complementario

La empresa a implementar contaría como servicio complementario decoración de Viviendas , además de la remodelación, se ofrecerá el servicio de decoración de interiores. Esto incluye asesoramiento en la elección de colores, mobiliario, textiles y accesorios para crear espacios armoniosos y funcionales.

7.1.3 Servicio Sustituto

Los servicios sustitutos se refieren a las demás empresas de remodelación de interiores y trabajadores independientes existentes que comparten una gran similitud, lo que forma parte de una competencia directa para la futura empresa.

7.1.4 Análisis de la demanda

Para analizar la demanda en el presente proyecto, se encuestó a la población de



1899 Turubamba Bajo ciudad de Quito (datos INEC) siendo para la Demanda Total una muestra de 339 encuestas.

En cuanto a la demanda podemos decir que la misma está representada los propietarios de casas y departamentos del sector.

7.1.4.1 Demanda Potencial

La demanda potencial se refiere al número de propietarios de casas y departamentos que han realizado algún tipo de remodelación o mejora a sus viviendas.

Tabla 27. Demanda potencial

Año	Población	% Tiene casas y departamentos	Demanda
2024	2900	100%	2900
2025	2903	100%	2903
2026	2906	100%	2906
2027	2909	100%	2909
2028	2912	100%	2912
2029	2915	100%	2915
2030	2917	100%	2917
2031	2920	100%	2920
2032	2923	100%	2923
2033	2926	100%	2926
2034	2929	100%	2929

La demanda potencial (2900 X 100 %-tabla 1) para el año base es de 2900 (propietarios de casas y departamentos)

7.1.4.2 Demanda Real

Para el cálculo de la demanda real se tomó en cuenta a los propietarios de casas y departamentos del sector Turubamba Bajo que han realizado algún tipo de remodelación o mejora a su vivienda conforme los resultados del siguiente cuadro:

Tabla 28. Demanda Real

Año	Demanda Potencial	% Remodelan	DEMANDA REAL
2024	2900	88%	2552
2025	2903	88%	2555
2026	2906	88%	2557
2027	2909	88%	2560
2028	2912	88%	2562
2029	2915	88%	2565
2030	2917	88%	2567
2031	2920	88%	2570
2032	2923	88%	2572
2033	2926	88%	2575
2034	2929	88%	2578



La demanda real (2900 X 88 %-tabla 2) para el año base es de 2552 propietarios de casas y departamentos.

Luego se determina el uso promedio de servicios de remodelación anual de la siguiente manera;

Uso Per cápita Cantidad de remodelaciones al año se aplicó la siguiente fórmula:

$$x = \frac{E f \cdot x_m}{N}$$

Dónde:

X= Uso promedio mensual.

f= Frecuencia.

Xm= Punto medio.

N= Universo.

E=margen de error

En tabla 5 usted encontrara la determinación del uso per cápita por número de trabajos de remodelación de interiores en las viviendas propias de las personas por año de sector Turubamba Bajo.

7.1.5 Uso per cápita

Tabla 29. Uso per cápita.

	Frecuencia	Xm	F*M
De 1 a 3 trabajos	255	2	510
De 4 a 6 trabajos	84	5	420
De 6 a 8 trabajos	0	7	0
TOTAL	339		930

El uso per cápita se determinó dividiendo 930 que es la cantidad de servicios para 339 personas que han realizado trabajos de remodelación en sus viviendas en el último año, que dividiendo para los 12 meses nos da un resultado de **0,22** trabajos de remodelación por mes, y por año se resume en una cantidad de **2,74** trabajos de remodelación por propietario.

Finalmente determinamos la demanda real en número de trabajos:



En la tabla 30 presenta el calculo de la demanda real en número de trabajos de remodelación de interiores de casas y departamentos en el sector Turubamba Bajo.

Tabla 30. Demanda Real en número de trabajos

AÑOS	Demanda Real	Promedio Anual	Demanda Real en número de Trabajos
2024	2552	2,74	6992,48
2025	2555	2,74	6999,47
2026	2557	2,74	7006,47
2027	2560	2,74	7013,47
2028	2562	2,74	7020,49
2029	2565	2,74	7027,51
2030	2567	2,74	7034,53
2031	2570	2,74	7041,57
2032	2572	2,74	7048,61
2033	2575	2,74	7055,66
2034	2578	2,74	7062,72

Demanda real en numero de trabajos (2552 x 2,74 – Tabla 27 – Tabla 28) para el año base 6992,48 servicios de remodelación (Propietarios de casas y departamentos).

7.1.6 Demanda Efectiva

Para el calculo de la demanda efectiva se tomo en cuenta las personas que estarían dispuestas a adquirir los servicios de una nueva empresa de remodelación de interiores.

La tabla 31 presenta el calculo de la demanda efectiva en numero de trabajos de remodelación de interiores de casas y departamentos en el sector Turubamba Bajo.

Tabla 31. Demanda Efectiva

Año	Demanda Real Anual	% trabajos de remodelación	Demanda Efectiva
2024	6992,48	75%	5244,36
2025	6999,47	75%	5249,60
2026	7006,47	75%	5254,85
2027	7013,47	75%	5260,10
2028	7020,49	75%	5265,36
2029	7027,51	75%	5270,63
2030	7034,53	75%	5275,90
2031	7041,57	75%	5281,18
2032	7048,61	75%	5286,46
2033	7055,66	75%	5291,74
2034	7062,72	75%	5297,04



1899 Demanda efectiva (6992,48 x 75 % – tabla 28 – tabla 5) para el año base 5244,48 servicios de remodelación.

7.1.7 Estudio de la Oferta

De la investigación realizada en el sector Turubamba de la ciudad de Quito, se puede identificar que al ser una metrópolis su crecimiento en el sector de la construcción es evidente, por esta razón existe una cantidad considerable de oferentes en este ámbito económico que se resumen en empresas legalmente constituidas y trabajadores independientes.

De las características de las demás empresas es la implementación directa en el sector de Turubamba bajo proyectado par un periodo de 10 año con un crecimiento del 1,1 % anual.

La tabla 32 representa el cálculo de la oferta del sector Turubamba Bajo.

Tabla 32. Oferta

Año	Oferente	% Se Dedican a la Remodelación de interiores de casas y departamentos.	Oferentes
2024	25	100%	25
2025	25	100%	25
2026	26	100%	26
2027	26	100%	26
2028	26	100%	26
2029	26	100%	26
2030	27	100%	27
2031	27	100%	27
2032	27	100%	27
2033	28	100%	28
2034	28	100%	28

Oferta (25 x 100% - Tabla 16) para el año base 25 (empresas de remodelación).

Luego se determina la venta promedio en número de trabajos

La tabla 33 representa el calculo de la venta promedio de servicios de remodelación por parte de la oferta en el sector Turubamba Bajo.

Tabla 33. Venta Promedio

Servicio	Frecuencia	PM	PROMEDIO
De 1 a 10 trabajos	7	5,5	38,5
De 11 a 20 trabajos	12	15,5	186
De 21 a 30 trabajos	5	25,5	127,5
TOTAL	24	46,5	352

Venta promedio (Tabla 22) para el año base 176 servicios per cápita (empresa de remodelación).

PROMEDIO DE VENTA MENSUAL	15
PROMEDIO DE VENTA ANUAL	176

Finalmente calculamos la oferta de trabajos por año:

La tabla 34 representa el calculo de la oferta en unidades o servicios de remodelación por parte de los oferentes en el sector de Turubamba Bajo.

Tabla 34. Oferta en unidades

Años	Oferentes	Promedio anual	Oferta en número de servicios anuales
2024	25	176	4400
2025	25	176	4453
2026	26	176	4504
2027	26	176	4556
2028	26	176	4608
2029	26	176	4661
2030	27	176	4715
2031	27	176	4769
2032	27	176	4824
2033	28	176	4879
2034	28	176	4935

Oferta en unidades (25 x 176 – Tabla 31 – Tabla 32) para el año base 4400 servicios anuales (empresas de remodelación).

7.1.8 Demanda insatisfecha

Esta demanda fue formulada en Turubamba Bajo, basándose en los estudios llevados a cabo entre la población objetivo del proyecto y los propietarios de las empresas dedicadas a la remodelación de interiores. Estos participantes fueron sometidos a encuestas y entrevistas que posibilitaron la realización de la presente investigación. Como consecuencia, se determinó que existe una demanda insatisfecha desde el año inicial del proyecto de viabilidad. El cálculo se



1899 llevó a cabo mediante el siguiente análisis.

La tabla 35. Representa el calculo de la demanda insatisfecha en el sector de Turubamba Bajo.

Tabla 35. Demanda insatisfecha

Años	Demanda efectiva	Oferta Efectiva	Demanda Insatisfecha en número de servicios
2024	5244,36	4400	844,36
2025	5249,60	4452,64	796,95
2026	5254,85	4503,85	751
2027	5260,10	4555,64	704,46
2028	5265,36	4608,03	657,33
2029	5270,63	4661,02	609,60
2030	5275,9	4714,63	561,27
2031	5281,18	4768,84	512,33
2032	5286,46	4823,69	462,77
2033	5291,74	4879,16	412,58
2034	5297,04	4935,27	361,76

Demanda insatisfecha (5244,36 x 4400 – Tabla 30 – Tabla 33) para el año base 844 servicios de remodelación en casas y departamentos.

En esta situación, se verifica que la demanda supera la oferta, lo que se resume en un déficit en la oferta o superávit de demanda. En este contexto, hay una demanda insatisfecha en términos de cantidad de servicios de remodelación. Este análisis sugiere que hay un espacio de mercado para llevar a cabo el proyecto propuesto, que es el servicio de remodelación de interiores de casas y departamentos en el sector Turubamba bajo.

7.2 Plan de comercialización

En el plan de comercialización se establecen las estrategias para asegurar el ingreso de la nueva empresa al mercado, en este se detallan aspectos como el tipo de servicio ofrecido, la implementación precios, la seguridad, la eficiencia y la calidad de los servicios que serán parte de las características de la empresas a la empresa. Un elemento importante en este plan es la creación de un logotipo distintivo para el servicio, que no solo identifique, sino que también asegure su posicionamiento e identificación dentro de los nichos de mercado objetivo.

7.2.1 Servicio

La empresa de remodelación de interiores que se planea implementar tiene como objetivo ofrecer una experiencia de alta calidad a sus clientes. El establecimiento contará con



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

una variedad de opciones de materiales, diseño y decoración para los interiores de las viviendas de los clientes, adaptadas al estilo, gustos y características del espacio. Además, se dispondrá de áreas de atención física y remota, junto con un personal capacitado para los trabajos y la atención al cliente. La actitud positiva del personal y de compromiso con el servicio a prestar garantizará la satisfacción del cliente.

En cuanto a la oferta de servicios, los clientes podrán elegir entre una amplia gama de opciones de diseño, materiales, paquetes de trabajos en remodelación. El personal estará capacitado para brindar un servicio eficaz y eficiente, asegurando que cada proyecto sea una experiencia positiva que incentive la recomendación de la empresa. La ubicación estratégica de las oficinas y bodegas facilitará el reconocimiento de las empresas, que estarán abiertas de lunes a viernes de 9:00 a. m. a 5 p. m. Además, se brindará diferentes promociones para mantener el interés de los clientes y su fidelización.

7.2.1.1 Descripción del servicio

Nuestra empresa de remodelación de interiores se especializa en transformar espacios para que reflejen la visión y el estilo personal de nuestros clientes. Ofrecemos una amplia gama de servicios, desde pequeñas renovaciones hasta proyectos de diseño completo. Algunos de nuestros servicios incluyen:

Diseño personalizado: Trabajaremos estrechamente con nuestros clientes para comprender sus necesidades, gustos y preferencias. Nuestro equipo de diseñadores creará planos detallados y propuestas visuales para cada proyecto.

Renovaciones y actualizaciones: Realizaremos mejoras en cocinas, baños, salas de estar y dormitorios. Esto puede incluir la instalación de nuevos electrodomésticos, encimeras, pisos, iluminación y pintura.

Optimización del espacio: Si los clientes tienen espacios pequeño o poco funcional, podemos maximizar su uso mediante soluciones inteligentes de almacenamiento, muebles multifuncionales y distribución eficiente.

Decoración y mobiliario: Ayudaremos a seleccionar muebles, accesorios y elementos



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

decorativos que complementen el diseño general. Desde cortinas hasta alfombras, nos aseguramos de que cada detalle sea coherente con la visión del cliente.

Gestión de proyectos: Coordinaremos todos los aspectos del proyecto, desde la planificación hasta la ejecución. Nos aseguramos de que los plazos se cumplan y de que la calidad sea excepcional.

Presupuesto transparente: Proporcionaremos estimaciones detalladas y transparentes antes de comenzar cualquier trabajo. Nos esforzamos por mantenernos dentro del presupuesto acordado.

Asesoramiento en tendencias y materiales: Mantendremos a nuestros clientes informados sobre las últimas tendencias en diseño de interiores y ayudamos a elegir materiales duraderos y de alta calidad.

7.2.2 Nombre del establecimiento

La empresa de remodelación de interiores tiene un nombre exclusivo y que será fácilmente reconocible para los clientes. Fue seleccionado a partir de las iniciales de su creador. Además, cuenta con un distintivo único que es propiedad exclusiva de la empresa y no puede ser copiado por ninguna otra entidad.

Figura 5. Nombre de la empresa.

MARO
REMODELACIÓN DE INTERIORES

7.2.3 Logotipo

El logotipo de la empresa combina el nombre con una representación gráfica simplificada pero que identificara plenamente al negocio. Por lo tanto, el nombre del establecimiento será 'MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES, y la imagen simboliza un diseño sobrio que denota seriedad.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

1889 **Figura 6. Logotipo de la empresa.**



7.2.4 Precio

En la actualidad, hay diversas empresas que ofrecen servicios de Diseño y Remodelación de Interiores, y los precios pueden variar según el público objetivo y el tipo de proyecto. Aunque no existen datos para basar el precio aproximado sobre este tema, según las entrevistas realizadas a los dueños de la demás empresa del Remodelación de interiores en la ciudad de Quito, el costo aproximado del diseño y remodelación para un espacio de 100m² oscila en \$8240. Sin embargo, estos valores son variables y están relacionados con los servicios complementarios ofrecidos.

7.2.5 Plaza

La nueva empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos cuyas oficinas de atención físicas estarán ubicadas en el sector de Turubamba bajo ciudad de Quito provincia de Pichincha. Esta ubicación estratégica permitirá la fácil localización de los clientes, para adquirir atención personalizada con los agentes comerciales en donde se abordará las exigencias, gustos, materiales y áreas de trabajo en la viviendas de los propietarios.

7.2.6 Distribución

La comercialización del servicio se la realizará sin intermediarios de forma personalizada con un seguimiento postventa efectivo.

Utilizar publicidad en revistas especializadas de Diseño y Decoración a nivel local, además de la creación de una pagina web para dar a conocer los servicios, que prestará la



1899 empresa, sus conceptos, ideas y estilos a fin de captar mayor número de clientes.

7.2.7 Promoción

La empresa utilizará publicidad digital por medio de redes sociales, además de la creación de una página web para dar a conocer los servicios, que prestará la empresa, sus conceptos, ideas y estilos a fin de captar mayor número de clientes.

7.3 Estudio Técnico

7.3.1 Tamaño

7.3.1.1 Capacidad Instalada

Cuando se inicia una empresa de remodelación de interiores como nuevo proyecto de negocio, es crucial considerar cuántas personas utilizarán adquirirán los servicios que se ofrecen en un período determinado, anualmente. Un aspecto fundamental en este proceso es calcular la capacidad de trabajos que se pueden realizar en periodos de tiempo que nos permite determinar la capacidad instalada de la maquinaria necesaria para ofrecer el servicio. Con esta información, podemos definir la capacidad utilizada del proyecto en términos de la cantidad de personas a prestar los servicios anualmente.

La capacidad instalada se refiere a la capacidad máxima utilizada, con el rendimiento máximo de los equipos y recursos, considerando que la capacidad de terminar un trabajo de remodelación lleva un promedio de 6 días ; esto dividido para los 365 días del año , nos da que nuestra capacidad instalada será 60 trabajos en el primer año ; y si consideramos que la demanda insatisfecha para el primer año de vida útil que es de 844, tendremos que la capacidad instalada representa el 7,10 % de la demanda insatisfecha de la ciudad que Quito -Turubamba Bajo.

La tabla 36 corresponde a la capacidad instalada para trabajos de remodelación en periodos de tiempo anuales.

Tabla 36. Capacidad Instalada

Días de trabajo por obra	Obras Mensuales	Días anuales de trabajo	Trabajos anuales
6	5	365	60



7.3.1.2 Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada de la nueva empresa de remodelación de interiores se refiere al porcentaje de su capacidad instalada que será aprovechado desde su primer año de vida. En otras palabras, es la cantidad real de proyectos de remodelación que la empresa llevara a cabo en comparación con su capacidad máxima.

Se considera la mano de obra, herramientas, recursos y la capacidad que se ofrecerá para satisfacer la demanda insatisfecha, teniendo en cuenta los siguientes puntos:

- Los trabajos de remodelación se harán en un promedio de 6 días con 8h diarias de trabajo.
- Se trabajará de lunes a domingo según convenga.

Basándose en todos estos factores, se considera adecuado utilizar el 100% durante el primer año de vida de proyecto. De esta manera, mantener el 100% de la capacidad instalada al final del último año de vida útil proyectado.

La tabla 37 representa el calculo de la capacidad utilizada en trabajos de remodelación de interiores para el sector Turubamba Bajo.

Tabla 37. Capacidad utilizada

AÑO	Capacidad instalada en Trabajos de remodelación	% de la capacidad utilizada	Capacidad Utilizada en Trabajos de remodelación
1	60	100%	60
2	60	100%	60
3	60	100%	60
4	60	100%	60
5	60	100%	60
6	60	100%	60
7	60	100%	60
8	60	100%	60
9	60	100%	60
10	60	100%	60

La capacidad instalada (60 x 30% – Tabla 35) para el año base corresponde a 18 trabajos de



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

1859 remodelación.

La tabla 38 representa el cálculo de la participación en el mercado que tendrá la empresa en el sector Turubamba Bajo.

Tabla 38. Participación en el mercado

AÑO	Demanda insatisfecha	Capacidad Utilizada	Porcentaje de participación en el mercado
1	844	60	7,11%
2	796,95	60	7,53%
3	751	60	7,99%
4	704,46	60	8,52%
5	657,33	60	9,13%
6	609,6	60	9,84
7	561,27	60	10,69%
8	512,33	60	11,71%
9	462,77	60	12,97%
10	412,58	60	14,54%

Participación en el mercado (844 x 18 % – Tabla 34 – Tabla 36) para el año base es de 2,13 % de mercado de la remodelación de interiores.

