



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
FERRETERÍA EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar por el grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA:

YADIRA ELIZABETH NARANJO PÉREZ

Riobamba- Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
FERRETERÍA EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN
RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar por el grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA: YADIRA ELIZABETH NARANJO PÉREZ

DIRECTOR: Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza

Riobamba – Ecuador

2022

©2022, Yadira Elizabeth Naranjo Pérez

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

Yo, Yadira Elizabeth Naranjo Pérez, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría, y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes, están debidamente citados y referenciados.

Como autor/ra, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 31 de enero de 2022



Yadira Elizabeth Naranjo Pérez
C.C: 060424867-4

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de investigación: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **YADIRA ELIZABETH NARANJO PÉREZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de titulación, El mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Víctor Oswaldo Cevallos Vique PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	_____	31/01/2022 _____
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	31/01/2022 _____
Lic. Carina Fernanda Vallejo Barreno MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	31/01/2022 _____

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios por ser el centro de mi vida, por brindarme la sabiduría, fe, amor incondicional y fortaleza en los tiempos más difíciles.

A mi madre Enma y a mi padre Gilbert quienes con su ejemplo, amor y dedicación me motivaron a seguir adelante cumpliendo cada uno mis sueños y metas, a mi abuelita Trancito quien nunca ha dejado de creer en mí y me ha apoyado en todo momento y de manera especial a mi Ángel guardián Manuel Pérez que donde quiera que te encuentres sé que me cuidas y me guías en cada paso que doy.

A mis hermanos, Erick, Karen y Britney por motivarme y acompañarme en esta travesía y siempre apoyarme con sus palabras de aliento, ustedes han sido un pilar fundamental para llevar a cabo este logro espero ser un ejemplo para ustedes.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a mis amigos (as), por sus consejos y su compañía, por extenderme su mando en los momentos difíciles y por el amor brindado.

Yady

AGRADECIMIENTO

Agradezco desde el fondo de mi corazón en primer lugar a Dios por ser el inspirador y darme la fuerza para continuar en este proceso y cumplir con uno de mis objetivos y anhelos más deseados.

A mis padres que con su amor, trabajo y sacrificio me han apoyado incondicionalmente, gracias a su apoyo he logrado llegar hasta aquí y ser lo que hoy soy. A mis hermanos por siempre apoyarme, acompañarme y motivarme para perseguir mis sueños y nunca rendirme.

A toda mi familia y amigos en quienes he encontrado ejemplo de dedicación, respeto, trabajo, amor, entrega y sacrificio, valores que me han inspirado para lograr este objetivo.

Agradezco a los docentes de la Carrera de Finanzas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi formación académica, de manera especial a mis tutores de tesis Ing. Gabriel Pilaguano y Lic. Carina Vallejo quienes con su paciencia y conocimiento me han guiado.

Yady

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XV
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	6
1.1. Antecedentes de investigación	6
1.2. Marco teórico	7
<i>1.2.1. Proyecto.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.2. Tipos de proyectos.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.3. Etapas del proyecto</i>	<i>7</i>
<i>1.2.4. Análisis situacional.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.4.1. Análisis del macro entorno:</i>	<i>8</i>
<i>1.2.4.2. Análisis del micro entorno.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.4.3. Análisis interno.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.5. Concepto de factibilidad</i>	<i>9</i>
<i>1.2.6. Inversión</i>	<i>10</i>
<i>1.2.7. Estudio de factibilidad</i>	<i>10</i>
<i>1.2.8. Estudio de mercado.....</i>	<i>10</i>
<i>1.2.8.1. Objetivos de un Estudio de Mercado.....</i>	<i>11</i>
<i>1.2.8.2. Concepto de mercado</i>	<i>12</i>
<i>1.2.8.3. Segmentación del mercado.....</i>	<i>12</i>
<i>1.2.8.4. Marketing Mix</i>	<i>12</i>
<i>1.2.8.5. Demanda.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.8.6. Oferta.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.8.7. Demanda insatisfecha.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.9. Estudio técnico.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.9.1. Localización.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.9.2. Macro localización</i>	<i>14</i>
<i>1.2.9.3. Micro localización.....</i>	<i>14</i>

1.2.9.4. Tamaño de la planta	15
1.2.9.5. Ingeniería del proyecto.....	15
1.2.10. Estudio Administrativo	15
1.2.10.1. Aspectos administrativos	16
1.2.10.2. Aspectos legales.....	17
1.2.11. Estudio económico financiero.....	17
1.2.11.1. Inversión inicial.....	18
1.2.11.2. Inversión fija o tangible.....	18
1.2.11.3. Inversiones diferidas o intangibles.....	18
1.2.11.4. Capital de trabajo inicial	18
1.2.11.5. Inversión total.....	19
1.2.11.6. Costos del proyecto	19
1.2.11.7. Gastos del proyecto	19
1.2.11.8. Gastos administrativos	19
1.2.11.9. Gastos de ventas	20
1.2.11.10. Gastos financieros.....	20
1.2.11.11. Depreciación.....	20
1.2.11.12. Ingresos.....	20
1.2.11.13. Punto de equilibrio.....	21
1.2.12. Evaluación económica financiera.....	21
1.2.12.1. Flujo de caja proyectado.....	22
1.2.12.2. Estado de situación financiera	22
1.2.12.3. Estado de resultados.....	22
1.2.12.4. Valor Actual Neto	23
1.2.12.5. Tasa interna de retorno (TIR).....	23
1.2.12.6. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	24
1.2.12.7. Relación costo beneficio.....	24