La participación en el mercado se refiere al porcentaje que una empresa representa en el mercado de un producto o servicio específico. Para calcularla, se considera tanto la demanda insatisfecha como la capacidad utilizada. El resultado es el porcentaje de participación de la empresa en ese mercado.

7.4 Localización

La selección de la localización de la nueva empresa se definió en dos ámbitos: el de la macro localización donde se eligió la zona más atractiva para el desarrollo proyecto y la micro localización, que determinó el lugar específico donde se instalará el proyecto.

7.4.1 Factores de localización

Son aquellos que permitirán el normal desempeño de la empresa además de orientar la producción en el espacio, el lugar donde se programará la instalación de las oficinas y bodega de la empresa de remodelación de interiores, cuenta con los siguientes factores:

Insumos: Para la disponibilidad de la materia prima, nuestra empresa contará con el apoyo de distribuidores locales de los materiales a necesitar.

Mano de Obra: Para la puesta en marcha del proyecto será necesario, mano de obra calificada, la cual se encuentra disponible en la ciudad y sector.

Servicios Básicos: Es necesario que la empresa disponga de todos los servicios básicos que contribuyan al funcionamiento eficiente de la misma, estos servicios necesarios son: agua potable, luz eléctrica, teléfono y internet.

Transporte: Cercanía a líneas de transporte público, al transporte de materia prima y servicios en general.

7.4.2 Macro localización

La ubicación general de la empresa se refiere al país, la provincia y la ciudad donde se establecerá. En este caso, la empresa estará en Ecuador, específicamente en la provincia de Pichincha, ciudad de Quito, sector Turubamba, al sur de la ciudad.

Figura 7. Mapa del Ecuador.



Figura 8. Mapa de la Provincia de Pichincha.



Figura 9. Mapa de la ciudad de Quito.



7.4.3 Micro localización

La micro localización es un aspecto crucial para la implementación de la empresa, ya que se refiere al lugar específico donde se establecerá dentro del sector Turubamba Bajo de la ciudad de Quito. Para determinar este sitio, se consideraron las sugerencias de la encuesta aplicada a la población del sector, y el espacio óptimo en donde se tenga fácil acceso a las oficinas de atención físicas junto lo la bodega.

Un análisis exhaustivo de la localidad escogida para determinar la ubicación concreta del proyecto (oficinas y almacenes), en donde se llegó a determinar la provincia, la parroquia y la ubicación del terreno exacto.

Tomando como referencia el tipo de empresa que se desea implementar y el servicio que se ofrece al cliente, se determinó que la mejor ubicación sería en el sector Turubamba Bajo, pasaje S26B y Oe2N.

Figura 10. Mapa del sector Turubamba Bajo.

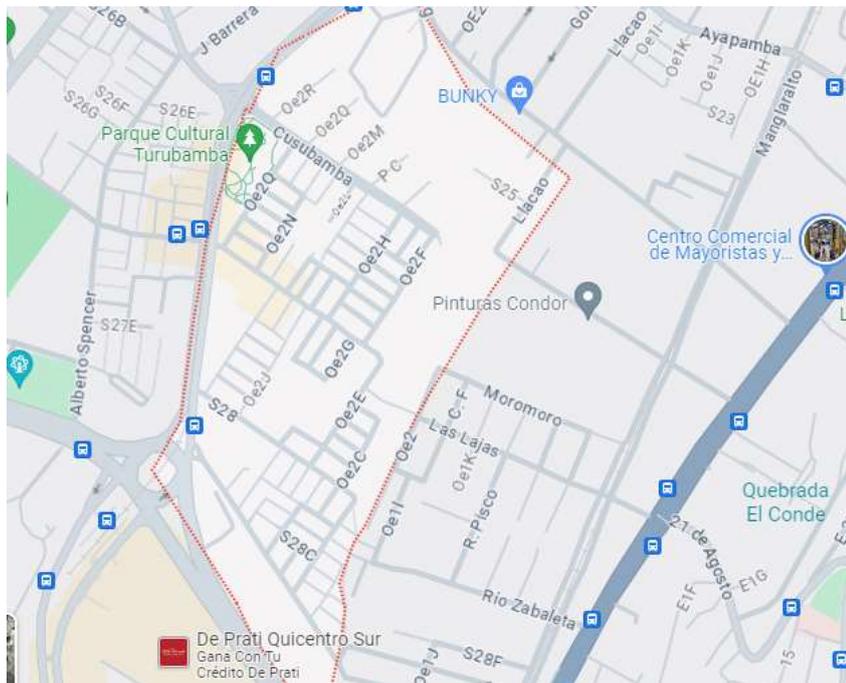
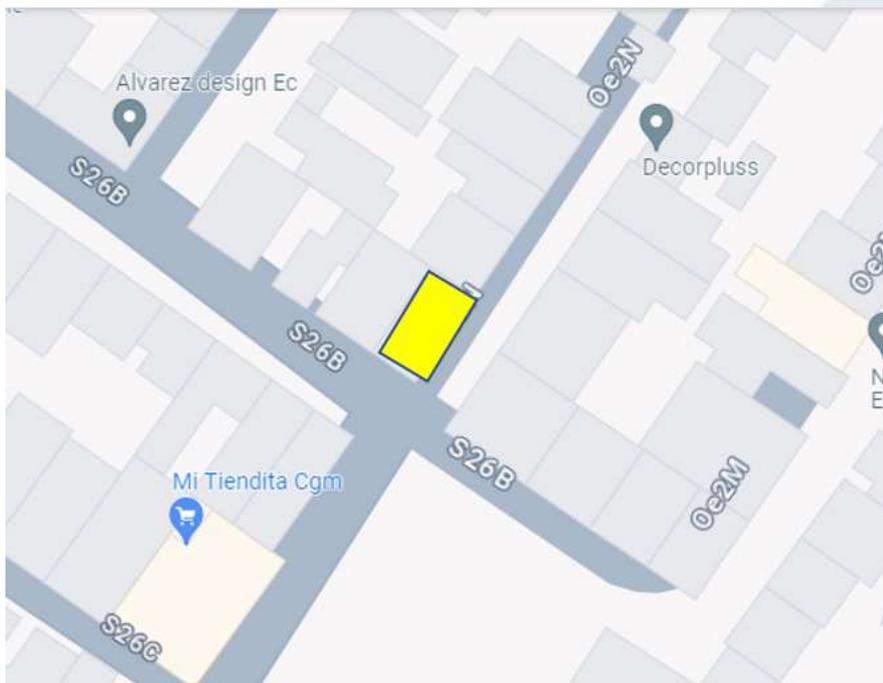


Figura 11. Ubicación del terreno en donde se ubicara el proyecto.





UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

7.5 Ingeniería de procesos

7.5.1 Proceso Productivo

7.5.1.1 Diagrama de flujo

Para llevar a cabo el proyecto, se empleará la simbología internacional estándar para representar las actividades realizadas conforme a la gestión basada en procesos.

Simbología:



Operación: Se utiliza cada vez que ocurra un cambio en un ítem



Movimiento/transporte: Se utiliza para indicar movimiento de materiales o su traslado de un lugar a otro.



Movimiento/transporte: Se utiliza para indicar movimiento de materiales o su traslado de un lugar a otro.



Control: Se emplea para señalar que el flujo del proceso se ha interrumpido, permitiendo así evaluar la cantidad del proceso



Documentación: Se refiere al uso de registros en formato físico durante el proceso de una actividad.



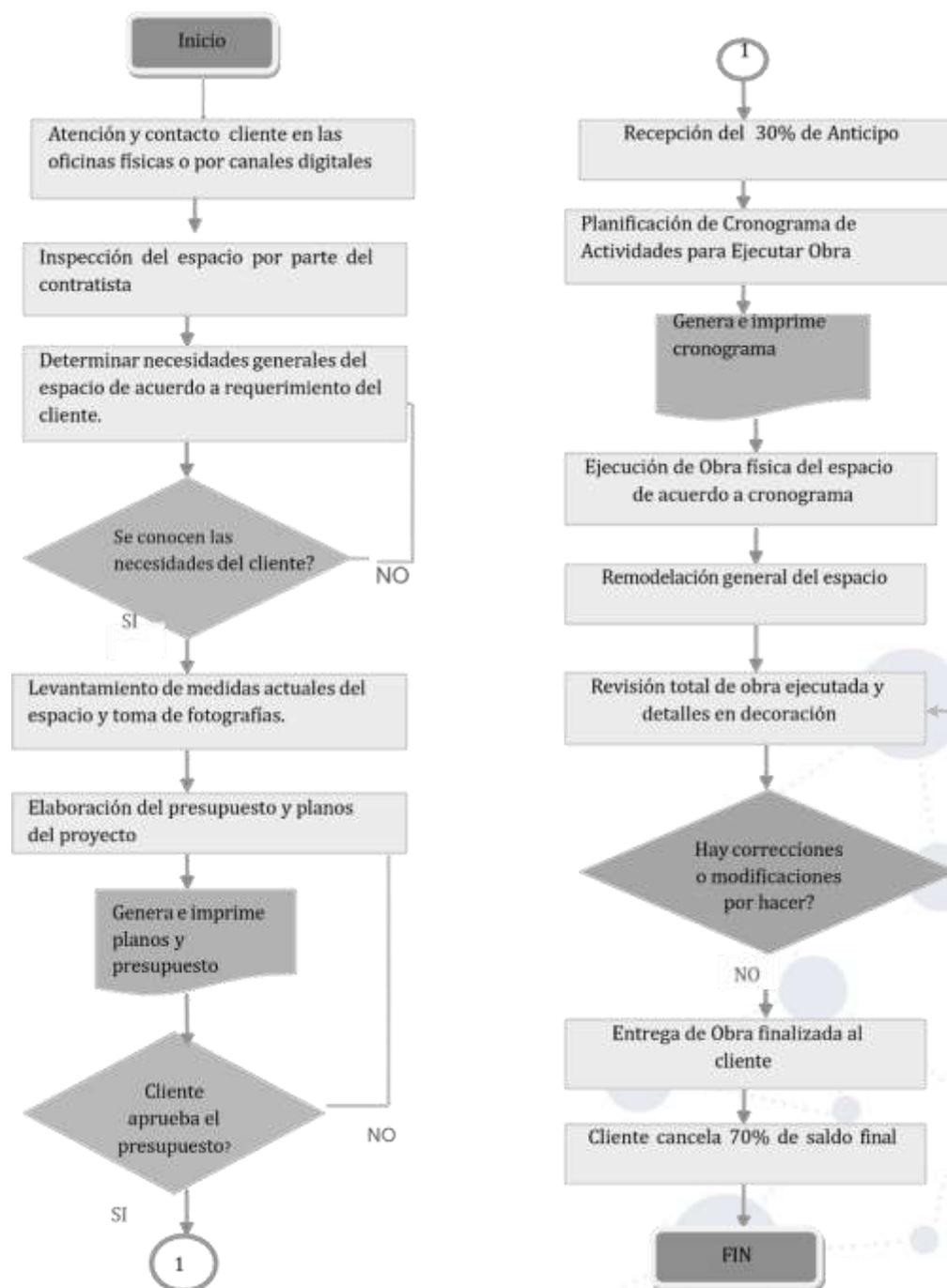
Dirección de flujo: Señala la secuencia y el orden en que se deben llevar a cabo los pasos del proceso



Límites: Marca tanto el inicio como el final del proceso

Diagrama de flujo proceso de adquisición del servicio

Figura 12. Diagrama de flujo de adquisición de servicio.



7.5.1.2 Descripción del proceso de servicio

- **Diseño y planificación:** En esta fase, la empresa de remodelación de interiores se reúne con el cliente para conocer sus necesidades, expectativas, gustos y presupuesto. Luego,



realiza un estudio del espacio a intervenir, toma medidas, hace un análisis de las condiciones existentes y propone un concepto de diseño. También elabora los planos, renders, muestras y especificaciones técnicas del proyecto, y los presenta al cliente para su aprobación.

- **Gestión y contratación:** En esta fase, la empresa de remodelación de interiores se encarga de obtener los permisos y licencias necesarios para la obra, así como de contratar y coordinar a los proveedores, profesionales y subcontratistas que participarán en la ejecución. También realiza un presupuesto detallado y un cronograma de actividades, y los comunica al cliente.
- **Ejecución y supervisión:** En esta fase, la empresa de remodelación de interiores inicia la obra, siguiendo el diseño y la planificación acordados. Durante la ejecución, supervisa la calidad y el cumplimiento de los estándares, resuelve los imprevistos y problemas que puedan surgir, y mantiene una comunicación constante con el cliente. También realiza los ajustes y modificaciones necesarios, según las solicitudes o sugerencias del cliente.
- **Entrega y cierre:** En esta fase, la empresa de remodelación de interiores finaliza la obra, realizando la limpieza, el amoblado y la decoración de los espacios. Luego, entrega el proyecto al cliente, verificando su satisfacción y conformidad. También hace una revisión final de los aspectos técnicos, administrativos y financieros, y cierra el contrato.

La tabla 39 representa el flujo de procesos de servicio representado en días.

Tabla 39. Flujo de procesos

Detalle	Tiempo(días)
Diseño y planificación	
Gestión y contratación	1
Ejecución y supervisión	4
Entrega y cierre	1
Total	6

7.5.1.3 Requerimientos

Indica la cantidad de maquinaria y herramientas que se requiere utilizar para el proceso de realización de los servicios de remodelación.

Taladro Inalámbrico Dewalt



Características

Taladro y atornillador inalámbrico de 1/2" de velocidad variable y reversible amarillo potencia 340 Watts. Cuenta con tecnología sin carbones, que le otorga a la herramienta una mayor eficiencia.

Amoladora Dewalt



Características

Amoladora 4 1/2" 700 W 11000 RPM. Uso industrial.

Sierra Circular Dewalt



Características

Sierra Circular Eléctrica de 7-1/4" (185mm) de 1800W tiene un diseño de guarda con pestaña que permite cortes en todos los ángulos sin atascarse y un ajuste de ángulo de bisel hasta 57°, topes de bisel de 22.5° y 45°. Su guarda protectora con sistema retráctil de alta durabilidad. Poderoso motor de 1800 W Empuñadura ergonómica con superficie contorneada.

Compresor horizontal 25L



Características

Compresor de aire con tanque horizontal de 25 litros. Potencia máxima: 3-1/2" HP, Potencia nominal: 2 HP. Presión máxima de operación: 116 PSI. Flujo de aire: 4,4 CFM @ 40 PSI; 3,4 CFM @ 90 PSI. 2 conexiones. 120 V. Arranque automático y manual. Presóstato con dos manómetros: presión máxima y presión regulable. Para mangueras de 1/4", 3/8" y 1/2". Protector térmico contra sobrecalentamiento del motor.

Lijadora Orbital Stanley 1/4" 240W

Características



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea



Lijadora orbital 240 W. 16000 opm, 110 V. Hoja de ¼". Lijado eficiente, diseño compacto con mango recubierto de goma y baja vibración para un manejo cómodo. Bolsa recolectora de polvo. Interruptor protegido contra el polvo y los residuos.

**Martillo demoledor SDS Max 6 kg 14 J
1200 W**

Características



Martillo demoledor SDS Max 6 kg 14 J 1200 W, Truper Expert. Medidas del Producto: 56.8 x 36.5 x 16.5 cm. Peso: 10,34 kg TRUPER EXPERT

Laptop Dell Inspiron 3525

Características



Sistema Operativo: Windows 11 Home. Procesador: AMD Ryzen 7 5700U de 1,8 GHz (8 núcleos, 8 MB de caché, aumento máximo de hasta 4,3 GHz). Almacenamiento: 512GB M.2 SSD. Memoria RAM: 16 GB DDR4-SDRAM (2 x 8 GB SO-DIMM). Gráficos: AMD Radeon. Sin unidad óptica. Pantalla IPS de 15,6 pulgadas, FHD (1920 x 1080) relación de aspecto 16:9, retroiluminación LED, frecuencia de actualización de 120 Hz, gama de colores NTSC del 45 %, pantalla antirreflejos. Conectividad: Wi-Fi 6 (802.11ax) 1x1 + Bluetooth. Puertos: 1x USB 2.0; 1x USB 3.2 Gen 1 Tipo A; 1x USB 3.2 Gen 1 Tipo-C; 1 HDMI 1.4; 1 conector de audio combinado de 3,5 mm.; 1x entrada CC. Audio: altavoces duales. Cámara con micrófono incorporado. Batería: 41 WH, 3 celdas de iones de litio. Dimensiones: 35,85 x 23,49 x 1,75 cm.

**Impresora Epson L3560 EcoTank
Multifunción WiFi USB**

Características



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea



Conectividad Avanzada
Conectividad avanzada Wi-Fi® y Wi-Fi Direct®
Smart Panel
Compatible con Epson Smart Panel
Fácil control desde el panel frontal
Pantalla LCD a color de 1,44 Pulgadas
La EcoTank L3560 es la opción perfecta para familias, estudiantes, y emprendedores o trabajadores en casa para imprimir más y más rápido, acceder y compartir desde cualquier lugar y dispositivo, y disfrutar de toda la tranquilidad y conveniencia que EcoTank puede brindar. Va más allá de la fiabilidad y eficiencia de serie de EcoTank ofreciendo velocidades de impresión un 50% más rápidas sin comprometer calidad de impresión con la tecnología PrecisionCore Heat Free, se integra al estilo de vida móvil con Smart Panel y control por voz con Alexa3, tiene un diseño fabricado conscientemente con el medio ambiente con una pantalla LCD a color intuitiva.