CAPITULO II

2. MARCO METODOLÓGICO	25
2.1. Enfoque de investigación.....	25
2.2. Nivel de investigación	25
2.3. Tipo de estudio	26
2.4. Población y muestra	27
2.4.1. Población.....	27

2.4.2.	<i>Muestra</i>	27
2.5.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	28
2.5.1.	<i>Técnicas de investigación</i>	28
2.5.2.	<i>Instrumentos</i>	29
2.5.3.	<i>Métodos de investigación</i>	29
2.6.	Idea a defender	30

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	31
3.1.	Análisis e interpretación de resultados	31
3.1.1.	<i>Análisis e interpretación de resultados de la encuesta realizada</i>	31
3.1.2.	<i>Entrevista realizada a los dueños de ferreterías de la zona</i>	41
3.2.	Comprobación de las Interrogantes de estudio	42
3.3.	Propuesta	43
3.3.1.	Estudio de mercado	43
3.3.1.1.	<i>Segmentación del mercado</i>	43
3.3.1.2.	<i>Mercado Potencial</i>	44
3.3.1.3.	<i>Mercado disponible</i>	44
3.3.1.4.	<i>Mercado efectivo</i>	45
3.3.1.5.	<i>Mercado objetivo o meta</i>	45
3.3.1.6.	<i>Análisis de la demanda</i>	45
3.3.1.7.	<i>Análisis de la oferta</i>	47
3.3.1.8.	<i>Demanda Insatisfecha</i>	49
3.3.1.9.	<i>Marketing mix</i>	50
3.3.2.	Estudio técnico	52
3.3.2.1.	<i>Localización</i>	52
3.3.2.2.	<i>Tamaño de la planta</i>	54
3.3.2.3.	<i>Ingeniería del proyecto</i>	55
3.3.3.	Estudio administrativo	66
3.3.3.1.	<i>Marco legal</i>	66
3.3.3.2.	<i>Nombre o razón social</i>	67
3.3.3.3.	<i>Descripción de la empresa</i>	68
3.3.3.4.	<i>Logotipo</i>	68
3.3.3.5.	<i>Misión</i>	68

3.3.3.6. <i>Visión</i>	68
3.3.3.7. <i>Valores Corporativos</i>	69
3.3.3.8. <i>Políticas</i>	69
3.3.3.9. <i>Organigrama estructural</i>	70
3.3.3.10. <i>Organigrama Funcional</i>	71
3.3.4. <i>Estudio económico financiero</i>	72
3.3.4.1. <i>Inversión inicial</i>	72
3.3.4.2. <i>Capital de trabajo</i>	75
3.3.4.3. <i>Financiamiento</i>	80
3.3.4.4. <i>Estados Financieros</i>	87
3.3.4.5. <i>Evaluación Económica Financiera</i>	90
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	95
BIBLIOGRAFÍA	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Edad.....	31
Tabla 2-3:	Género	32
Tabla 3-3:	Compra de productos ferreteros	33
Tabla 4-3:	Existencia de ferreterías	33
Tabla 5-3:	Características de servicio al cliente de una ferretería.....	34
Tabla 6-3:	Modalidad de venta	35
Tabla 7-3:	Productos de ferretería que se adquieren con frecuencia.....	36
Tabla 8-3:	Frecuencia de adquisición	37
Tabla 9-3:	Forma de pago	38
Tabla 10-3:	Criterios respecto a una ferretería.....	39
Tabla 11-3:	Aceptación de la creación de una ferretería.....	40
Tabla 12-3:	Entrevista dueños de ferreterías de la zona	41
Tabla 13-3:	Segmentación de Mercado	44
Tabla 14-3:	Demanda Actual	44
Tabla 15-3:	Demanda Actual	46
Tabla 16-3:	Proyección de la demanda.....	47
Tabla 17-3:	Cantidad de materiales de construcción ofertados anualmente	48
Tabla 18-3:	Proyección de la oferta	49
Tabla 19-3:	Demanda Insatisfecha por producto	49
Tabla 20-3:	Proyección de la demanda insatisfecha	50
Tabla 21-3:	Determinación del tamaño del proyecto	55
Tabla 22-3:	Simbología Flujograma	57
Tabla 23-3:	Distribución del espacio físico	62
Tabla 24-3:	Requerimiento de personal	63
Tabla 25-3:	Maquinaria y Equipo	63
Tabla 26-3:	Equipo de Computo	63
Tabla 27-3:	Vehículo	64
Tabla 28-3:	Muebles y equipo de oficina.....	64
Tabla 29-3:	Inventario de mercaderías primera comercialización.....	65
Tabla 30-3:	Trámites para la constitución legal.....	67
Tabla 31-3:	Maquinaria y equipo.....	73
Tabla 32-3:	Vehículo	73
Tabla 33-3:	Equipo de computo.....	74