7.5.2 Distribución de planta

La distribución de planta es esencial para la empresa, ya que permitirá aprovechar de manera eficiente las instalaciones disponibles. La distribución de la planta será la siguiente:

Entrada y salida

Baños (hombres y mujeres)

Área de atención

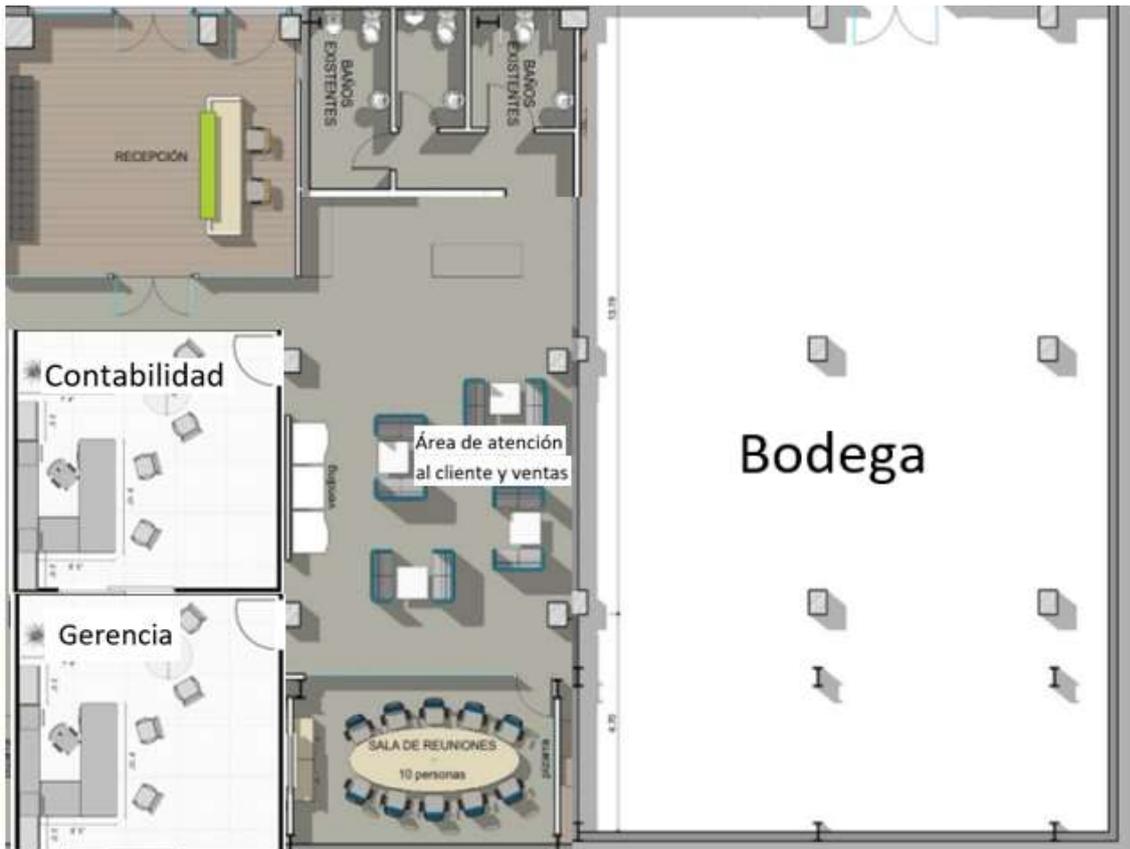
Área recepción

Oficina de Administración

Área Contable

Bodega

Figura 13. Distribución de Planta.



7.6 Estudio Legal y Administrativo

Este análisis genera una comprensión del proceso jurídico, legal y administrativo necesario para establecer una empresa. Su objetivo es definir la estructura organizativa y la filosofía empresarial que orientarán su funcionamiento.

7.6.1 Diseño organizacional

Organización jurídica

Para la creación de esta empresa de servicios de Remodelación de interiores de casa y departamentos es fundamental tomar en cuenta la Constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada, así como otras leyes y reglamentos vigentes en el estado de la República del Ecuador.

En el marco de los objetivos y naturaleza de la empresa “MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES”, se inclinara por su constitución como una COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, en conformidad con el Art. 92.- La compañía de



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura

Características Básicas

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Del capital

Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías y Valores. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías y Valores.

Organización Legal

Toda empresa para que pueda operar libremente debe contar con ciertos requisitos establecidos por la ley, los cuales son:

Acta constitutiva de la empresa

Razón Social: Dado que el nombre de la empresa no puede ser igual al de ninguna otra sociedad registrada en la Superintendencia de Compañías, la denominación con la que la empresa ofrecerá sus servicios en el mercado será única y exclusiva:



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

“MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES”

Objeto: “MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES” El objetivo principal es ofrecer un lugar donde se pueda dar a conocer nuestro servicio de remodelación de interiores de casas y departamentos , Para asegurar el cumplimiento de la razón social, es necesario considerar aspectos como los niveles jerárquicos, organigramas funcionales y jerárquicos, así como el marco jurídico y el reglamento correspondiente.

Domicilio: La ubicación de su domicilio será en Quito sector Turubamba Bajo , pasaje S26B y Oe2N.

Nacionalidad: La empresa de Compañía de Responsabilidad Limitada será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto, está sujeta a leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren.

Duración: La empresa tendrá duración de 10 años, a partir de su inscripción en el registro mercantil.

Representante Legal: presidente del directorio

Capital Social: \$1.000 dólares americanos

1.1.2 Estructura Empresarial

1.1.2.1 Estructura jerarquizada

Es crucial tener en cuenta una planificación organizativa efectiva, ya que esto facilita la asignación adecuada de funciones y responsabilidades a cada miembro del equipo. Además, se establecen los diferentes niveles jerárquicos que conforman la empresa.

Niveles jerárquicos

La estructura organizativa de la empresa determinará los niveles jerárquicos que



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

definen las áreas administrativas, de asesoramiento, de apoyo y operativas. Estos niveles tienen la responsabilidad de garantizar el correcto funcionamiento de la empresa de remodelación de interiores. A continuación, describo los niveles:

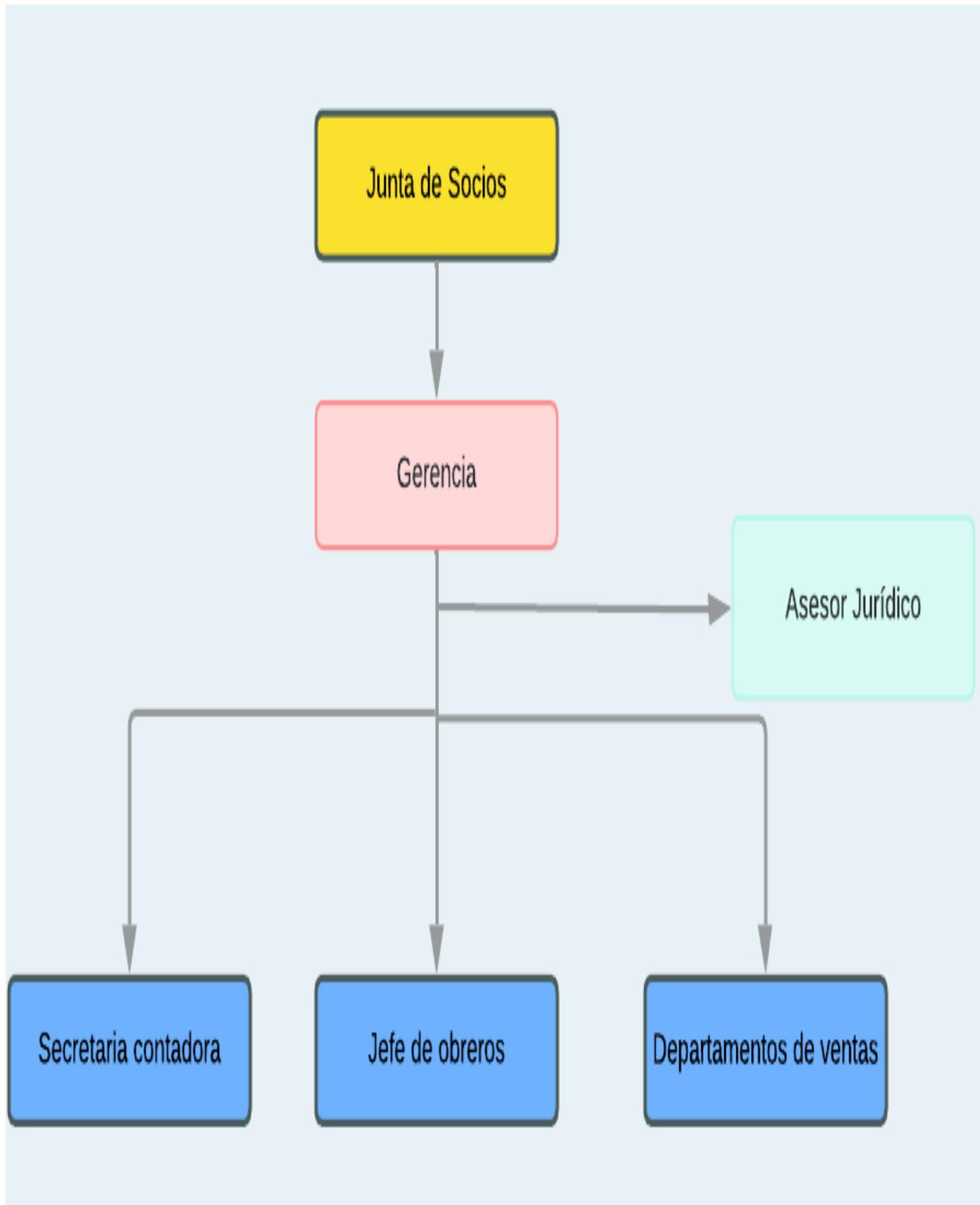
- Nivel Directivo: Este es el órgano máximo de la empresa y está conformado por los socios legalmente constituidos. El presidente representa este nivel y supervisa las funciones generales.
- Nivel Ejecutivo: Aquí se encuentra el gerente general, designado por el nivel directivo. El gerente asume la responsabilidad de la gestión operativa.
- Nivel Asesor: El asesor jurídico se convoca ocasionalmente cuando la empresa lo requiere para cuestiones legales.
- Nivel Auxiliar: Este nivel tiene una autoridad reducida y se encarga de cumplir las instrucciones de los niveles ejecutivos. Incluye a los ayudantes de cocina.
- Nivel Operativo: Comprende todos los servicios ofrecidos en la Empresa, abarcando los distintos departamentos de servicios.

7.6.2 Organigrama Estructural

La estructura organizativa de la empresa MARO REMODELACION DE INTERIORES se organiza en los siguientes niveles jerárquicos:

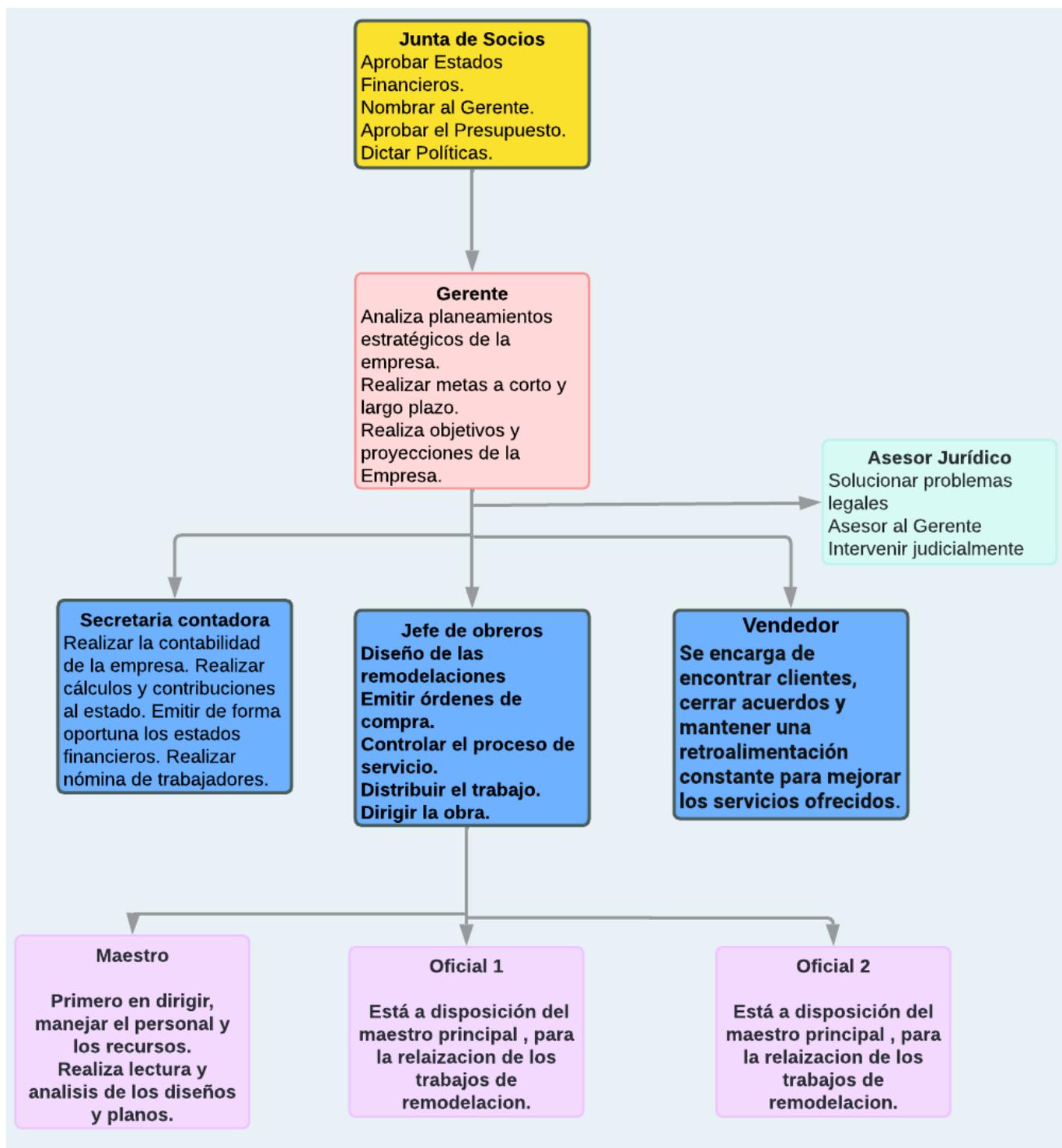
- Junta General de Socios: Es el órgano máximo de la empresa y está conformado por los socios. Aquí se toman decisiones estratégicas.
- Gerente General: Encabeza la gestión operativa de la Empresa. Es responsable de la dirección y coordinación de todas las áreas.
- Secretaria Contadora: Apoya en tareas administrativas y contables, como la gestión de documentos y registros financieros.
- Asesor Jurídico: Se convoca ocasionalmente para cuestiones legales y asesoramiento jurídico.
- Departamento de Ventas: Encargado de las estrategias comerciales, atención al cliente y ventas.
- Departamento de Producción: Responsable de la realización de las obras de remodelación.

Figura 14. Estructura organizacional.



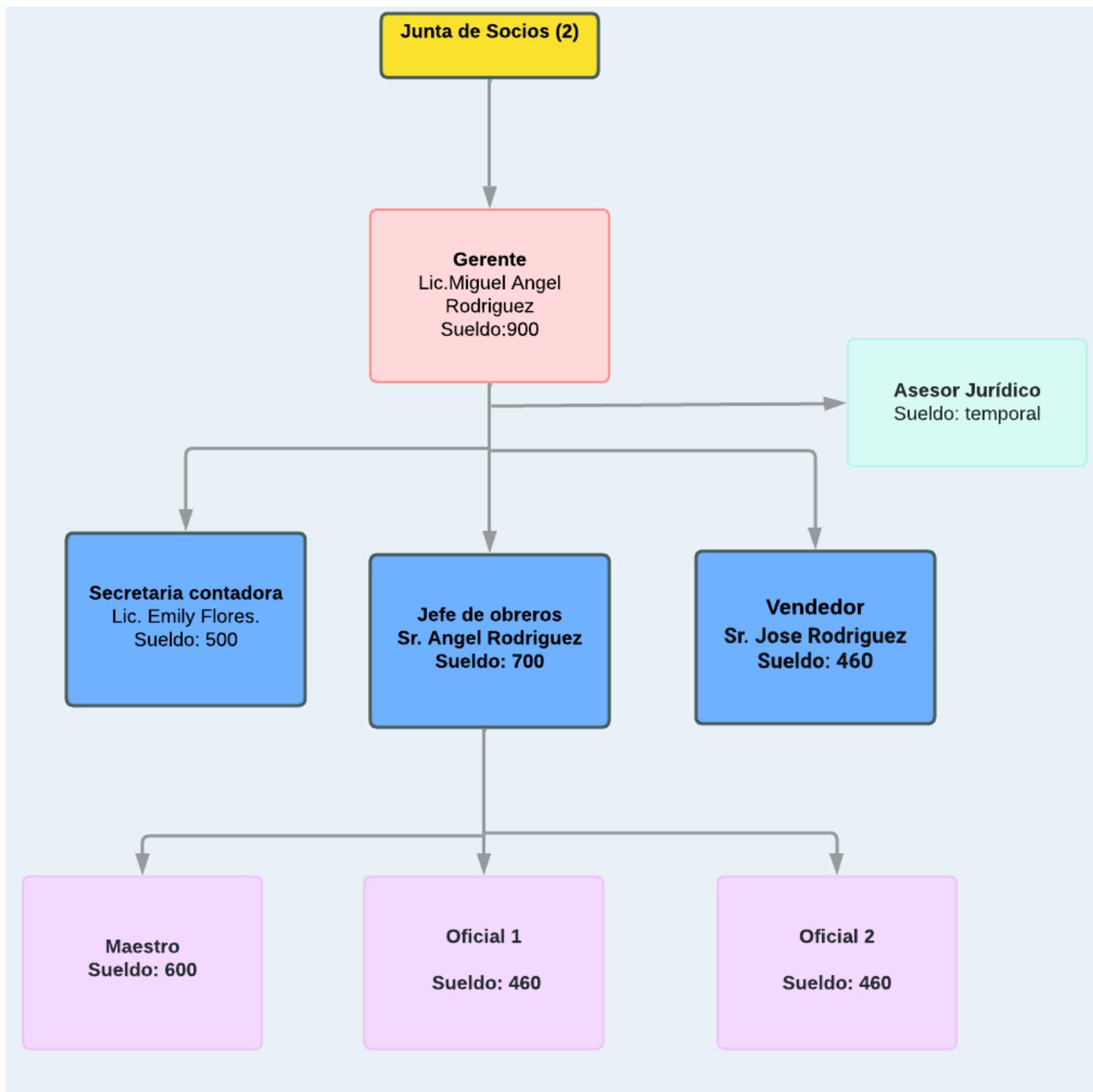
7.6.3 Organigrama Funcional

Figura 15. Organigrama Funcional .



7.6.4 Organigrama posicional

Figura 16. Organigrama posicional





UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

7.6.5 Filosofía empresarial

La filosofía empresarial consiste en un conjunto de principios que orientan las acciones y decisiones de la empresa. Esta filosofía debe incluir elementos como la misión, la visión, los valores y las políticas.

7.6.5.1 Misión:

Nuestra misión es crear soluciones de diseño y remodelación interior de viviendas con una combinación perfecta de estilo, conceptos innovadores y funcionalidad. Nos apasiona enfatizar la individualidad a través del diseño inteligente. Cada proyecto que creamos es único y está diseñado específicamente para su ubicación, aportando elegancia y estilo destacados.

7.6.5.2 Visión:

Nos esforzamos por ser una empresa de remodelación de interiores de renombre, sostenible y deseable a nivel nacional. Nuestros proyectos se basan en soluciones creativas, atención al detalle y conceptos holísticos que mejoran los espacios. A lo largo del tiempo, hemos convertido nuestras visiones en tradiciones sólidas, implementando proyectos en todo el mundo.