Tabla 34-3:	Muebles y equipo de oficina.....	74
Tabla 35-3:	Resumen de Activo fijo	75
Tabla 36-3:	Inversión diferida.....	75
Tabla 37-3:	Inventario de Materiales de construcción primera comercialización	76
Tabla 38-3:	Sueldo correspondiente a un mes	77
Tabla 39-3:	Servicios básicos	77
Tabla 40-3:	Materiales indirectos	77
Tabla 41-3:	Sueldos administrativos.....	78
Tabla 42-3:	Arriendo local.....	78
Tabla 43-3:	Materiales de limpieza.....	78
Tabla 44-3:	Suministros de oficina	78
Tabla 45-3:	Amortización diferida.....	79
Tabla 46-3:	Depreciación.....	79
Tabla 47-3:	Gasto Publicidad.....	79
Tabla 48-3:	Resumen de capital de trabajo.....	79
Tabla 49-3:	Cuadro de inversión.....	80
Tabla 50-3:	Estructura del financiamiento.....	80
Tabla 51-3:	Amortización del crédito	81
Tabla 52-3:	Requerimientos.....	82
Tabla 53-3:	Ingreso de ventas Proyectado	82
Tabla 54-3:	Egreso materiales de construcción	83
Tabla 55-3:	Proyección de sueldos	83
Tabla 56-3:	Proyección Servicios Básicos.....	83
Tabla 57-3:	Proyección Materiales indirectos.....	84
Tabla 58-3:	Proyección de sueldos administrativos.....	84
Tabla 59-3:	Proyección materiales de limpieza	84
Tabla 60-3:	Proyección suministros de oficina.....	84
Tabla 61-3:	Proyección Gasto Arriendo	84
Tabla 62-3:	Proyección Publicidad	85
Tabla 63-3:	Proyección depreciaciones	85
Tabla 64-3:	Proyección Gasto Financiero.....	85
Tabla 65-3:	Resumen de costos y gastos proyectados	86
Tabla 66-3:	Estado de Situación Inicial	87
Tabla 67-3:	Estado de Resultados	88
Tabla 68-3:	Flujo de efectivo	89
Tabla 69-3:	Cálculo del Valor Actual Neto.....	90

Tabla 70-3:	Periodo de recuperación de la inversión.....	92
Tabla 71-3:	Punto de equilibrio	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Etapas del proyecto	8
Figura 2-3:	Mapa del Ecuador	53
Figura 3-3:	Micro localización de la parroquia.....	53
Figura 4-3:	Localización exacta local.....	54
Figura 5-3:	Proceso de compra	58
Figura 6-3:	Recepción de mercaderías.....	59
Figura 7-3:	Proceso de venta	60
Figura 8-3:	Proceso despacho de materiales.....	61
Figura 9-3:	Distribución de planta	62
Figura 10-3:	Logotipo ferretería	68
Figura 11-3:	Estructura Organizacional.....	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Tabla 1.....	31
Gráfico 2-3:	Tabla 2.....	32
Gráfico 3-3:	Compra de productos ferreteros	33
Gráfico 4-3:	Existencia de ferreterías	34
Gráfico 5-3:	Características de servicio al cliente de una ferretería.	35
Gráfico 6-3:	Modalidad de venta	36
Gráfico 7-3:	Productos de ferretería adquiridos con frecuencia	37
Gráfico 8-3:	Frecuencia de adquisición	38
Gráfico 9-3:	Forma de pago	38
Gráfico 10-3:	Criterios con respecto a una ferretería.....	39
Gráfico 11-3:	Aceptación de la creación de una ferretería.....	40

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tuvo como finalidad realizar un Proyecto de factibilidad para la creación de una ferretería en la Parroquia San Juan, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo. Para su desarrollo se empleó metodologías de investigación entre ellas la cualitativa y cuantitativa, así como la investigación de campo y documental. Además, se realizó los siguientes estudios, el estudio de mercado para el cual fue necesario aplicar encuestas a la población de la parroquia de San Juan, de esta manera se pudo determinar la demanda, la oferta y demanda insatisfecha de materiales de construcción. Con el estudio técnico se determinó el tipo de maquinaria, equipo, muebles y enseres que se desea adquirir, la macro y micro localización, el tamaño de la planta y la descripción de procesos. En el estudio administrativo se estableció el marco legal, misión, visión, valores corporativos, políticas y el organigrama estructural y funcional. Por último, se realizó el estudio financiero el cual permitió determinar la inversión inicial, el estado de resultados, flujo de caja mismo que permitió el cálculo de los indicadores. La inversión inicial requerida es de \$ 30782.93, los indicadores financieros que se utilizaron para la evaluación económica son: el Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$18357.44, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 12.7%, la Relación Beneficio Costo de \$1.03 y el Periodo de Recuperación de la inversión es de 4 años con 1 mes y 5 días. Con los resultados mostrados anteriormente se demuestra que el proyecto es viable y rentable por lo tanto se recomienda la puesta en marcha del presente proyecto.

Palabras claves: <PROYECTO >, <FACTIBILIDAD >, < CREACIÓN>, <INVERSIÓN>, <EVALUACIÓN ECONÓMICA>.



Firmado electrónicamente por:
**JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS**



18-02-2022

0329-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The purpose of this degree work was to carry out a feasibility project for the creation of a hardware store in San Juan Parish, Riobamba Canton, Province of Chimborazo. For its development, research methodologies were used, including qualitative and quantitative as well as field and documentary research. In addition, the following studies were carried out: a market study for which it was necessary to apply surveys to the population of the parish of San Juan to determine the demand, supply, and unsatisfied demand for construction materials. The technical study determined the type of machinery, equipment, furniture, and fixtures to be acquired, the macro and micro-location, the size of the plant, and the description of processes. The administrative study established the legal framework, mission, vision, corporate values, policies, and the structural and functional organization chart. Finally, a financial study was conducted to determine the initial investment, the income statement, and cash flow, which allowed the calculation of the indicators. The initial investment required is \$ 30782.93. The financial indicators used for the economic evaluation are: the positive Net Present Value (NPV) of \$ 18357.44, an Internal Rate of Return (IRR) of 12.7%, the Benefit-Cost Ratio of \$1.03, and the Payback Period of the investment is 4 years with 1 month and 5 days. The results shown above demonstrate that the project is viable and profitable; therefore, the implementation of this project is recommended.

Keywords: <PROJECT>, <FEASIBILITY>, <CREATION>, <INVESTMENT>, <ECONOMIC EVALUATION>.



Firmado electrónicamente por:
**MARIA EUGENIA
RODRIGUEZ DURAN**

INTRODUCCIÓN

Proyecto de factibilidad para la creación de una ferretería de materiales de construcción en la Parroquia San Juan, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, tiene como objetivo principal cubrir la demanda insatisfecha de materiales de construcción que hoy en día es limitada. La creación de la ferretería no solo permitirá suplir dicha necesidad en la parroquia, sino que ayudará al crecimiento económico, dinamizará la economía, generará fuentes de empleo directos e indirectos, así como también permitirá que tanto pequeños constructores, albañiles, familias en general puedan encontrar un sistema de venta de productos enfocados en la actividad de la construcción.

Para cumplir con el propósito del trabajo de investigación, el desarrollo se lo ha dividido en tres capítulos los cuales se mencionan a continuación:

Capítulo I: Este capítulo está conformado por: los antecedentes de la investigación, el marco teórico - conceptual, básicamente este capítulo se centra en la fundamentación teórica para realizar la investigación, todo esto apoyado en consultas bibliográficas.

Capítulo II: Se basa en el desarrollo del marco metodológico en el mismo se encuentra la modalidad de investigación, tipos de investigación, métodos, técnicas e instrumentos de investigación utilizados, los cuales permitieron determinar la muestra para obtener el número de encuestas necesario para estudio respectivo.

Capítulo III: En este apartado se establece el marco de resultados y la propuesta del presente trabajo de titulación la cual está conformada por: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo y Estudio Económico Financiero, una vez realizado esto se procedió con la evaluación financiera misma que nos permitió conocer la viabilidad del proyecto.

Finalmente se hace referencia a las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de titulación con el fin de apoyar la creación de la ferretería en la parroquia de San Juan.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

La actividad empresarial a nivel mundial y en especial en Ecuador ha atravesado por distintas fases, debido a los cambios evolutivos en la que se ha podido visualizar que la innovación y la adaptabilidad han sido una de sus principales características. Es así que bajo este contexto se evidencia como los bienes y servicios se van insertando en el mercado a fin de satisfacer las necesidades de una población con gran escala de demanda, con requerimientos y expectativas cada vez más exigentes.

El sector ferretero al igual que otros giros de negocio de mercado ha tenido que experimentar su propio proceso evolutivo, por tal razón el sector en los últimos 10 años asumió importantes tasas de crecimiento, como resultado se puede evidenciar el nivel de desarrollo positivo que se experimentó desde el año 2008 hasta el 2014, siendo el año 2011 el año de mayor crecimiento, con una tasa del 17.6% del PIB, en contraste con 2019, que con respecto a 2018, decreció en -5,2%. El año 2019 el PIB del sector de la construcción representó un 8.17% (5.874 millones), generando 6.1% del total de empleos. (Lucero, 2020)

La diversificación del mercado y el crecimiento acelerado de la población ecuatoriana con necesidades múltiples a las que se debe responder, ha permitido que muchas empresas incursionen aprovechando estas oportunidades ejerciendo distintas actividades productivas, donde el sector de la construcción específicamente el ferretero durante los últimos años ha tenido un importante motor de impulso proveniente de una mayor disponibilidad de financiamiento para viviendas por parte del estado, así como los montos importantes de inversión pública que se ha destinado para obras de infraestructura como carreteras, proyectos de riego y generación de electricidad y demás obras civiles, lo cual ha permitido que el sector ferretero adquiera mayor dinamismo y por ende se demanden diversos productos y materiales de construcción.

En la zona Este del cantón Riobamba lugar donde se desarrollará la investigación, la Parroquia San Juan se evidencia una limitada oferta y desarrollo incipiente de este tipo de negocio, lo que existe es poca oferta de artículos de ferretería y materiales de construcción los mismo que son utilizados para necesidades emergentes, pero no para cubrir una obra de mayor extensión como casas individuales o proyectos de construcción entre otros. Este sector viene experimentando un crecimiento poblacional constante donde factores como baja mortalidad, la natalidad, el acceso a servicios básicos entre otras ha contribuido a dicho crecimiento, por lo cual en el año 2010 de

acuerdo a datos expuestos por el INEC la población fue de 7370 y actualmente es de 8621 habitantes, por tal razón muchos de los habitantes han visto la necesidad de ejecutar obras de construcción civil ya sea para vivienda, ubicación de negocios etc., sin embargo la oferta de materiales de construcción no ha crecido significativamente.