7.6.5.3 Valores

Los valores de la nueva empresa de remodelación de interiores son fundamentales para guiar sus acciones y decisiones. Aquí te presento algunos valores comunes que pueden aplicarse a este tipo de negocio:

- **Creatividad:** Fomentar la innovación y la originalidad en el diseño de interiores.
- **Calidad:** Compromiso con la excelencia en cada proyecto y servicio ofrecido.
- **Integridad:** Actuar con honestidad, transparencia y ética en todas las interacciones.
- **Colaboración:** Trabajar en equipo con clientes, proveedores y colegas para lograr resultados excepcionales.
- **Sostenibilidad:** Considerar el impacto ambiental y social en las decisiones de diseño y materiales.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

- **Empatía:** Comprender las necesidades y deseos de los clientes para crear espacios personalizados.
- **Innovación:** Estar al tanto de las últimas tendencias y tecnologías en diseño de interiores.

7.6.5.4 Políticas

Las políticas que se aplicaran a empresa de remodelación de interiores son la siguientes:

Política de Pagos:

- Establecer plazos claros para los pagos de los clientes.
- Definir las consecuencias por pagos atrasados.

Política de Diseño:

- Presentar un único plan de diseño inicial y permitir ajustes según las preferencias del cliente.
- No negociar las tarifas de diseño.

Política de Comunicación:

- Establecer canales de comunicación claros con los clientes.
- Definir los tiempos de respuesta y las reuniones programadas.

Política de Calidad:

- Compromiso con la excelencia en la ejecución de proyectos.
- Realizar inspecciones de calidad durante y después de la remodelación.

Política de Privacidad:

- Proteger la información confidencial de los clientes.
- Cumplir con las regulaciones de privacidad.

Política de Cambios:

- Establecer procedimientos para cambios en el diseño o el alcance del proyecto.
- Aclarar los costos adicionales asociados con cambios.

7.6.6 Manual de funciones

Los manuales de funciones son herramientas que definen en detalle las responsabilidades de cada puesto de trabajo, incluyendo su dependencia, perfil y las habilidades necesarias para desempeñar el cargo. Estos manuales serán implementados en caso de que la empresa se establezca en los próximos años.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Al elaborar el Manual de funciones, se deben tener en cuenta los siguientes puestos:



REMODELACIÓN DE
INTERIORES

MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES

Perfil de puesto

Dependencia:	Gerencia
Nombre del Cargo:	Gerente
Superior Inmediato:	Junta de socios
Subalternos:	Todo el personal de la empresa
Número de personas en el Cargo:	1

Funciones Principales:

Representar legalmente la empresa
 Planear, organizar, dirigir y controlar los recursos de la empresa
 Ejecutar funciones administrativas y técnicas
 Cumplir y hacer cumplir las normas de la empresa
 Administrar al personal
 Supervisar que se cumplan los objetivos planteados
 Establecer negociaciones con los proveedores
 Evaluar constantemente la evaluación de costos y la optimización de recursos

Requisitos:	Licenciado en administración de empresas o afines
Experiencia:	Un año en experiencia en cargos administrativos
Valores:	Responsable, honesto, empático, compromiso, proactivo y profesionalismo



REMODELACIÓN DE
INTERIORES

MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES

Perfil de puesto

Dependencia:	Legal
Nombre del Cargo:	Asesor Jurídico
Superior Inmediato:	Gerente
Subalternos:	No aplica
Número de personas en el Cargo:	1

Funciones Principales:



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

1859

- Brindar asesoría jurídica en las diferentes gestiones de la empresa.
- Crear y gestionar un archivo de contratos, convenios y reglamentos.
- Proporcionar propuestas para reformas legales de la empresa.
- Representar legalmente a la empresa.

Requisitos:	Abogado
Experiencia:	1 año
Valores:	Responsable, honesto, compromiso y profesionalismo



REMODELACIÓN DE
INTERIORES

MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES

Perfil de puesto

Dependencia:	Contabilidad
Nombre del Cargo:	Secretaria Contable
Superior Inmediato:	Gerente
Subalternos:	No aplica
Número de personas en el Cargo:	1

Funciones Principales:

- Asesorar en el ámbito contable, tributario, financiero al Gerente.
- Ordenar y clasificar comprobantes contables y elaborar el rol de pagos
- Revisar los informes ingresos y egresos mensuales.
- Registrar mensualmente los libros contables, incluyendo el registro de facturas emitidas y recibidas, para cumplir con la declaración al SRI.
- Colaborar en la elaboración de presupuestos.

Requisitos:	Contador profesional
Experiencia:	1 año
Valores:	Responsable, honesto, compromiso y profesionalismo



REMODELACIÓN DE
INTERIORES

MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES

Perfil de puesto

Dependencia:	Producción
Nombre del Cargo:	Jefe de obreros
Superior Inmediato:	Gerente
Subalternos:	Maestro, y oficiales de obra
Número de personas en el Cargo:	1

Funciones Principales:

- Supervisar y dirigir proyectos de remodelación desde su concepción hasta su



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

finalización.

- Asegurarse de que se cumplan las especificaciones del cliente y los requisitos.
- Planificar horarios diarios de trabajo y coordinar a los trabajadores en el sitio.
- Coordinar con subcontratistas y proveedores.
- Inspeccionar regularmente los sitios de construcción para identificar y eliminar posibles riesgos de seguridad.
- Garantizar que se cumplan los estándares de calidad.
- Administrar el uso de equipos y maquinaria de construcción.
- Resolver problemas y buscar mejoras en los procesos de construcción

Mantener una comunicación fluida entre los gerentes de proyecto, el personal del sitio y los clientes.

Requisitos:	Arquitectura o afines
Experiencia:	1 año
Valores:	Responsable, honesto, compromiso y profesionalismo.



REMODELACIÓN DE
INTERIORES

MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES

Perfil de puesto

Dependencia:	Producción
Nombre del Cargo:	Maestro de obra
Superior Inmediato:	Jefe de obreros
Subalternos:	oficiales de obra
Número de personas en el Cargo:	1

Funciones Principales:

- Supervisar y dirigir las actividades de construcción en el sitio.
- Asegurarse de que se sigan las especificaciones y los planos.
- Organizar y supervisar a los albañiles y otros trabajadores en el sitio.
- Asignar tareas y asegurarse de que se completen correctamente.
- Seleccionar y distribuir los materiales y herramientas necesarios para la construcción.
- Coordinar la entrega oportuna de suministros.
- Inspeccionar el trabajo para garantizar que cumpla con los estándares de calidad.
- Velar por la seguridad en el sitio y corregir posibles riesgos.
- Mantener una comunicación efectiva con otros miembros del equipo y el jefe de obras.
- Reportar el progreso y resolver problemas.

Requisitos:	Conocimiento total de construcción
Experiencia:	10 años
Valores:	Responsable, honesto, compromiso y profesionalismo.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea



REMODELACIÓN DE
INTERIORES

MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES

Perfil de puesto

Dependencia:	Producción
Nombre del Cargo:	Oficial de obra
Superior Inmediato:	Maestro de obra
Subalternos:	No aplica
Número de personas en el Cargo:	2

Funciones Principales:

- Asegurarse de seguir las especificaciones de los superiores y los planos.
- Hacer un uso correcto de los materiales y herramientas de la empresa.
- Asegurarse de realizar un buen trabajo en las obras de remodelación.
- Seguir plenamente las instrucciones del maestro de obra.
- Apoyar en todas las fases de los proyectos de remodelación.

Requisitos:	Conocimiento total de construcción
Experiencia:	2 años
Valores:	Responsable, honesto, compromiso y profesionalismo.

7.7 Estudio financiero

7.7.1 Inversiones y financiamiento

Para establecer y operar la “MARO REMODELACION DE INTERIORES CIA. LTDA”, se requiere invertir en tres tipos de activos: Activos fijos, Activos diferidos y Activos circulantes (también conocido como capital de trabajo):

- **Activos fijos:** Estos son los bienes duraderos que la empresa necesita para funcionar, como muebles, maquinaria, equipos de construcción, herramientas, etc.
- **Activos diferidos:** Estos son gastos que se amortizan con el tiempo, como licencias, permisos, seguros y otros costos iniciales.
- **Activos circulantes (capital de trabajo):** Representa los recursos necesarios para mantener las operaciones de la empresa, como inventario, efectivo en caja, cuentas por cobrar y pagar.



Inversiones

7.7.1.1 Inversiones en activos fijos

Las inversiones en un proyecto son todo tipo de adquisición de bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación o para respaldar las operaciones diarias. Dentro de los activos fijos, se incluyen elementos como maquinaria, mobiliario, vehículos y otros recursos duraderos.

a. Equipo para “MARO REMODELACIÓN DE INTERIORES”

Se refiere a los recursos esenciales necesarios para poner en marcha la empresa de remodelación de interiores, lo cual posibilitará la prestación de un servicio de alta calidad a los clientes. Este conjunto de elementos conlleva a un costo total de 2.213,97 dólares.

Tabla 40. Maquinaria y Equipo.

Descripción	Unidades	V.unitario	V.Total
Taladro Inalámbrico Dewalt	4	\$220,00	\$880,00
Amoladora Dewalt	2	\$53,00	\$106,00
Martillo demoledor SDS Max 6 kg 14 J 1200 W	1	\$357,29	\$357,29
Sierra Circular Dewalt	2	\$140,00	\$280,00
Compresor horizontal 25L	2	\$205,34	\$410,68
Lijadora Orbital Stanley 1/4" 240W	4	\$45,00	\$180,00
Total			\$2.213,97

b. Muebles y enseres

La inversión total de 2.970,96 dólares en la empresa de remodelación incluye todos los bienes necesarios para cumplir con sus funciones. Esto abarca desde sillas, escritorios, archivadores y vitrinas destinadas al uso en la empresa hasta un para las administrativas, en los que se incluye perchas para la bodega.

**Tabla 41. Muebles y enseres**

Descripción	Unidades	V.unitario	V.Total
Escritorio	4	\$164,24	\$656,96
Sillas de oficina	8	\$89,25	\$714,00
Mesa grande	1	\$250,00	\$250,00
Silla gerencial	2	\$120,00	\$240,00
Pechas	10	\$75,00	\$750,00
Archiveros	6	\$60,00	\$360,00
Total			\$2.970,96

c. Equipo de computo

Se refieren a los equipos que permiten que se cumplan las operaciones comerciales y administrativas. En este caso, se adquirirán las computadoras junto con dos impresoras de escritorio para precisar las funciones de administración, contabilidad, comercial y para mantener un manejo correcto del inventario. El monto de este rubro es de 3.472,00 dólares.

Tabla 42. Equipo de computo

Descripción	Unidades	V.unitario	V.Total
Impresora Epson L3560 EcoTank Multifunción WiFi USB	2	\$254,00	\$508,00
Laptop Dell Inspiron 3525	4	\$741,00	\$2.964,00
Total			\$3.472,00

d. Herramientas

Para los procesos productivos, además de maquinaria y equipos, es necesario utilizar herramientas que ayuden a la ejecución adecuada de la realización de los proyectos de remodelación. La inversión total de estas herramientas es de \$3.878,46.



Tabla 43. Herramientas.

Descripción	Unidades	V. Unitario	V. Total
Kit de herramientas para pintura	1	\$120,00	\$120,00
Kit de herramientas para electricidad	1	\$90,00	\$90,00
Kit de herramientas para plomería	1	\$200,00	\$200,00
Andamio metálico	1	\$319,00	\$319,00
Andamio desarmable	8	\$650,00	\$650,00
Escaleras	4	\$93,75	\$375,00
Valdés	5	\$3,50	\$17,50
Carretilla	2	\$75,00	\$150,00
Pala	5	\$9,82	\$49,10
Barreta	4	\$15,00	\$60,00
Flexo metro	5	\$1,96	\$6,96
Vailejo	5	\$15,00	\$75,00
Escuadra	5	\$4,18	\$20,90
Combo	5	\$10,00	\$50,00
Extensiones	4	\$4,90	\$19,60
Cinzel	5	\$3,00	\$15,00
Nivel	2	\$8,92	\$17,84
Perro	3	\$15,00	\$45,00
Martillo	4	\$7,14	\$28,56
Sogas	6	\$20,00	\$120,00
Llanas	5	\$5,00	\$25,00
Disco de hormigón	6	\$7,00	\$42,00
Disco de madera	6	\$7,00	\$42,00
Cortadora de cerámica	2	\$231,00	\$462,00
Polea	2	\$7,00	\$14,00
Paletas	4	\$10,00	\$40,00
Codales	4	\$6,00	\$24,00
TOTAL			\$3.878,46

e. Equipo de seguridad

Se trata de equipos esenciales que se emplean en situaciones de emergencia, constituyendo un recurso fundamental para brindar primeros auxilios ante cualquier eventualidad que necesite atención dentro de la empresa.

Tabla 44. Equipos de seguridad.

Descripción	Unidades	V.unitario	V.Total
Botiquín	1	\$30,00	\$30,00
Extintor	1	\$20,00	\$20,00
Total			\$50,00

f. Vehículo

La movilidad es crucial para el transporte de los recursos materiales y humanos de la empresa. Facilitará el transporte de las herramientas, materiales y obreros hacia los proyectos de remodelación.

Tabla 45. Vehículo

Descripción	Unidades	V.unitario	V.Total
Camioneta	1	\$20.000,00	\$20.000,00
Total			\$20.000,00

7.7.1.2 Resumen de activos fijos

A continuación, se detalla el cuadro de resumen de activos fijos en la cual se toma la cantidad de dólares de cada uno de los activos. El monto del presente rubro es de \$32.585,39 dólares.

Tabla 46. Resumen de activos fijos.

Activos fijos	Valor total
Maquinaria y equipo	\$2.213,97
Muebles y enseres planta o servicio	\$2.970,96
Equipo de cómputo 1er año	\$3.472,00
Herramientas	\$3.878,46
Equipo de seguridad	\$50,00
Vehículo	\$20.000,00
Total	\$32.585,39

7.7.1.3 Depreciaciones de los activos fijos

Los porcentajes de depreciación de cada activo fijo de la empresa de remodelación fueron determinados conforme a las directrices establecidas por la Ley de Régimen Tributario vigente en Ecuador, los cuales son:

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual
- Instalaciones, maquinarias, equipo y muebles 10% anual



- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipo de cómputo y software 33% anual

Se considera depreciaciones al desgaste que sufren todos los activos fijos tangible.

Tabla 47. Depreciaciones de activo fijo

Activos fijos	Costo	Vida útil	% Depreciación	Depreciación anual	Valor Residual (6 a 10 año)
Maquinaria y equipo	\$2.213,97	10	10,00%	\$221,40	\$1.106,99
Muebles y enseres planta o servicio	\$2.970,96	10	10,00%	\$297,10	\$1.485,48
Equipo de cómputo	\$3.472,00	3	33,00%	\$1.145,76	-
Herramientas	\$3.878,46	10	10,00%	\$387,85	\$1.939,23
Equipo de seguridad	\$50,00	10	10,00%	\$5,00	\$25,00
Vehículo	\$20.000,00	10	10,00%	\$2.000,00	\$10.000,00
Total	\$32.585,39				\$14.556,70

7.7.1.4 Inversiones de activos diferidos

Este aspecto se refiere a la fase pre operativa en la que se deben efectuar ciertos gastos esenciales para asegurar el funcionamiento adecuado de la empresa. Algunos de estos gastos incluyen:

Tabla 48. Activos diferidos.

Cantidad	Detalle	Valor
1	Software de Gestión	\$400,00
1	Elaboración del estudio	\$800,00
1	Gastos de constitución de la empresa	\$800,00
1	Permiso de operación	\$200,00
1	Adecuaciones	\$150,00
1	Trámites para obtención del RUC	\$20,00
	TOTAL	2.370,00

7.7.1.5 Amortización de activo diferido



Se distribuye de manera equitativa a lo largo de los años de vida útil del proyecto, que en este caso abarcan un período de 10 años. A continuación, se presenta un desglose en la siguiente tabla:

Tabla 49. Amortización de activo diferido

Año	V.A. Diferido	Amortización	Valor Total
1	\$2.370,00	\$237,00	\$2.133,00
2	\$2.133,00	\$237,00	\$1.896,00
3	\$1.896,00	\$237,00	\$1.659,00
4	\$1.659,00	\$237,00	\$1.422,00
5	\$1.422,00	\$237,00	\$1.185,00
6	\$1.185,00	\$237,00	\$948,00
7	\$948,00	\$237,00	\$711,00
8	\$711,00	\$237,00	\$474,00
9	\$474,00	\$237,00	\$237,00
10	\$237,00	\$237,00	\$0,00

7.7.1.6 Inversiones en capital de trabajo

Las inversiones de capital de trabajo incluyen todos los recursos necesarios para iniciar las actividades operativas, es decir, se describen los costos involucrados en el proceso de la prestación del servicio de remodelación de interiores de las viviendas en el sector de Turubamba Bajo. El capital de trabajo se calcula para un tiempo estimado de un mes.

7.7.1.6.1 Costo primo

Estos son los fondos económicos que se deben destinar para proporcionar a la empresa de remodelación, esto incluye todos los elementos esenciales para su funcionamiento normal durante un período específico. Esto permite cumplir con las obligaciones financieras. El capital de operación se calcula para un período en el que se prevé que la empresa comenzará a generar ingresos a través de la venta de sus servicios.

7.7.1.6.2 Mano de obra directa

Se definió como mano de obra directa a 1 jefe de obreros, 1 maestro de obra, 2 oficiales



de obra para la empresa de remodelación de interiores por lo que están relacionado de manera directa con el servicio, la remuneración se la realiza en base a la ley.

Tabla 50. Mano de obra directa.

Cargo	Jefe de obreros	Maestro de obra	Oficial de obra
Salario	\$700,00	\$600,00	\$460,00
Décimo tercer sueldo	\$58,33	\$50,00	\$38,33
Décimo cuarto sueldo	\$0,00	\$38,33	\$38,33
Aporte Patronal 11,15%	\$78,05	\$66,90	\$51,29
Fondos de Reserva 8,33%	\$58,31	\$49,98	\$38,32
Costo Real del Puesto	\$894,69	\$805,21	\$626,27
Número de empleados	1	1	1
Total, mensual	\$894,69	\$805,21	\$626,27
Total anual	\$10.736,32	\$9.662,52	\$7.515,26

7.7.1.7 Costo de operación

Los costos de operación se refieren a los valores que no tienen impacto directo en el proceso de productivo, por lo tanto, son erogaciones primordiales para garantizar el funcionamiento eficiente de la empresa.

Gastos de Administración. – Son los gastos que se deben pagar a los empleados de la empresa, suministros para la oficina, servicios básicos, etc.

Suministros de trabajo. – Se toma en cuenta todos los elementos necesarios para que los empleados trabajen de manera apropiada en los proyectos de remodelación de interiores en las viviendas.

**Tabla 51. Suministros de Trabajo.**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. total
Pares de guantes de nitrilo color azul	40	\$4,50	\$180,00
Overoles de gabardina	5	\$25,00	\$125,00
Mascarillas de un filtro	12	\$2,50	\$30,00
Cascos marca Truper	5	\$8,50	\$42,50
Cinturones de seguridad Arnets	5	\$20,00	\$100,00
Pares de botas amarillas	5	\$11,00	\$55,00
Total			\$532,50

Sueldos Administrativos. – Se refieren a los desembolsos o remuneraciones que deben otorgarse al personal que trabaja en el establecimiento de la empresa, el cual no participa directamente en la ejecución del servicio, si no que desempeña funciones en áreas como administración, contabilidad, entre otros.