Las personas que requieren realizar construcciones en el sector, disponen de un solo lugar especializado en proveer materiales para la construcción. El sitio que expende estos productos no abastece con la demanda de productos y cuenta con un stock muy limitado, por lo que, la población ha tenido que trasladarse a la ciudad para realizar sus compras de materiales de construcción, en consecuencia, se incurre en altos costos de transporte y pérdida de tiempo debido a la distancia en la que se encuentra la ciudad y el lugar donde están ubicadas las ferreterías más grandes, de modo que ocasiona la demanda insatisfecha de los materiales mencionados. En este sentido, se evidencia que existe un nicho de mercado que comercialmente aún no es explorado y abordado, por el crecimiento poblacional y otros factores.

Formulación del problema

¿Existe una demanda insatisfecha de materiales de construcción en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo?

Sistematización del problema

- ¿Cuáles son las oportunidades de mercado para materiales de construcción en la parroquia San Juan del Cantón Riobamba?
- ¿Cuáles son los aspectos técnicos que intervienen en la creación de una ferretería de materiales de construcción en la parroquia San Juan del Cantón Riobamba?
- ¿Cuál será la estructura organizacional y legal del negocio que le permita establecerse y funcionar correctamente?
- ¿Cuáles son los recursos económicos necesarios para el establecimiento de una ferretería de materiales de construcción en la parroquia San Juan del Cantón Riobamba?

Objetivos

General

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una ferretería en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Específicos

- Diagnosticar la situación actual del mercado para identificar los aspectos positivos y negativos que servirán como línea base del presente proyecto de factibilidad.
- Definir la metodología, técnicas e instrumentos de investigación existentes, para realizar el proyecto de factibilidad.
- Determinar la viabilidad del proyecto de factibilidad mediante el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional legal y el estudio económico financiero

Justificación

Justificación teórica

El presente estudio se basa en conceptos y fundamentos teóricos de un proyecto de factibilidad, que han sido obtenidos de diferentes fuentes bibliográficas y por medios electrónicos, mediante el uso de libros, revistas, artículos, que a través de una revisión minuciosa han permitido construir la investigación.

Justificación metodológica

Desde la perspectiva metodológica, el presente trabajo justifica su emprendimiento ya que para la elaboración del proyecto de factibilidad será necesario establecer un conjunto de métodos, técnicas y herramientas de investigación, que permitan obtener información veraz, oportuna y confiable.

Justificación práctica –social

En la actualidad la sociedad ecuatoriana se encuentra en constante crecimiento y desarrollo, por tal razón surgen varios segmentos de mercado los cuales se desarrollan, en respuesta a las

varias necesidades de los consumidores. En este sentido un proyecto de factibilidad para la creación de una Ferretería en la parroquia San Juan del cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo contribuirá a satisfacer las necesidades crecientes de materiales de construcción de este sector de forma oportuna y accesible.

Por lo tanto la creación de esta ferretería tendrá un impacto positivo dentro de la parroquia y sus alrededores puesto que satisficará las necesidades de sus 8621 habitantes , dinamizará la economía, genera fuentes de empleo a más de 3964 personas que se dedican a la construcción , además de facilitar a los habitantes la adquisición de materiales de forma más oportuna y no tengan que trasladarse a la ciudad para conseguir los materiales que requieren , por lo que al crear dicho negocio se reducirá el tiempo en compra, el gasto en transporte, la limitación en el presupuesto de compra. Los beneficiarios directos de este proyecto serán habitantes de la parroquia y los beneficiarios indirectos serán las personas o empresas que provengan de lugares fuera de la parroquia.

Además, los resultados de este proyecto permitirán conocer la factibilidad de crear este negocio y poder auto sustentarlo para que brinde un servicio a largo plazo.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de investigación

En la parroquia de San Juan no se registra ningún proyecto ni estudio de factibilidad referente a la creación de una ferretería dedicada a la venta de materiales de construcción por tal razón este trabajo de titulación tomara como referencia otras investigaciones al tema planteado. Posteriormente, se procede a detallar las tesis consultadas de proyectos de factibilidad:

(Sánchez Guamán , 2019) en su trabajo: “Estudio de factibilidad para la creación de una ferretería de materiales de construcción en el barrio “Florenia de Carapungo” parroquia cutuglagua- cantón Mejía, menciona que el proyecto realizado propone ejecutar un estudio de factibilidad para la comercialización de materiales de construcción, en el barrio Florenia de Carapungo del cantón Mejía debido a que es una zona con una población en desarrollo y constante crecimiento, por lo que es aplicable establecer este tipo de negocio en función a las necesidades del mercado, para su estudio se aplicó la metodología cualitativa y cuantitativa, investigación descriptiva y exploratoria a más de la utilización del método inductivo deductivo. Además, fue necesario establecer el tamaño de la muestra cual permitió establecer mediante la utilización de encuestas la aceptación del negocio para con ello realizar los correspondientes estudios, finalmente se determinó los distintos indicadores financieros con el VAN, TIR, B/C lo cual demostró que el proyecto es viable y rentable.