Tabla 52. Sueldos Administrativos.

Cargo	Gerente	Secretario - Contador	Vendedor
Salario	\$900,00	\$500,00	\$460,00
Décimo tercer sueldo	\$75,00	\$41,67	\$38,33
Décimo cuarto sueldo	\$38,33	\$38,33	\$38,33
Aporte Patronal 11,15%	\$100,35	\$55,75	\$51,29
Fondos de Reserva 8,33%	\$74,97	\$41,65	\$38,32
Costo Real del Puesto	\$1.188,65	\$677,40	\$626,27
Número de empleados	\$1,00	\$1,00	\$1,00
TOTAL MENSUAL	\$1.188,65	\$677,40	\$626,27
TOTAL ANUAL	\$14.263,84	\$8.128,76	\$7.515,26

Honorarios profesionales. - Estos son los profesionales independientes que ofrecen sus servicios a una empresa sin estar bajo subordinación directa y sin recibir un salario fijo. En cambio, su compensación se basa en honorarios por los servicios prestados.

**Tabla 53. Honorarios profesionales.**

Cantidad	Detalle	Valor mensual	Valor anual
1	Asesor jurídico	50	600
Total		50	600

Servicios básicos. – En este apartado se considera todos los costos que se pagan mes a mes por consumo de agua potable, energía eléctrica e internet esenciales para las actividades diarias de la empresa.

Agua potable. – Se refieren a los montos asociados al consumo de agua potable en establecimiento de la empresa, que incluyen actividades como la limpieza de la infraestructura para mantener un entorno sin malos olores y el uso de los sanitarios.

Tabla 54. Agua potable.

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Valor mensual	Valor anual
Servicio de agua potable	30	m3	\$0,62	\$18,60	\$223,20
Total				\$18,60	\$223,20

Energía eléctrica. – Se destinarán a las instalaciones de las oficinas y bodega asegurar una iluminación adecuada y el funcionamiento de los equipos tecnológicos.

Tabla 55. Energía eléctrica.

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Valor mensual	Valor anual
Servicio de energía eléctrica	200	kW/h	\$0,12	\$24,00	\$288,00
Total				\$24,00	\$288,00

Servicio de internet. -Este servicio va dirigido específicamente al área administrativa, dado que es una herramienta esencial en la actualidad que facilita el mantenimiento de una comunicación más ágil con clientes y proveedores.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Tabla 56. Servicio de internet.

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Valor mensual	Valor anual
Servicio de Internet	1	megas	\$29,00	\$29,00	\$348,00
Total				\$29,00	\$348,00

Software de facturación electrónica. – Este software ayudara a realizar de forma fácil todas las facturas de la empresa de remodelación de interiores, es decir, se encarga de generar y recibir facturas electrónicas.

Tabla 57. Software de facturación electrónica.

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor anual
Software de facturación (paquete)	1	\$55,00	\$110,00
Total			\$110,00

Suministros de oficina. – Se refieren a los recursos utilizados diariamente en las oficinas y que son indispensables para llevar a cabo las tareas administrativas de forma eficiente.

Tabla 58. Suministros de oficina.

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor mensual	Valor anual
Resma de Papel Bond	4	\$3,75	\$15,00	\$180,00
Tinta de impresora	1	\$20,00	\$20,00	\$240,00
Grapadora	4	\$4,50	\$18,00	\$18,00
Perforadora	4	\$3,50	\$14,00	\$14,00
Total			\$67,00	\$452,00

Útiles de aseo. – Son materiales y utensilios necesarios que se requieren para mantener limpio las instalaciones de la empresa y así brindar un ambiente de alta calidad.



Tabla 59. Utilices de aseo.

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor mensual	Valor anual
Escobas plástico	1	\$3,00	\$3,00	\$36,00
Trapeadores	1	\$4,00	\$4,00	\$48,00
Cloro	1	\$1,50	\$1,50	\$18,00
Desinfectantes	3	\$2,50	\$7,50	\$90,00
Dispensador de papel	2	\$15,00	\$30,00	\$360,00
Papel higiénico (rollos)	4	\$2,00	\$8,00	\$96,00
Dispensador de jabón líquido	2	\$20,00	\$40,00	\$480,00
Jabón líquido	1	\$3,50	\$3,50	\$42,00
Total			\$97,50	\$1.170,00

Arriendo de local. – Para llevar a cabo las gestiones administrativas de la empresa se debe contar con un espacio que se adapte a las necesidades del para el proyecto.

Tabla 60. Arriendo de local.

Descripción	Precio unitario	Valor mensual	Valor anual
Arriendo de local	\$300,00	\$300,00	\$3.600,00
Total		\$300,00	\$3.600,00

Publicidad. – Se refiere a las estrategias publicitarias para posicionar los servicios de la empresa en el mercado. Esta publicidad se llevará a cabo a lo largo de los 5 primeros años de vida de la empresa con el objetivo de aumentar la aceptación de los clientes.

Tabla 61. Publicidad digital

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor mensual	Valor anual
Publicidad digital	1	\$20,00	\$20,00	\$240
Total			\$20,00	\$240,00

Insumos de seguridad. – Se trata de los recursos que facilitarán hacer frente a situaciones imprevistas dentro de las instalaciones de la empresa, es decir, son insumos necesarios para brindar primeros auxilios ante cualquier eventualidad que requiera atención inmediata.



Tabla 62. Insumos de seguridad.

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor mensual	Valor anual
Recarga de extintor	2	\$6,00	\$2	\$24,00
Total			\$2	\$24,00

7.7.1.7.1 Resumen capital de trabajo

Los valores correspondiente al capital de trabajo que la empresa de remodelación de interiores necesita para su gestión.

Tabla 63. Resumen de capital de trabajo

Costo de Producción	Total, mensual	Total, anual
Mano de Obra Directa	\$2.326,17	\$27.914,10
Costo de Operación		
Suministros de trabajo	\$44,38	\$532,50
Sueldos Administrativos	\$2.492,32	\$29.907,86
Honorarios profesionales	\$50,00	\$50,00
Energía eléctrica	\$24,00	\$288,00
Agua potable	\$18,60	\$223,20
Servicio de internet	\$29,00	\$348,00
Insumos de seguridad	\$2,00	\$24,00
Software de facturación electrónica	\$9,17	\$110,00
Suministros de oficina	\$37,67	\$452,00
Útiles de aseo	\$97,50	\$1.170,00
Arriendo de local	\$300,00	\$3.600,00
Publicidad	\$20,00	\$240,00
TOTAL	\$5.450,80	\$64.859,66



7.7.1.8 Resumen total de la inversión

La suma de los montos correspondientes al activo fijo, activo diferido y activo circulante, nos da como resultado una inversión total de \$ 40.406,19.

Tabla 64. Resumen de la inversión.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	
Activos fijos	
Maquinaria y equipo	\$2.213,97
Muebles y enseres planta o servicio	\$2.970,96
Equipo de cómputo	\$3.472,00
Herramientas	\$3.878,46
Equipo de seguridad	\$50,00
Vehículo	\$20.000,00
Total, de activo fijo	\$32.585,39
Activo diferido	
Software de Gestión	\$400,00
Elaboración del estudio	\$800,00
Gastos de constitución de la empresa	\$800,00
Permiso de operación	\$200,00
Adecuaciones	\$150,00
Trámites para obtención del RUC	\$20,00
Total, de activo diferido	2.370,00
Capital de Trabajo	
Mano de Obra Directa	\$2.326,17
Suministros de trabajo	\$44,38
Sueldos Administrativos	\$2.492,32
Honorarios profesionales	\$50,00
Energía eléctrica	\$24,00
Agua potable	\$18,60
Servicio de internet	\$29,00
Insumos de seguridad	\$2,00
Software de facturación electrónica	\$9,17
Suministros de oficina	\$37,67
Útiles de aseo	\$97,50
Arriendo de local	\$300,00
Publicidad	\$20,00
Total, de capital de trabajo	\$5.450,80
Total, inversión	\$40.406,19

7.7.2 Financiamiento

Este proyecto requiere de un monto de \$40.406,19 dólares de inversión inicial , el cual se obtendrá a través de fuentes de financiamiento internas es decir capital propio .



Tabla 65. Financiamiento.

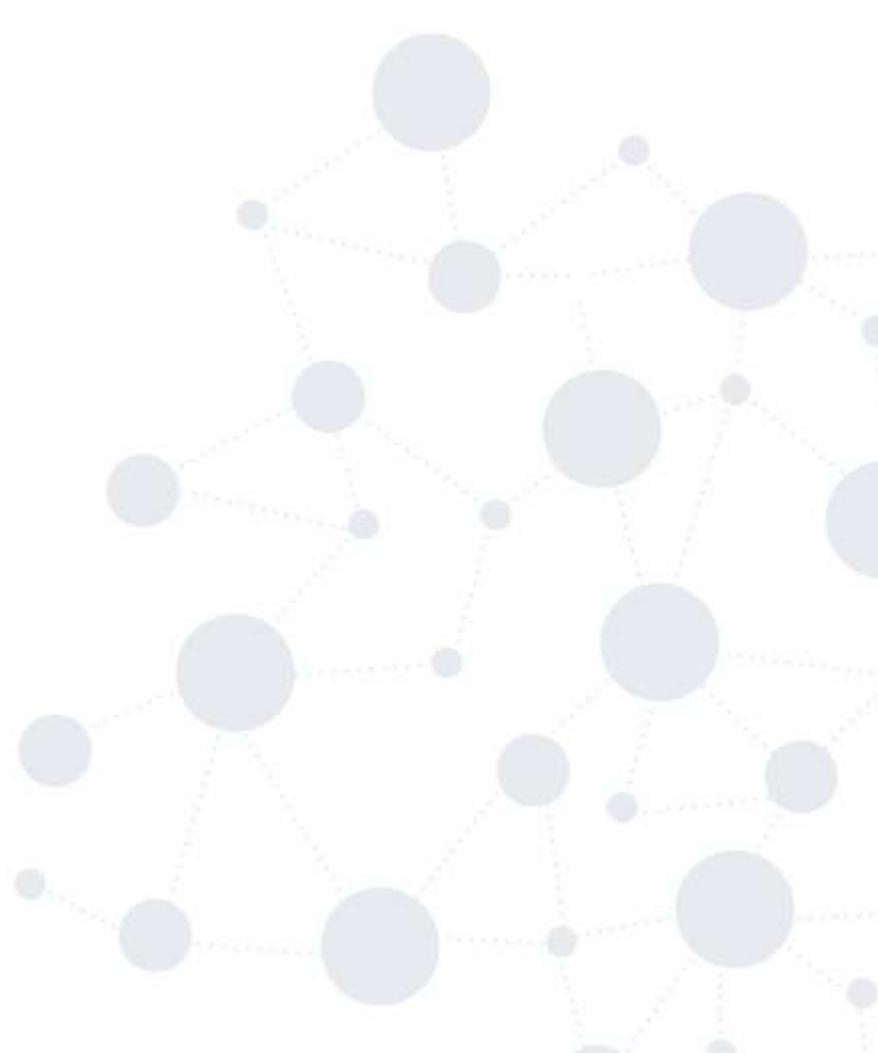
Fuente	%	Monto
Capital Propio	100%	\$40.406,19
TOTAL	100%	\$40.406,19

7.7.3 Análisis de costos

7.7.3.1 Costos totales de producción

Son aquellos valores que integran al costo primo que incluye tanto a la materia prima directa como la mano de obra directa. Además, engloban los rubros relacionados con el costo de producción o fabricación, abarcando también los costos indirectos de fabricación, como suministros de trabajos depreciación de maquinaria, entre otros.

Tabla 66. Costos totales de producción



**UNL**Universidad
Nacional
de LojaUnidad de Educación
a Distancia y en Línea**Total de Costos Productivos**

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Costo primo										
Mano de Obra	\$27.914,1	\$28.715,2	\$29.539,3	\$30.387,1	\$31.259,2	\$32.156,3	\$33.079,2	\$34.028,6	\$35.005,2	\$36.009,9
Directa	0	3	6	4	5	9	8	5	7	3
Total, Costo Primo	\$27.914,1	\$28.715,2	\$29.539,3	\$30.387,1	\$31.259,2	\$32.156,3	\$33.079,2	\$34.028,6	\$35.005,2	\$36.009,9
	0	3	6	4	5	9	8	5	7	3
Costo del servicio										
Adecuaciones e Instalaciones	\$150,00	\$154,31	\$158,73	\$163,29	\$167,98	\$172,80	\$177,76	\$182,86	\$188,11	\$193,50
Maquinaria y equipo	\$2.213,97	\$2.277,51	\$2.342,88	\$2.410,12	\$2.479,29	\$2.550,44	\$2.623,64	\$2.698,94	\$2.776,40	\$2.856,08
Herramientas	\$3.878,46	\$3.989,77	\$4.104,28	\$4.222,07	\$4.343,24	\$4.467,90	\$4.596,12	\$4.728,03	\$4.863,73	\$5.003,32
Software de facturación electrónica	\$110,00	\$113,16	\$116,40	\$119,75	\$123,18	\$126,72	\$130,35	\$134,10	\$137,94	\$141,90
Útiles de aseo	\$400,00	\$411,48	\$423,29	\$435,44	\$447,93	\$460,79	\$474,02	\$487,62	\$501,61	\$516,01
Amortización Activo Diferido	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00
agua potable	\$223,20	\$229,61	\$236,20	\$242,97	\$249,95	\$257,12	\$264,50	\$272,09	\$279,90	\$287,93
energía Eléctrica	\$288,00	\$296,27	\$304,77	\$313,52	\$322,51	\$331,77	\$341,29	\$351,09	\$361,16	\$371,53
suministros de operación	\$532,50	\$547,78	\$563,50	\$579,68	\$596,31	\$613,43	\$631,03	\$649,14	\$667,77	\$686,94
Total, Costo del Servicio	\$8.033,13	\$8.256,89	\$8.487,05	\$8.723,84	\$8.967,39	\$9.217,97	\$9.475,71	\$9.740,87	\$10.013,62	\$10.294,21

Gastos operativos

**UNL**Universidad
Nacional
de LojaUnidad de Educación
a Distancia y en Línea

Depreciación Muebles y enseres	\$297,10	\$297,10	\$297,10	\$297,10	\$297,10	\$297,10	\$297,10	\$297,10	\$297,10	\$297,10	\$297,10
Depreciación Equipos computación			\$1.145,76			\$1.145,76			\$1.145,76		
Sueldos y administrativos	\$29.907,86	\$30.766,21	\$31.649,20	\$32.557,53	\$33.491,94	\$34.453,15	\$35.441,96	\$36.459,14	\$37.505,52	\$38.581,93	
Arriendo Internet	\$3.600,00	\$3.703,32	\$3.809,61	\$3.918,94	\$4.031,41	\$4.147,12	\$4.266,14	\$4.388,58	\$4.514,53	\$4.644,10	
	\$348,00	\$357,99	\$368,26	\$378,83	\$389,70	\$400,89	\$412,39	\$424,23	\$436,40	\$448,93	
Total, Gastos Administrativos	\$34.152,96	\$35.124,62	\$37.269,93	\$37.152,40	\$38.210,15	\$40.444,02	\$40.417,59	\$41.569,05	\$43.899,31	\$43.972,06	
Gastos en ventas											
Publicidad y Propaganda	\$240,00	\$246,89	\$253,97	\$261,26	\$268,76	\$276,47	\$284,41	\$292,57	\$300,97	\$309,61	
Total, Gastos Ventas	\$240,00	\$246,89	\$253,97	\$261,26	\$268,76	\$276,47	\$284,41	\$292,57	\$300,97	\$309,61	
Gastos financieros											
Interés por préstamo											
Total, Gasto Financiero											
Costos Totales	\$70.340,19	\$72.343,63	\$75.550,31	\$76.524,64	\$78.705,55	\$82.094,85	\$83.256,99	\$85.631,14	\$89.219,17	\$90.585,81	



7.7.3.2 Costos unitarios

La obtención de los costos unitarios se realiza mediante la división de los costos totales entre el número de servicios de remodelación que se plantera tener por año, lo que da como resultado el promedio de gasto por proyecto, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 67. Costos unitarios.

Años	Costo Totales	Nro. de obras por año	Costo unitario
1	\$70.340,19	60	\$1.172,34
2	\$72.343,63	60	\$1.205,73
3	\$75.550,31	60	\$1.259,17
4	\$76.524,64	60	\$1.275,41
5	\$78.705,55	60	\$1.311,76
6	\$82.094,85	60	\$1.368,25
7	\$83.256,99	60	\$1.387,62
8	\$85.631,14	60	\$1.427,19
9	\$89.219,17	60	\$1.486,99
10	\$90.585,81	60	\$1.509,76

7.7.4 Ingresos totales

Los ingresos son resultado de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por el servicio de construcción y remodelación de casas y servicios generales.

La tabla 74 muestra el presupuesto de ingresos proyectado a 10 año de vida útil de proyecto.

Tabla 74. Presupuesto de ingresos.



Presupuesto de ingresos

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Servicios x año	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Costo Total	\$70.340,19	\$72.343,63	\$75.550,31	\$76.524,64	\$78.705,55	\$82.094,85	\$83.256,99	\$85.631,14	\$89.219,17	\$90.585,81
Costo Unitario	\$1.172,34	\$1.205,73	\$1.259,17	\$1.275,41	\$1.311,76	\$1.368,25	\$1.387,62	\$1.427,19	\$1.486,99	\$1.509,76
Margen de Utilidad	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
Utilidad	\$293,08	\$301,43	\$314,79	\$318,85	\$327,94	\$342,06	\$346,90	\$356,80	\$371,75	\$377,44
P.V.P.	\$1.465,42	\$1.507,16	\$1.573,96	\$1.594,26	\$1.639,70	\$1.710,31	\$1.734,52	\$1.783,98	\$1.858,73	\$1.887,20
Ingresos totales	87.925,24	90.429,54	94.437,89	95.655,80	98.381,94	102.618,56	104.071,24	107.038,93	111.523,96	113.232,26



UNL

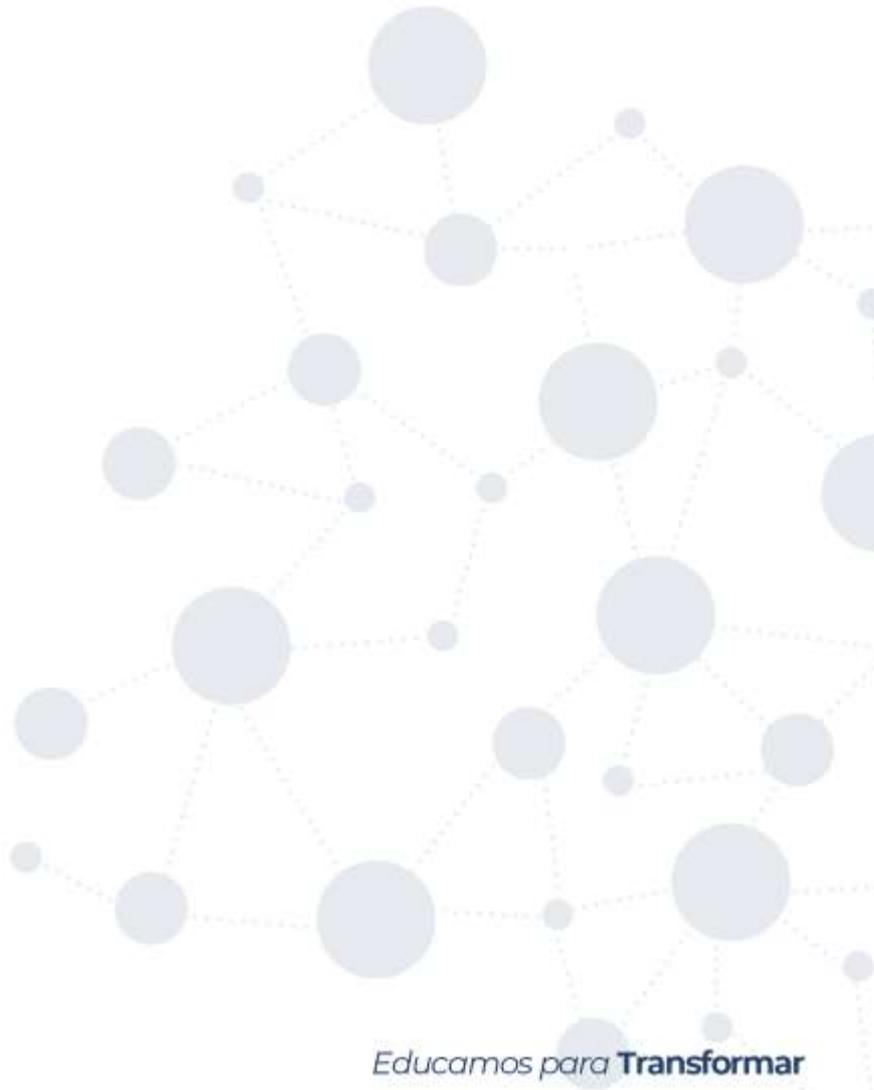
Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

7.7.5 Estado de pérdidas y ganancias

Facilita la comprensión de la situación financiera de la empresa en un instante específico, determinando la utilidad o pérdida del ejercicio a través de la comparación entre ingresos y egresos.

Tabla 68. Estado de pérdidas y ganancias.





UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Estado de pérdidas y ganancias

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Ingresos por ventas	\$87.925,24	\$90.429,54	\$94.437,89	\$95.655,80	\$98.381,94	\$102.618,56	\$104.071,24	\$107.038,93	\$111.523,96	\$113.232,26
- Costo Total	\$70.340,19	\$72.343,63	\$75.550,31	\$76.524,64	\$78.705,55	\$82.094,85	\$83.256,99	\$85.631,14	\$89.219,17	\$90.585,81
Utilidad Bruta en Ventas	\$17.585,05	\$18.085,91	\$18.887,58	\$19.131,16	\$19.676,39	\$20.523,71	\$20.814,25	\$21.407,79	\$22.304,79	\$22.646,45
- 15% Utilidad a trabajadores	\$2.637,76	\$2.712,89	\$2.833,14	\$2.869,67	\$2.951,46	\$3.078,56	\$3.122,14	\$3.211,17	\$3.345,72	\$3.396,97
Utilidad antes del Imp. a la Renta	\$14.947,29	\$15.373,02	\$16.054,44	\$16.261,49	\$16.724,93	\$17.445,16	\$17.692,11	\$18.196,62	\$18.959,07	\$19.249,48
- 25% Impuesto a la Renta	\$3.736,82	\$3.843,26	\$4.013,61	\$4.065,37	\$4.181,23	\$4.361,29	\$4.423,03	\$4.549,15	\$4.739,77	\$4.812,37
Utilidad Neta	\$11.210,47	\$11.529,77	\$12.040,83	\$12.196,11	\$12.543,70	\$13.083,87	\$13.269,08	\$13.647,46	\$14.219,31	\$14.437,11



7.7.6 Clasificación de costos

Costo Fijo: Se refiere a los costos que la empresa debe cubrir simplemente por existir, sin importar su actividad operativa.

Costo Variable: Son los costos que varían en función de la capacidad productiva y están directamente vinculados al uso del servicio, es decir, fluctúan de acuerdo con los niveles de producción.

Tabla 69. Costos fijos y variables para año 1,5 y 10

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS AÑOS 1, 5 Y 10.						
	año 1		año 5		año 10	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
COSTO PRIMO						
Sueldos operativos	\$27.914,10	-	\$31.259,25	-	\$36.009,93	-
Total costo primo	\$27.914,10	-	\$31.259,25	-	\$36.009,93	-
Costos de producción						
Depreciación de maquinaria y equipo	221,4	-	221,4	-	221,4	-
Depreciación de vehículos	2.000,00	-	2.000,00	-	2.000,00	-
Suministros de operación	-	532,5	-	596,31	-	686,94
Agua Potable	-	223,2	-	249,95	-	287,93
Energía eléctrica	-	288	-	322,51	-	371,53
Total carga proceso de prod.	2.221,40	1.043,70	2.221,40	1.168,77	2.221,40	1.346,40
Gastos de operación y Administrativos						
0	29.907,86	-	33.491,94	-	38.581,93	-
Depreciaciones de muebles y enseres	297,1	-	297,1	-	297,1	-
Depreciaciones de Equipo de computo	1.145,76	-	1.145,76	-	1.145,76	-
Internet	-	348	-	389,7	-	448,93
Arriendo	3.600,00	-	4.031,41	-	4.644,10	-
Amortización de activo diferido	237	-	237	-	237	-



Total gastos administrativos	35.187,71	348	39.203,21	389,7	44.905,88	448,93
Ventas						
Publicidad y Propaganda	\$240,00	-	\$268,76	-	\$309,61	-
Total gastos de venta	\$240,00	-	\$268,76	-	\$309,61	-
Financieros						
Intereses por crédito		-	-	-	-	-
Total gastos financieros		-	-	-	-	-
Total costo de producción	\$65.563,21	\$1.391,70	\$72.952,62	\$1.558,47	\$83.446,82	\$1.795,33

7.7.7 Determinación del punto de equilibrio

En este punto se establece, considerando los costos fijos y variables, así como las ventas anuales de la empresa. Esto permite identificar el punto exacto en el dónde la empresa no experimenta pérdidas ni ganancias, es decir, mantiene un equilibrio neutral. Para el proyecto actual, se realizaron cálculos para los años 1, 5 y 10.

Tabla 70. Punto de equilibrio año 1.

AÑO 1	
Costo fijo	Costo variable
\$65.563,21	\$1.391,70
Ingreso por ventas	\$87.925,24

PE= Punto de equilibrio
CFT= Costos fijo total
1= Constante numérica
CVT= Costo Variable Total
VT= Ventas Totales

Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$



$$PE = \frac{\$65.563,21}{1 - \frac{\$1.391,70}{\$87.925,24}}$$

$$PE = \frac{\$65.563,21}{1 - 0,015}$$

$$PE = \frac{\$65.563,21}{0,985}$$

$$PE = \$ 66.764,97$$

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{costo variable}} \times 100$$

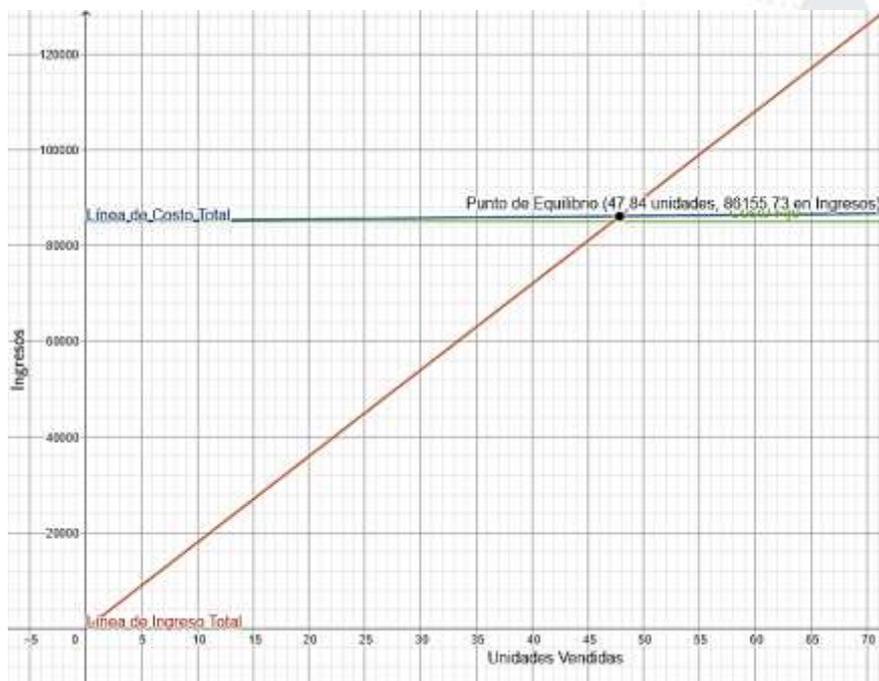
$$PE = \frac{\$65.563,21}{\$87.925,24 - \$1.391,70} \times 100$$

$$PE = \frac{\$65.563,21}{\$87.925,24 - \$1.391,70} \times 100$$

$$PE = \frac{\$65.563,21}{\$86.533,54} \times 100$$

$$PE = 75,76 \%$$

Figura 17. Punto de equilibrio para el año 1.





UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Tabla 71. Punto de equilibrio año 5.

AÑO 5	
Costo fijo	Costo variable
\$72.952,62	\$1.558,47
Ingreso por ventas	\$94.437,89

Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PE = \frac{\$72.952,62}{1 - \frac{\$1.558,48}{\$94.437,89}}$$

$$PE = \frac{\$72.952,62}{1 - \frac{\$1.558,48}{\$94.437,89}}$$

$$PE = \frac{\$72.952,62}{1 - 0,016}$$

$$PE = \frac{\$72.952,62}{0,98}$$

$$PE = \$74.441,08$$

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{72.952,62}{94.437,89 - 1558,48} \times 100$$

$$PE = \frac{\$72.952,62}{\$94.437,89 - \$1.558,48} \times 100$$

$$PE = \frac{\$72.952,62}{\$92.879,41} \times 100$$

$$PE = 78,54 \%$$

Figura 18. Punto de equilibrio para el año 5.

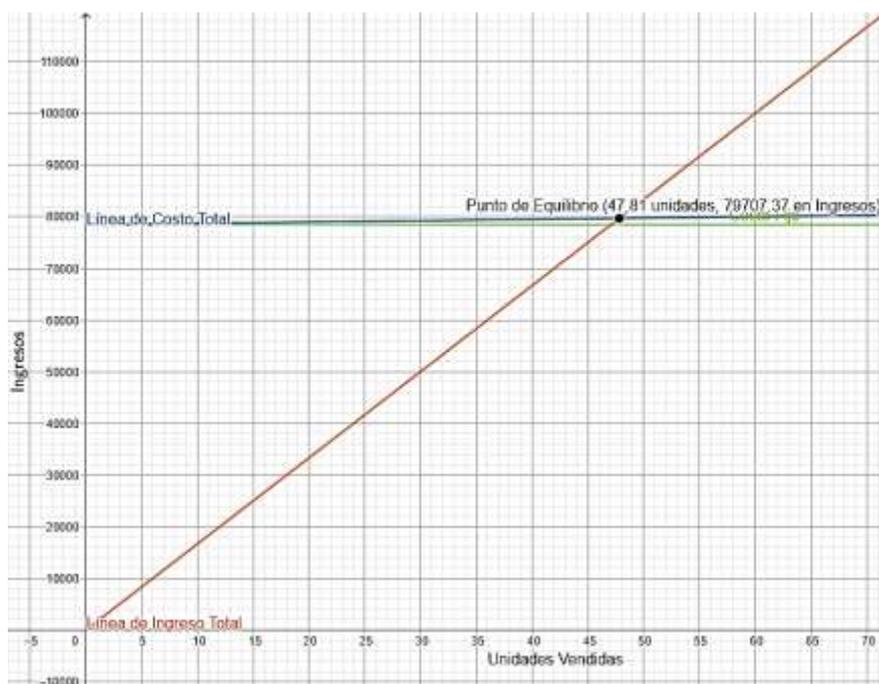


Tabla 72. Punto de equilibrio año 10.

AÑO 10	
Costo fijo	Costo variable
\$83.446,82	\$1795,33
Ingreso por ventas	\$113.232,26

Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE = \frac{\$83.446,82}{1 - \frac{\$1795,33}{\$113.232,26}}$$

$$PE = \frac{\$83.446,82}{1 - 0,015}$$

$$PE = \frac{\$83.446,82}{0,9841}$$

$$PE = \$84.795,06$$

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{costo variable}} \times 100$$

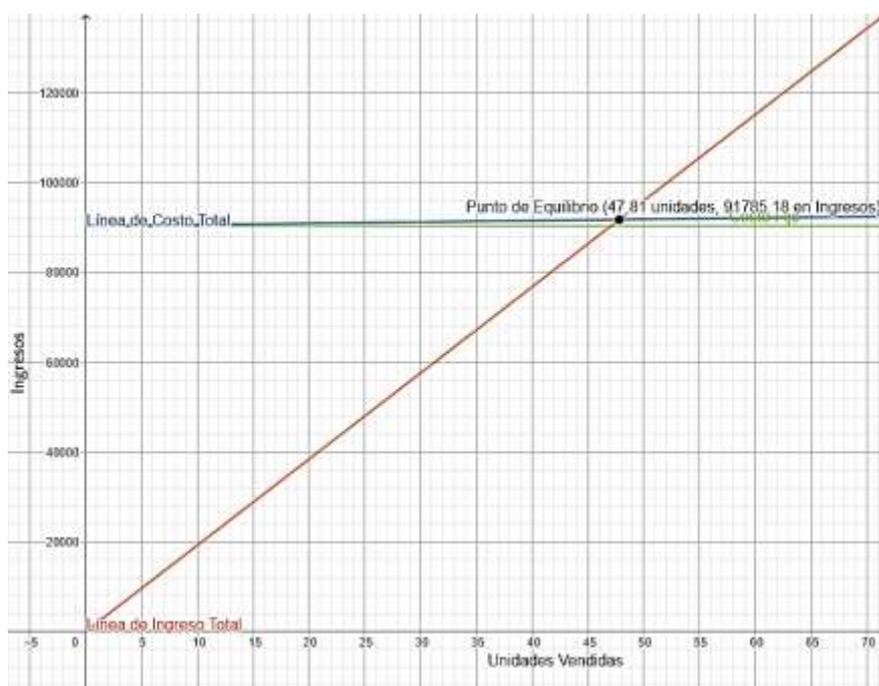
$$PE = \frac{\$83.446,82}{\$113.232,26 - \$1795,33} \times 100$$

$$PE = \frac{\$83.446,82}{\$113.232,26 - \$1795,33} \times 100$$

$$PE = \frac{\$83.446,82}{\$111.436,93} \times 100$$

$$PE = 74,88 \%$$

Figura 19. Punto de equilibrio para el año 10.



7.8 Evaluación Financiera

La Evaluación financiera tiene como objetivo evaluar la rentabilidad del proyecto, facilitando la toma de decisiones de inversión mediante el análisis de indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (RBC), el Período de Recuperación de Capital (PRC) y el



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Análisis de Sensibilidad. Para llevar a cabo los cálculos necesarios, es esencial considerar el Flujo de Caja del proyecto, ya que este permite realizar una evaluación financiera precisa.

7.8.1 Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a los flujos netos de efectivo, tanto de entrada como de salida, que la empresa experimenta a lo largo del tiempo de operación. Además, proporciona información sobre la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras y adquirir nuevos activos.

Tabla 73. Flujo de caja



**UNL**Universidad
Nacional
de LojaUnidad de Educación
a Distancia y en Línea

periodos	Flujo de caja									
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
ingreso por ventas	87.925,24	90.429,54	94.437,89	95.655,80	98.381,94	102.618,56	104.071,24	107.038,93	111.523,96	113.232,26
(-) costo total	\$70.340,19	\$72.343,63	\$75.550,31	\$76.524,64	\$78.705,55	\$82.094,85	\$83.256,99	\$85.631,14	\$89.219,17	\$90.585,81
(=) utilidad bruta en ventas	\$17.585,05	\$18.085,91	\$18.887,58	\$19.131,16	\$19.676,39	\$20.523,71	\$20.814,25	\$21.407,79	\$22.304,79	\$22.646,45
(-) 15% utilidad a trabajadores	\$2.637,76	\$2.712,89	\$2.833,14	\$2.869,67	\$2.951,46	\$3.078,56	\$3.122,14	\$3.211,17	\$3.345,72	\$3.396,97
(=) utilidad antes de impto rta	\$14.947,29	\$15.373,02	\$16.054,44	\$16.261,49	\$16.724,93	\$17.445,16	\$17.692,11	\$18.196,62	\$18.959,07	\$19.249,48
(-) 25% de impuesto a la renta	\$3.736,82	\$3.843,26	\$4.013,61	\$4.065,37	\$4.181,23	\$4.361,29	\$4.423,03	\$4.549,15	\$4.739,77	\$4.812,37
(=) utilidad liquida de ejercicio	\$11.210,47	\$11.529,77	\$12.040,83	\$12.196,11	\$12.543,70	\$13.083,87	\$13.269,08	\$13.647,46	\$14.219,31	\$14.437,11
(+) depreciaciones	\$2.297,10	\$2.297,10	\$3.442,86	\$2.297,10	\$2.297,10	\$3.442,86	\$2.297,10	\$2.297,10	\$3.442,86	\$2.297,10
(+) amortizaciones	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00	\$237,00
flujo neto	\$13.744,57	\$14.063,87	\$15.720,69	\$14.730,21	\$15.077,80	\$16.763,73	\$15.803,18	\$16.181,56	\$17.899,17	\$16.971,21



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

7.8.2 TMAR

En el cálculo de TMAR se tomó en cuenta la inflación, el costo operativo, y el factor riesgo. Para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

$$TMAR = IN + PR + (IN * PR)$$

En función de la fórmula presentada se analizan los siguientes datos obtenidos del portal del Banco Central del Ecuador que emite esta información financiera.