Según (Curichumbi Guamán, 2013), en su trabajo de investigación titulado: “ Proyecto de factibilidad, para la creación e instalación de una ferretería comunitaria, en el barrio corona real, parroquia de Licán, ciudad de Riobamba, con miras al desarrollo de nuevas urbanizaciones ”, dice que para tener un negocio se debe correr riesgos ya que esto determinara el éxito o fracaso del mismo. Para realizar este proyecto de factibilidad fue indispensable recurrir a la utilización de métodos de investigación como el método inductivo el cual se basa en la utilización de fundamentos teóricos para verificar la hipótesis. El resultado de este estudio conlleva a la determinación de la viabilidad del proyecto basados en los correspondientes estudios como son estudio de mercado, técnico, administrativo legal y financiero. Cada uno de los que permitieron determinar la oferta, demanda, demanda insatisfecha, tamaño de la planta, la constitución jurídica de la empresa, su

administración, los correspondientes estados financieros y finalmente el cálculo de los correspondientes indicadores financieros.

1.2. Marco teórico

1.2.1. Proyecto

Varios autores presentan diversas definiciones de proyecto entre estos tenemos:

“Es un plan que consiste en un conjunto de actividades las cuales se realizan de manera sincronizada el mismo está enfocado en producir bienes o servicios para satisfacer necesidades, cuenta con un presupuesto y se desarrolla en un tiempo determinado” (Vigo & et al., 2018).

Es una respuesta a una “idea” la cual busca una solución a un problema o la manera de aprovechar una oportunidad de negocio. Un proyecto de inversión puede describirse como un plan si se le asigna determinada cantidad de capital y se aportan diversos tipos de insumos, podrá brindar o proporcionar un servicio útil al ser humano o la sociedad. (Pacheco Coello & Pérez Brito, 2018)

1.2.2. Tipos de proyectos

Los proyectos se dividen en dos grupos:

- Proyectos de inversión privada
- Proyectos de inversión social.

En resumen, hay dos tipos de proyectos: los proyectos de inversión privada los cuales son impulsados por capital privado y están orientados a la búsqueda de beneficios económicos; mientras que los proyectos de inversión social se denominan proyectos de desarrollo local porque tienen la iniciativa del gobierno y generalmente buscan el desarrollo o satisfacción de necesidades sociales.

1.2.3. Etapas del proyecto

Existen varias formas para clasificar las etapas de un proyecto, en consecuencia, Sapag Chain (2011) las clasifica de la siguiente manera:

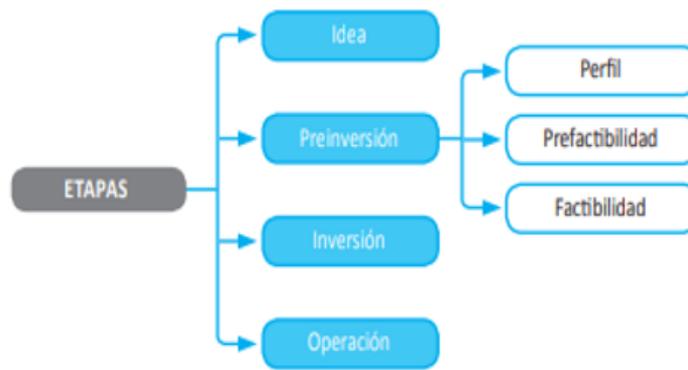


Figura 1-1: Etapas del proyecto

Fuente: Sapag, N. 2011

La primera es la fase de la idea, que corresponde al proceso sistemático de encontrar nuevas oportunidades de negocio o mejorar el funcionamiento de la empresa. Esta fase se centra en hacer un diagnóstico inicial de la situación actual de la idea de negocio o empresa.

A continuación, la etapa de pre inversión se centra en el estudio de viabilidad económica de las distintas opciones de solución identificadas para cada idea de proyecto. Dependiendo de la cantidad y calidad de la información considerada en la evaluación, el desarrollo en esta etapa se puede considerar de tres formas diferentes: perfil, pre factibilidad y factibilidad. En la etapa de inversión se reflejan las acciones que conducen a la producción de bienes o servicios, una vez finalizado el proyecto, comenzará a generar ingresos. Finalmente, la etapa de operación es aquella donde se ejecuta y materializa la inversión. (pp. 30-35)

1.2.4. Análisis situacional

Antes de tomar la decisión de invertir es fundamental analizar las condiciones del proyecto para así determinar si es viable o no:

1.2.4.1. Análisis del macro entorno:

“Este análisis se enfoca en conocer las variables externas de la empresa las cuales no pueden ser modificadas peor manipuladas, estas influyen en las actividades de la misma y poseen un impacto indirecto sobre ella” (Salvador Pérez & et al., 2017, pág. 24).

Para el análisis del macro entorno se consideran factores de tipo:

- Demográficos
- Económicos
- Naturales
- Tecnológicos
- Políticos
- Culturales

1.2.4.2. Análisis del micro entorno

El análisis del micro entorno comprende las fuerzas del entorno con las que la empresa se relaciona.

Sus componentes son:

- Clientes
- Competencia
- Sistemas de distribución
- Proveedores
- Instituciones comerciales

1.2.4.3. Análisis interno

El análisis interno considera diferentes aspectos relacionados con la situación de la propia empresa y de sus productos:

- **Análisis de la compañía:** esta sección se estudia los recursos y capacidades generales de la empresa, teniendo en cuenta los objetivos globales y de marketing.
- **Situación del producto:** refleja datos de las ventas, participación en el mercado, los márgenes de contribución y las ganancias que se haya generado de cada producto de acuerdo a la marca o segmento de productos en un periodo de tiempo determinado. (Rodríguez, 2006, p. 74-75)

1.2.5. Concepto de factibilidad

Con base en Ramírez (2009) la factibilidad es:

Analizar una empresa para determinar si el negocio que se pretende proponer es bueno o malo, esto conlleva la verificación de las condiciones en las cuales se debe desenvolver el negocio propuesto y probar si será exitoso y conocer si contribuye a la protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.

1.2.6. Inversión

Forma parte de las etapas del ciclo del proyecto y está definida como el monto de los recursos necesarios para la puesta en marcha de un proyecto, la misma está formada por: activos fijos o corrientes, activos diferidos o no corrientes y capital de trabajo. Dicha inversión se realiza durante un periodo de tiempo fijo y generalmente termina con un producto o con los elementos requeridos podrá brindar un servicio. (Meza Orozco, 2017, p. 20)

1.2.7. Estudio de factibilidad

Es aquel que permite determinar el éxito en la implantación de un proyecto, por lo que se debe tener en claro lo que se desea alcanzar; es decir, preguntar “que”, lo cual una vez definido, conlleva a verificar la factibilidad de que el proyecto pueda ser llevado a cabo por una empresa y cuál es la estructura, tanto legal, organizacional y financiera que se debe adoptar. (Pacheco Coello & Pérez Brito, 2018)

En definitiva, el estudio de factibilidad permite determinar si es o no prudente invertir recursos en el proyecto.

Los estudios a realizarse en el presente proyecto son:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio organizacional legal
- Estudio económico/financiero

1.2.8. Estudio de mercado

Considerando a varios autores, el Estudio de mercado se define como:

“Este estudio permite recolectar información de primera mano sobre la respuesta del mercado ante un bien o servicio, de la misma forma este ayuda a determinar y proyectar la demanda, costes y establecer precios” (Sapag Chain, 2007, p. 54).

Desde la posición de Meza Orozco (2017) expresa que el estudio de mercado:

Se deriva de un análisis complicado de entender asimismo compone la parte más crítica de la formulación de un proyecto, debido a que los resultados dependerán del desarrollo de este estudio, ni la investigación técnica ni la investigación administrativa y el estudio financiero se pueden realizar a menos que indique una demanda real o la venta de bienes o servicios. Más que centrar la atención en el potencial consumidor y la cantidad del producto que esté demandará, en el estudio de mercado se tendrán que analizar los mercados de proveedores. Esta investigación analiza los mercados de proveedores, competidores y distribuidores, e incluso analiza las condiciones del mercado externo cuando es necesario. (p. 22)

En conclusión, podemos decir que este estudio brinda información que nos ayuda a conocer y hacer un análisis de la demanda y oferta; es decir conocer quiénes serán los posibles consumidores del bien o servicio, así como también saber cuáles son las empresas que actualmente ofrecen dicho producto bien o servicio (competencia).

1.2.8.1. Objetivos de un Estudio de Mercado

- Determinar las características de la población estudio.
- Identificar una necesidad insatisfecha para con ello brindar un mejor servicio y/o producto.
- Determinar mediante el correspondiente cálculo la demanda actual, su evolución y proyección.
- Analizar a los diferentes proveedores que se requiere.
- Conocer los medios que se utilizan para hacer llegar los productos y servicios a los usuarios.
- Elaborar el estudio de mercado el cual permite conocer el nivel de riesgo que se está expuesto al ser o no ser aceptado en el proyecto en el mercado.

El principal objetivo de este estudio es recabar información que facilite enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y predecir la evolución del mismo, recopilar información de carácter monetario que se representa en la formación del flujo del efectivo del proyecto. (Mondragon Puerto, 2017, págs. 40-41)

1.2.8.2. Concepto de mercado

De acuerdo con Lara (2011) señala que “se puede entender como el lugar físico o virtual donde se efectúan intercambios, en el mismo se reúnen compradores llamados demandantes y vendedores denominados oferentes, con el propósito de realizar transacciones de adquisición y venta de productos/servicios que satisfacen necesidades”.

1.2.8.3. Segmentación del mercado

Permite definir y reconocer cual es el tipo de mercado donde se comercializará los productos, lo cual nos proporcionará una visión general del tipo de actividades comerciales que debemos realizar; sin embargo, cada mercado es diferente, y cada uno de los diferentes mercados está integrado por tipologías de personas diferentes, de edades diferentes, de sexos diferentes, de costumbres y personalidades también diferentes. La segmentación es dividir a un universo en grupos que cuenten con características similares. (Sisalema, 2021, pág. 10)

A continuación, se detalla algunos segmentos a considerar:

- Segmentación geográfica
- Segmentación demográfica
- Segmentación psicográfica
- Segmentación conductual

1.2.8.4. Marketing Mix

El Marketing mix, es un instrumento que recoge todas las herramientas para desarrollar estrategias, que permitan emprender acciones efectivas y eficientes para alcanzar los objetivos de venta y mejorar la participación en el mercado, agrupa las decisiones y acciones de marketing, para asegurar el éxito del producto en un mercado determinado. (Caldas & Reyes, 2017)

En otras palabras, esta ayuda a tomar decisiones y acciones, a través del análisis de las 4p (producto, precio, plaza y promoción) del marketing, con respecto al nuevo negocio que se desea establecer.