Inflación mensual 2024 (IN) 1.40%

Premio al riesgo 2024 (PR) 8.45%

$$TMAR = 1.40\% + 8.45\% + 0.12\%$$

$$TMAR = 9.97\%$$

La tasa del 9.97% es el valor de referencia con el cálculo de los diferentes indicadores financieros que se detallan a continuación.

7.8.3 Valor actual neto

El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que evalúa la rentabilidad de un proyecto o inversión. Básicamente, consiste en actualizar los flujos de efectivo futuros (ingresos y egresos) relacionados con la inversión, descontándolos a una tasa de interés específica. El resultado es una cifra en unidades monetarias (como euros, dólares o pesos) que indica cuánto se espera ganar o perder con la inversión.



Tabla 74. Valor actual neto.

Periodo	Flujo neto	Factor actualización	Valor actualizado
0	-40.406,19		
1	13.744,57	0,91	12.498,47
2	14.063,87	0,83	11.629,37
3	15.720,69	0,75	11.820,86
4	14.730,21	0,68	10.071,92
5	15.077,80	0,62	9.374,90
6	16.763,73	0,57	9.478,19
7	15.803,18	0,51	8.125,03
8	16.181,56	0,47	7.565,31
9	17.899,17	0,43	7.609,65
10	16.971,21	0,39	6.561,01
Sumatorio valor actualizado			94.734,70
Inversión			-40.406,19
VAN al 9,97%			54.328,51
TIR			34,895%

Ya que el resultado de VAN es mayor al de la inversión el proyecto es aceptable ya que como se evidencia los datos son positivos superior a uno, significa que es conveniente poner en marcha el proyecto.

7.8.4 Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno en la evaluación financiera representa la tasa de interés que haría que el crédito utilizado para financiar la inversión sea igual a cero. Además, sirve como indicador para determinar la factibilidad de un proyecto, siempre y cuando la TIR sea superior al costo de oportunidad. En otras palabras, la TIR se utiliza como un criterio para tomar decisiones sobre la aceptación o el rechazo de un proyecto.

Tabla 75. Tasa interna de retorno.

Tasa de Retorno					
periodo	flujo neto	factor actualización 34,85%	van menor	factor actualización 34,95%	VAN mayor
0	-40.406,19		-40.406,19		
1	13.744,57	0,741564702	10.192,49	0,735564546	10.110,02
2	14.063,87	0,549918207	7.733,98	0,541055201	7.609,33
3	15.720,69	0,407799931	6.410,90	0,397981023	6.256,54

**UNL**Universidad
Nacional
de LojaUnidad de Educación
a Distancia y en Línea

4	14.730,21	0,302410034	4.454,56	0,292740731	4.312,13
5	15.077,80	0,224256607	3.381,30	0,215329703	3.246,70
6	16.763,73	0,166300783	2.787,82	0,158388895	2.655,19
7	15.803,18	0,123322791	1.948,89	0,116505255	1.841,15
8	16.181,56	0,091451829	1.479,83	0,085697135	1.386,71
9	17.899,17	0,067817448	1.213,88	0,063035774	1.128,29
10	16.971,21	0,050291026	853,50	0,046366881	786,90
		Valor actualizado	40.457,14	Valor actualizado	39.332,96
		Inversión	-40.406,19	Inversión	-40.406,19
		VAN MENOR	50,95	VAN MAYOR	-1.073,23

$$TIR = 34,85 + 1 \frac{50,95}{50,95 - (-1.073,23)}$$

$$TIR = 34,85 + 1 \frac{50,95}{1.124,18}$$

$$TIR = 34,85 + 1 (0,045)$$

$$TIR = 34,85 + ,045$$

$$TIR = 34,895 \%$$

Después de aplicar las fórmulas pertinentes, se concluye que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es superior al costo del capital, que es del 9,97 %. Por lo tanto, se establece que la inversión presenta un rendimiento elevado, indicando que la inversión es viable incluso con un interés de hasta el 34,895 %, considerando el costo del crédito. En consecuencia, se considera factible llevar a cabo la inversión.

7.8.5 Periodo de recuperación de capital

Este indicador, conocido como el Período de Recuperación de la inversión, proporciona al inversionista la información sobre el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial, expresado en años, meses y días.



Tabla 76. Periodo de recuperación de capital.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS A
0	40.406,19		
1	13.744,57	0,909338911	12.498,47
2	14.063,87	0,826897254	11.629,37
3	15.720,69	0,751929848	11.820,86
4	14.730,21	0,683759069	10.071,92
5	15.077,80	0,621768727	9.374,90
6	16.763,73	0,565398497	9.478,19
7	15.803,18	0,514138853	8.125,03
8	16.181,56	0,467526465	7.565,31
9	17.899,17	0,425140006	7.609,65
10	16.971,21	0,38659635	6.561,01
TOTAL			94.734,70

Para determinar la PRC se utiliza la siguiente fórmula:

$$PRI = \text{Año que supera a la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRI = 4 + \frac{40.406,19 - 46.020,62}{10.071,92}$$

$$PRI = 4 + \frac{- 5.614,43}{10.071,92}$$

$$PRI = 4 - 0,55$$

$$PRI = 3,44$$

Años:3
Meses:5
Dias:8

El periodo de recuperación de inversión en este proyecto es de 3 años , 5 meses y 8 días, lo cual nos permite concluir que es un proyecto muy atractivo para la inversión.

7.8.6 Relación beneficio costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en



Tabla 77. Relación Beneficio Costo.

Relación Beneficio Costo					
años	ingresos originales	egresos originales	factor a.	ingresos a.	egresos a.
1	87925,2375	70.340,19	0,909338911	79.953,84	63.963,07
2	90429,5375	72.343,63	0,826897254	74.775,94	59.820,75
3	94437,8875	75.550,31	0,751929848	71.010,67	56.808,53
4	95655,8	76.524,64	0,683759069	65.405,52	52.324,42
5	98381,9375	78.705,55	0,621768727	61.170,81	48.936,65
6	102618,5625	82094,85	0,565398497	58.020,38	46.416,30
7	104071,2375	83256,99	0,514138853	53.507,07	42.805,65
8	107038,925	85631,14	0,467526465	50.043,53	40.034,82
9	111523,9625	89219,17	0,425140006	47.413,30	37.930,64
10	113232,2625	90585,81	0,38659635	43.775,18	35.020,14
TOTAL				605.076,23	484.060,98

Formula:

$$PBC = \left(\frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos actualizados}} \right) - 1$$

$$PBC = \left(\frac{605.076,23}{484.060,98} \right) - 1$$

$$PBC = (1,25) - 1$$

$$PBC = (1,25) - 1$$

$$PBC = 0,25$$

Después de calcular el Índice de Rentabilidad Beneficio-Costo (RBC), se observa que, por cada dólar invertido, se obtiene un rendimiento de 0,25 dólares en beneficio. Esto indica que el proyecto genera ganancias positivas, confirmando su rentabilidad como una opción favorable para la inversión.

7.8.7 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una técnica que permite evaluar cómo ciertas variables afectan la rentabilidad de un proyecto. En otras palabras, se estudian los posibles



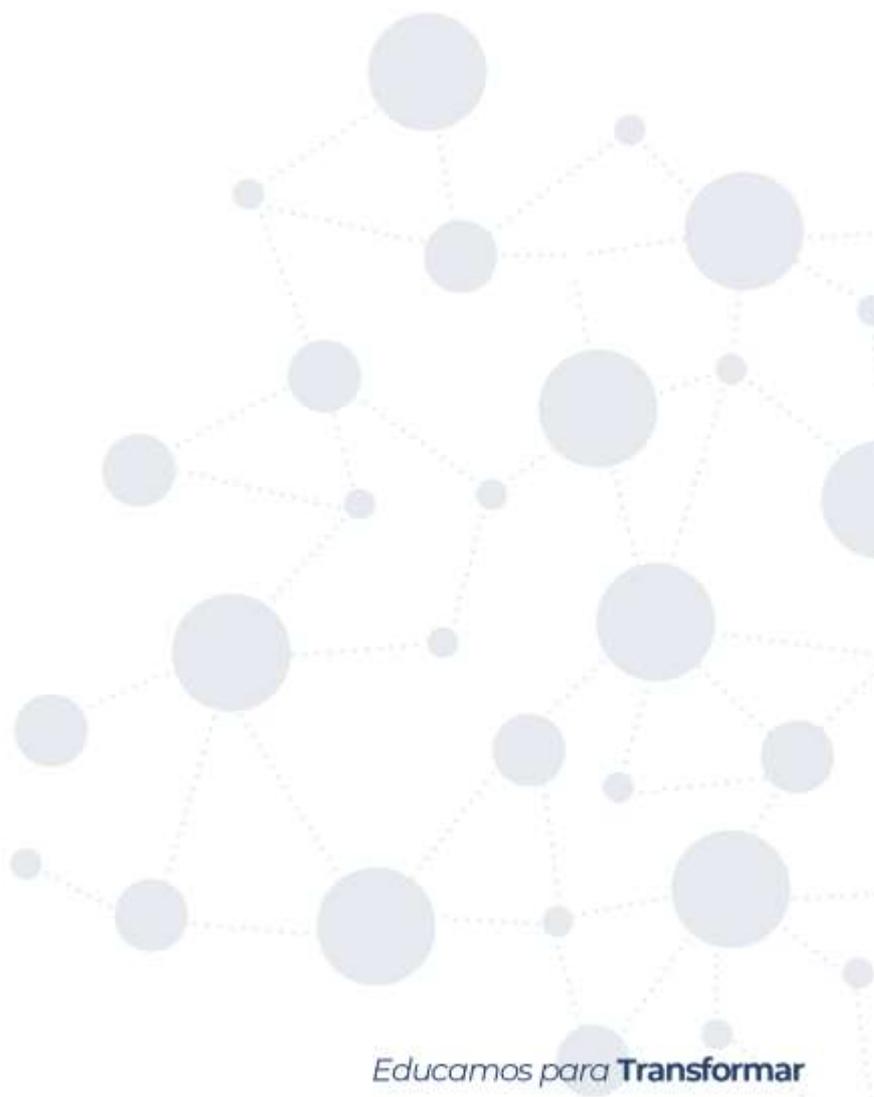
UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

resultados de una inversión considerando las variaciones en factores como los costos y los ingresos.

Tabla 78. Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos.





Años	Costo Original	Ingreso original	Disminucion de Ingreso	Nuevo Flujo de caja	Factor actualizacos tm	Valor actualizado	Factor actualizado TM	Valor actualizado
	\$40.406,19		7		28		29	
1	\$70.340,19	\$ 87.925,24	\$ 81.770,47	\$ 11.430,28	\$ 0,78	\$ 8.929,91	\$ 0,78	\$ 8.860,68
2	\$72.343,63	\$ 90.429,54	\$ 84.099,47	\$ 11.755,84	\$ 0,61	\$ 7.175,20	\$ 0,60	\$ 7.064,38
3	\$75.550,31	\$ 94.437,89	\$ 87.827,24	\$ 12.276,93	\$ 0,48	\$ 5.854,09	\$ 0,47	\$ 5.719,01
4	\$76.524,64	\$ 95.655,80	\$ 88.959,89	\$ 12.435,25	\$ 0,37	\$ 4.632,49	\$ 0,36	\$ 4.490,51
5	\$78.705,55	\$ 98.381,94	\$ 91.495,20	\$ 12.789,65	\$ 0,29	\$ 3.722,28	\$ 0,28	\$ 3.580,22
6	\$82.094,85	\$102.618,56	\$ 95.435,26	\$ 13.340,41	\$ 0,23	\$ 3.033,26	\$ 0,22	\$ 2.894,88
7	\$83.256,99	\$104.071,24	\$ 96.786,25	\$ 13.529,26	\$ 0,18	\$ 2.403,28	\$ 0,17	\$ 2.275,86
8	\$85.631,14	\$107.038,93	\$ 99.546,20	\$ 13.915,06	\$ 0,14	\$ 1.931,10	\$ 0,13	\$ 1.814,54
9	\$89.219,17	\$111.523,96	\$103.717,29	\$ 14.498,12	\$ 0,11	\$ 1.571,89	\$ 0,10	\$ 1.465,56
10	\$90.585,81	\$113.232,26	\$105.306,00	\$ 14.720,19	\$ 0,08	\$ 1.246,85	\$ 0,08	\$ 1.153,50
					VAN	40500,35	VAN	39319,15
					VANP	94,16	VANP	-1087,04

Formulas:

Nueva TIR

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



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

$$NTIR = 28 + 1 \left(\frac{94,16}{94,16 - (-1087,04)} \right)$$

$$NTIR = 28 + 1 \left(\frac{94,16}{1181,20} \right)$$

$$NTIR = 28 + 1(0,07)$$

$$NTIR = 28,07$$





Tabla 79. Análisis de sensibilidad con aumentos de costos.

Años	Costo Original	Incremento de costo	Ingreso Original	Nuevo Flujo de caja	Factor actualizados tm	Valor actualizado	Factor actualizado TM	Valor actualizado
	\$40.406,19	8			29		30	
1	\$70.340,19	\$75.967,41	\$87.925,24	\$11.957,83	\$0,78	\$9.269,64	\$0,77	\$9.198,33
2	\$72.343,63	\$78.131,12	\$90.429,54	\$12.298,42	\$0,60	\$7.390,43	\$0,59	\$7.277,17
3	\$75.550,31	\$81.594,33	\$94.437,89	\$12.843,55	\$0,47	\$5.982,96	\$0,46	\$5.845,95
4	\$76.524,64	\$82.646,61	\$95.655,80	\$13.009,19	\$0,36	\$4.697,77	\$0,35	\$4.554,88
5	\$78.705,55	\$85.001,99	\$98.381,94	\$13.379,94	\$0,28	\$3.745,46	\$0,27	\$3.603,61
6	\$82.094,85	\$88.662,44	\$102.618,56	\$13.956,12	\$0,22	\$3.028,49	\$0,21	\$2.891,38
7	\$83.256,99	\$89.917,55	\$104.071,24	\$14.153,69	\$0,17	\$2.380,90	\$0,16	\$2.255,62
8	\$85.631,14	\$92.481,63	\$107.038,93	\$14.557,29	\$0,13	\$1.898,29	\$0,12	\$1.784,57
9	\$89.219,17	\$96.356,70	\$111.523,96	\$15.167,26	\$0,10	\$1.533,20	\$0,09	\$1.430,27
10	\$90.585,81	\$97.832,67	\$113.232,26	\$15.399,59	\$0,08	\$1.206,74	\$0,07	\$1.117,06
					VAN	41133,88	VAN	39958,83
					VANP	727,69	VANP	-447,36



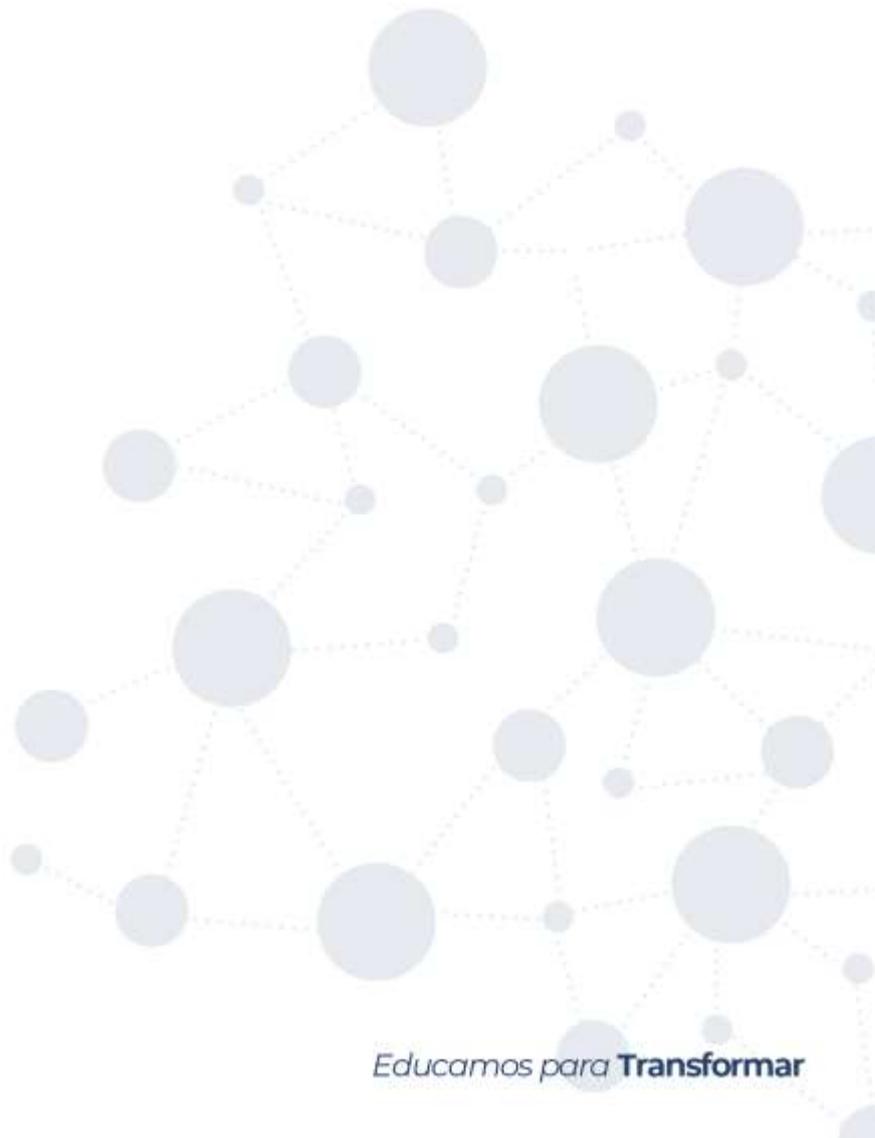
$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 29 + 1 \left(\frac{727,69}{727,69 - (-447,36)} \right)$$

$$NTIR = 29 + 1 \left(\frac{1722,16}{4036,58} \right)$$

$$NTIR = 29 + 1(0,61)$$

$$NTIR = 29,61$$



8 Conclusiones

El estudio de mercado permitió identificar que hay una demanda potencial total de 2.900 servicios de remodelación durante el año base de operación de la empresa, la demanda real se resume en 2.552 trabajos de remodelación, y la demanda efectiva por número de trabajos de remodelación se estima es de 5244 para el primer año de vida del proyecto.

En el plan de comercialización se determinó que el canal más eficiente para llegar a los potenciales clientes es por medio de atención directa. Esta elección se basa en la capacidad de llegar rápidamente a las personas con el servicio. Además, se optará por utilizar las redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram y TikTok, como principales medios de comunicación para dar a conocer el servicio y promociones.

En el estudio técnico, se estableció que la capacidad instalada de la empresa será de 60 trabajos de remodelación al año. Desde el primer año de operaciones, se prevé utilizar el 100% de esta capacidad, lo que equivaldrá a 60 trabajos de remodelación de interiores anuales. Esto se traduce a una participación en el mercado del 7,11 % durante el primer año.

Dentro del estudio financiero, se determinó que la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto es de \$40.406,19 dólares que será por capital propio. Este financiamiento será reembolsado de acuerdo con el plan de amortización de capital establecido en el proyecto.

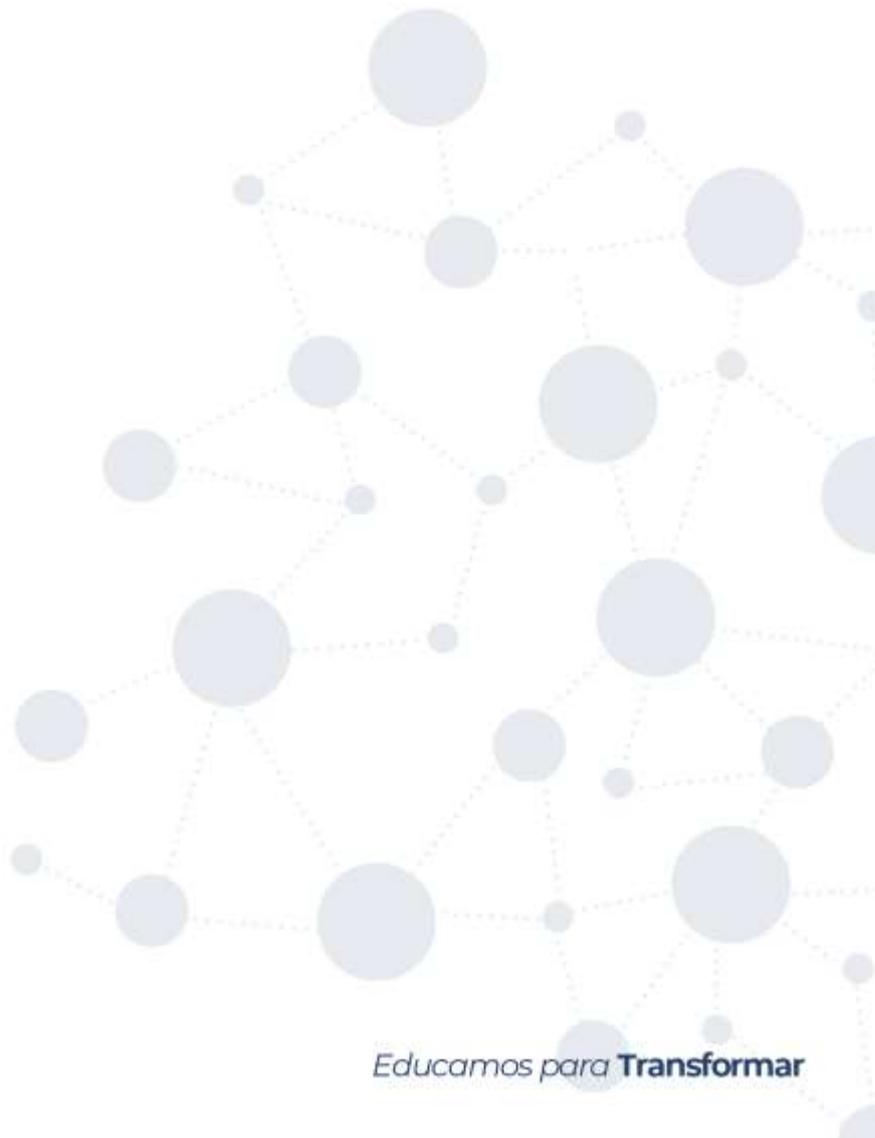
El punto de equilibrio de la empresa de remodelación de interiores, en relación con las ventas, se sitúa en \$66.764,49 dólares para los servicios en el primer año, representado el 75,76% de la capacidad instalada. Para el quinto año, el punto de equilibrio en función de las ventas es de \$74.441,08 dólares y para el décimo año, el punto de equilibrio en función de las ventas es de \$84.795,06.

En la evaluación financiera, al aplicar los indicadores correspondientes, se determina que el Valor Actual Neto (VAN) es de \$54.328,51 dólares, este valor es positivo lo que indica un crecimiento positivo del proyecto. La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es de 34,895 %, superando la tasa de costo de oportunidad de 9,97%. La relación beneficio Costos (RBC) para este proyecto es de \$0,25 centavos por cada dólar invertido. Además, se estima que



el Periodo de Recuperación de Capital es de 3 años, 5 meses y 8 días.

En el análisis de sensibilidad, se observa que un aumento en los costos del 8 % y una disminución en los ingresos del 7 % son relativamente controlables. Esto sustenta la viabilidad del proyecto según los indicadores evaluados. En resumen, los resultados indican que el proyecto es factible y presenta perspectivas positivas en su vida útil.



9 Recomendaciones

Se sugiere llevar a cabo el proyecto de factibilidad para introducir el servicio en el mercado. Esto implica aplicar estrategias de marketing con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes finales.

Al momento de ejecutarse el proyecto es importante considerar que se está contribuyendo con el desarrollo socioeconómico del sector de Turubamba bajo de la ciudad de Quito.

Tener en cuenta el presupuesto establecido en el proyecto y la asignación de todos los recursos que se necesitan para la implementación de mismo tomando en cuenta los cambios de inflación en economía se presente en país, lo cual tendrá variación de costos y gastos.

Tener en cuenta que el tiempo de proyección del proyecto ya que eta establecida para un tiempo de 10 años, pasado este tiempo se deberá replantear precios y porcentajes diferentes.

Es recomendable utilizar los resultados obtenidos en el estudio de factibilidad. Los inversionistas deben considerar estos valores al lanzar el servicio al mercado.

Se aconseja ofrecer el servicio con garantía, alta calidad y acabados refinados. El valor agregado debe ser el foco para satisfacer las necesidades de los clientes.

La empresa debe comenzar implementando el plan de comercialización propuesto. Esto incluye definir la imagen del servicio, la estrategia de comercialización y el análisis de precios.

Se recomienda aumentar la capacidad instalada de la empresa anualmente. Esto permitirá atender la demanda insatisfecha y atraer más clientes al mercado.

Evaluar la posibilidad de ampliar el alcance del proyecto de factibilidad teniendo en cuenta los costos, precios, demanda y oferta para así poder tener mayor acogido a nivel local y nacional.

10 Bibliografía

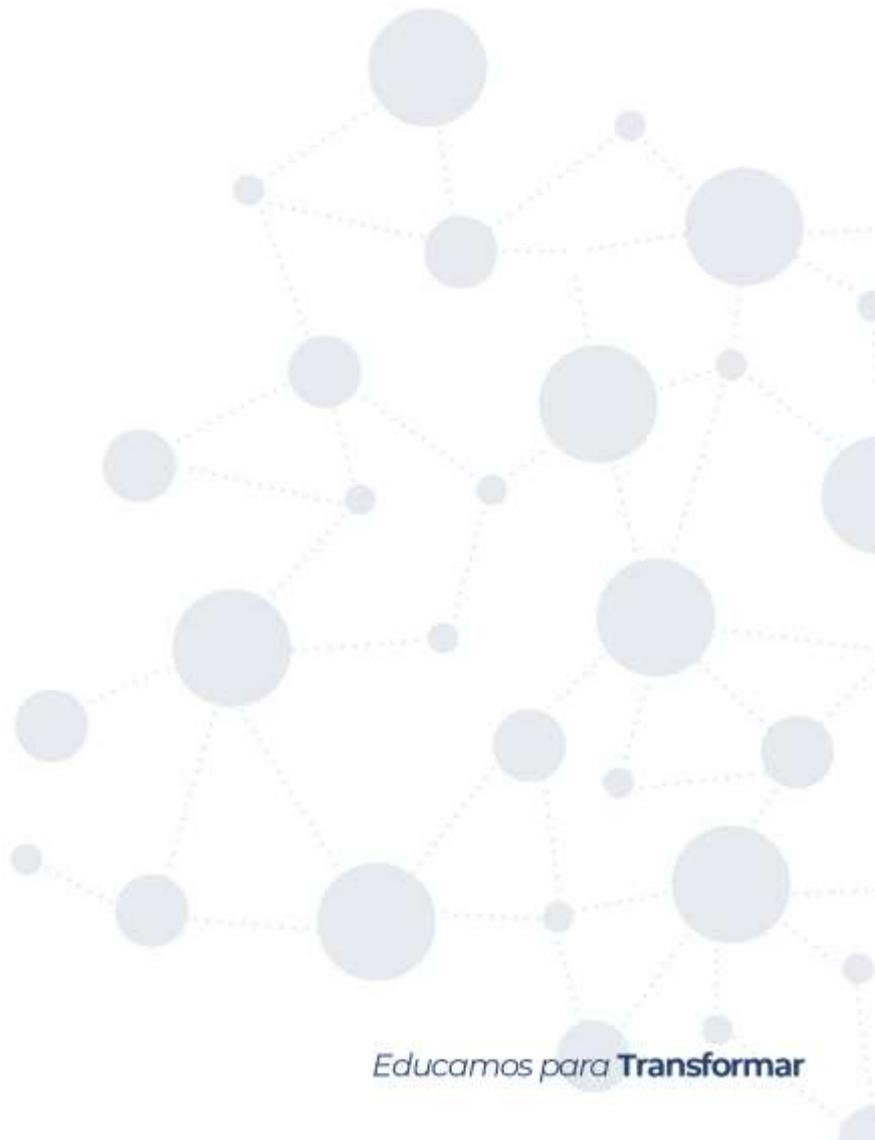
- BINGGELI, F. D. (2012). *DISEÑO DE INTERIORES*. Nuva Yersey: Design Illustrated,.
- Bolano, A. C. (s.f.). *Galicca*. Obtenido de Galicca: <https://galicca.com/biografia-de-autores/alejandro-cano-bolado/decoracion>
- BUENO, E. (2002). *Revista de Psicología del Trabajo y de las*. Madrid.
- Ferreteria, A. (s.f.). *Alvial Ferreteria*. Obtenido de Alvial Ferreteria:
<https://alvialferreteria.com/cuanto-cuesta-remodelar-una-casa-en-ecuador/>
- Guerrero, C. &. (2020). Contabilidad 1. En C. &. Guerrero, *Contabilidad 1*. Grupo Editorial Patria. .
- Julian Pérez Porto, A. G. (29 de febrero de 2024). *definicion*. Obtenido de definicion:
<https://definicion.de/remodelacion/>
- Marco, J. N. (2022). *Fundamentos de Gestion Empresarial*. Madrid: EDITORIAL ZANS Y TORRES.
- Marco, J. N. (2022). Fundamentos de Gestion Empresarial. En J. N. Marco, *Fundamentos de Gestion Empresarial* (pág. 3). Madrid: ZANS Y TORRES.
- Moina-Sánchez, P. M.-C.-P. (2020). Crecimiento económico en una región emprendedora en el Ecuador. En P. M.-C.-P. Moina-Sánchez, *Crecimiento económico en una región emprendedora en el Ecuador*.
- Morales, V. V. (15 de Julio de 2014). *Valor actual negro (VAN): Que es y como utilizarlo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Moya Espinosa, P. I. (2015). Estudio de mercados. En P. I. Moya Espinosa, *Estudio de mercados*. Colombia.
- Risco, I. M. (s.f.). Apuntes de diseño de interiores. ECOE Ediciones.
- Rodrigues, N. (25 de abril de 2022). *hubspot*. Obtenido de hubspot:
<https://blog.hubspot.es/sales/organigrama-funcional>
- Rodriguez, J. (09 de 09 de 2022). *Huspot*. Obtenido de Huspot:
<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-factibilidad>
- Rosende, I. C., & Vitoria, I. B. (2010). *Guia para elaboracion de proyectos*. TRESDETRES.
- Varela, R. (1997). *Evaluacion economica de proyectos de inversion*. Grupo Editorial.
- Vigo, V., Vigil, S., Sánchez, M., & Medianero, D. (2018). *Manual de gestion de Proyectos*. Cajamarca: Asociacion los andes Cajamarca.



VQingeniería. (2018). *VQingeniería*. Obtenido de VQingeniería:

[https://www.vqingenieria.com/los-siete-pasos-para-realizar-un-estudio-de-factibilidad-con-](https://www.vqingenieria.com/los-siete-pasos-para-realizar-un-estudio-de-factibilidad-con-exito#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20estudio%20de,un%20proyecto%20o%20una%20idea.)

[exito#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20estudio%20de,un%20proyecto%20o%20una%20idea.](https://www.vqingenieria.com/los-siete-pasos-para-realizar-un-estudio-de-factibilidad-con-exito#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20estudio%20de,un%20proyecto%20o%20una%20idea.)



11 Anexos

Anexo 1. Encuesta a demandantes

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El objetivo de la presente es con el fin de recopilar información para determinar la factibilidad de implementar una empresa de remodelación de casas y departamentos en el sector de Turubamba Bajo, trabajo que permitirá obtener el grado de Licenciada en Administración de Empresas. Por lo cual solicito de la manera más comedida responder con sinceridad. La información será confidencial.

Encuesta a los demandantes

17. ¿Qué tipo de vivienda tiene usted?

- a) Departamento
- b) Casa

18. En el último año, ¿ha contratado servicios de remodelación de interiores?

- a) si
- b) no

El 88 % de la muestra menciona que si ha contratado servicios de remodelación de interiores para sus viviendas.

19. ¿Qué aspectos de su hogar a remodelación o mejorado?

- a) Dormitorio
- b) Sala de estar
- c) Cocina

20. ¿Qué tipo de remodelación ha hecho en su vivienda ?

- a) Diseño de interiores personalizados
- b) Diseño de interiores personalizados
- c) Remodelación de cocinas y baños
- d) Instalación de suelos y paredes
- e) Servicios de pintura profesional



f) Diseño y fabricación de mobiliarios a medida

21. Durante el último año, ¿cuántos trabajos de remodelación de interiores ha realizado en su vivienda?

- a) De 1 - 2 trabajos
- b) De 3 - 4 trabajos
- c) De 5 - 6 trabajos

22. ¿Qué estilos de diseño interior prefiere para su casa o departamento?

- a) Clásico
- b) Contemporáneo
- c) Futurista

23. ¿Qué importancia tiene para usted la funcionalidad versus la estética en la remodelación de los interiores de su vivienda?

- d) Mucha Importancia
- e) Neutral
- f)

24. ¿Cuál es fue el presupuesto que usted destino para un trabajo de remodelación para su vivienda?

- a) 500 \$ -1000 \$
- b) 1100 \$ - 1500 \$
- c) 1600 \$ - 2000\$

25. ¿Qué tipo forma de pago utilizaría usted para este tipo de servicio?

- a) Efectivo
- b) Tarjeta de crédito
- c) Financiamiento con entidad bancaria

26. ¿En turubamba bajo conoce usted alguna empresa que se dedique a la remodelación de interiores?

- a) si
- b) no

27. En caso de crearse una nueva empresa de remodelación de interiores de casas y departamentos dentro del sector, estaría dispuesto a adquirir sus servicios.

- a) Si
- b) No

28. ¿Por qué medios busca información sobre empresas de remodelación de interiores?



- a) Internet
- b) Referencias de conocidos
- c) Anuncios locales

29.

30. ¿Qué tipo de promociones o descuentos le motivarían a elegir una empresa de remodelación de interiores?

- a) Descuento por pago anticipado
- b) Paquete de servicios a precio reducido
- c) Promoción por referenciar los servicios de la empresa

31. ¿Cómo prefiere recibir información sobre servicios de remodelación?

- a) Redes sociales
- b) correo electrónico
- c) Folletos

32. ¿Qué factores le influirían para recomendar una empresa de remodelación a amigos o familiares?

- a) Precios cómodos
- b) Buena calidad
- c) Rapidez en los trabajos

33. ¿Con qué frecuencia considera necesario realizar remodelaciones o mejoras en el interior de su vivienda al año?

- a) De 1 a 2
- b) De 3 a 4
- c) De 5 a 6

Gracias por su aporte



Anexo 2. Encuesta a ofertantes

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Esta entrevista tiene como finalidad recabar información de índole académica para llevar a cabo un estudio de factibilidad, el cual forma parte de mi proyecto de titulación, he considerado conveniente realizar una serie de preguntas a los oferentes del servicio de remodelación de interiores de casas y departamentos. Agradezco de antemano su colaboración y les expreso mi sincero agradecimiento.

Encuesta a los oferentes

11. ¿Qué tiempo lleva operando su negocio en el área de remodelación de interiores de casas y departamentos?

- a. De 1 a 5 años
- b. De 5 a 10 años
- c. De 10 a 15 años

12. ¿Qué servicios específicos de remodelación de interiores ofrece su empresa?

- a. Diseño de interiores personalizado
- b. Planificación de espacios
- c. Remodelación de cocinas y baños
- d. Instalación de suelos y paredes
- e. Servicios de pintura profesional
- f. Diseño y fabricación de mobiliario a medida

13. ¿Ofrecen diseños personalizados o paquetes predeterminados?

- a) Diseños personalizados
- b) Paquetes predominantes

14. ¿Cómo se diferencian sus servicios de los de la competencia?

- a. Trabajo de calidad
- b. Buenos precios
- c. Alto e stock de materiales

15. ¿Ofrecen opciones de financiamiento o planes de pago?

- a. Si
- b. No
- c.



16. ¿Cuántos trabajos de remodelación realiza en el mes?

- a) De 1 a 10
- b) De 11 a 20
- c) De 21 a 30

17. ¿Tienen alguna sala de exposición, tienda o página web donde los clientes puedan ver ejemplos de su trabajo?

- a. Si
- b. No

18. ¿Qué estrategias de promoción utiliza su empresa para atraer nuevos clientes?

- a. Descuentos por pago anticipado
- b. Descuentos por recomendación
- c. Paquetes de trabajos

19. ¿Tienen alguna oferta especial para clientes que contraten múltiples servicios?

- a. Si
- b. No

20. ¿Cómo se enteran los clientes sobre sus servicios de remodelación?

- a. Redes sociales
- b. Recomendación de conocidos
- c. Volantes
- d. Propagandas

Gracias por su aporte



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Unidad de Educación
a Distancia y en Línea

Anexo 3. Certificado de traducción



Educamos para **Transformar**

Lic. Karla Milena Sarango Encalada

Licenciada en Ciencias de la Educacion Mencion Ingles

CERTIFICA

La traducción al idioma inglés del resumen de Trabajo de Titulación con el nombre de **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE REMODELACION DE INTERIORES DE CASAS Y DEPARTAMENTOS EN QUITO SECTOR TURUBAMBA BAJO”** documento adjunto solicitado por el **Sr. Miguel Angel Rodriguez Coronel** con cédula de identidad **1750424218**, ha sido realizada por mi persona, la presente es una traducción textual al idioma inglés del documento adjunto.

Se autoriza al interesado hacer uso del presente para los tramites pertinentes a su titulación

Karla Milena



Firmado electrónicamente por:
**KARLA MILENA
SARANGO ENCALADA**

1728486729.