1.2.8.5. Demanda

Según Mondragón Puerto (2017) la define como: “La cantidad de un bien o servicio que las personas necesitan o requieren para cubrir ciertas necesidades a un precio específico” (p.42).

Bajo esta premisa podemos decir que la demanda es la cantidad de bienes o servicios que el público objetivo desea o quiere adquirir para satisfacer sus necesidades. En efecto al calcular la demanda está nos permitirá conocer la demanda insatisfecha de la cual se partirá para pronosticar las ventas.

1.2.8.6. Oferta

“La oferta son las cantidades de un producto que los oferentes están dispuestos a ofrecer o vender en un mercado a un precio y momento específico” (Sisalema, 2021, pág. 102).

De esta manera se puede entender a la oferta como la cantidad de productos y servicios que están disponibles en el mercado para los diferentes consumidores, estos se encuentran a un determinado precio y tiempo. Con relación al tema de estudio se analizará a los diferentes oferentes que ofrecen materiales, herramientas y artículos destinados al área de la construcción en la parroquia San Juan.

1.2.8.7. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha está definida como la cantidad de artículos o servicios que el mercado proveedor requiere y que con su producción no ha tenido la opción de cubrir la demanda por lo que se encuentra esperando que algún negociante o inversionista inicie un negocio para cubrir dicho requerimiento en el mercado actual. (Salvador Pérez & et al., 2017, pág. 60)

1.2.9. Estudio técnico

El estudio técnico analiza en esencia los elementos que tienen que ver con la ingeniería del proyecto además de estudiar la ubicación óptima y el tamaño de las instalaciones, ilustrando de

esta manera los factores que de alguna forma inciden dentro del proceso de operación del proyecto. (Vega & et al., 2020)

De acuerdo con Sapag Chain (2011) en su libro titulado *Proyectos de inversión Formulación y evaluación* manifiesta que “el estudio técnico calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los detalles técnicos o de la ingeniería del proyecto” (p. 123). En definitiva, este estudio permite determinar los recursos o componentes que se requieren para producir bienes o servicios de manera que se utilicen de una forma óptima.

1.2.9.1. Localización

“Es la que contribuye enormemente a lograr: la tasa más alta de rendimiento del capital (estándar privado) ayudando así a obtener el costo unitario más bajo (estándar social)” (Rodríguez Aranday, 2018).

Por lo tanto, dentro de esta variable se define la macro localización y micro localización del proyecto y se define en función a la ubicación del mercado objetivo, commodities, mano de obra, así como la infraestructura disponible.

1.2.9.2. Macro localización

Según Rojas (2012) define que “la macro localización consiste en la ubicación de la empresa en los espacios rurales y urbanos de un país o región”.

1.2.9.3. Micro localización

Analiza varios aspectos y se refiere al sitio o ubicación exacta en donde será establecida la empresa, para ello se deben considerar los siguientes factores:

- Existencia de vías de comunicación
- Servicios públicos básicos
- Topografía y estudio de suelos
- Condiciones ambientales
- Sistemas de circulación
- Financiamiento

1.2.9.4. Tamaño de la planta

Se define como la capacidad instalada es decir se refiere a la capacidad que se tiene para producir una determinada cantidad de productos en una unidad de tiempo: día, mes o año, turno. Para establecer el tamaño óptimo de la planta, se necesita conocer con mucha exactitud los tiempos adecuados o tiempos y movimientos de proceso, o en su efecto, diseñar y calcular estos datos con cierta visión y técnica.

Para determinar el tamaño adecuado resulta de un balance de todos los elementos que intervienen en la elaboración de los bienes y/o servicios para la producción de tal manera que todas las instalaciones, los equipos y personal trabajen al mismo tiempo. (Rodríguez Aranday, 2018)

En definitiva, esta etapa consiste en definir el tamaño que deben tener las instalaciones, así como los equipos requeridos por el proyecto, esto nos permitirá conocer la magnitud de la futura empresa además de proveernos de datos en cuanto a inversión y costos que se resulten del estudio técnico.

La capacidad instalada está condicionada por ciertos factores como son:

- Demanda
- Suministros e insumos
- Tecnología y equipos
- Financiamiento y organización

1.2.9.5. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es una parte del estudio técnico la cual se enfoca en el estudio de la capacidad productiva y la determinación del proceso de producción, así como especificar qué tipo de maquinaria se debe utilizar y el modelo de distribución de la planta. (Viñán & et al., 2018, pág. 43).

1.2.10. Estudio Administrativo

El propósito de este estudio es definir la forma organizativa que requiere la unidad empresarial, basadas en función a las necesidades funcionales y presupuestarias. Comprende la forma en la que va a funcionar la empresa y el análisis del marco jurídico, determina la estructura

organizacional más adecuada a las características y requerimientos de la empresa, describe los procesos y reglamentos que regirán dentro de la misma. Por medio de este estudio se determinan todos los aspectos relacionados a la nómina de empleados y las bonificaciones esperadas para cada puesto de trabajo. (Meza Orozco, 2013, p. 28)

1.2.10.1. Aspectos administrativos

El componente administrativo es fundamental para el cumplimiento de las metas que posee un negocio, para ello se debe definir una estructura organizacional óptima y los planes de trabajo administrativos y partiendo de esto se puedan definir los requerimientos de recursos humanos, materiales y financieros. Es así que el sistema orgánico se fundamenta en varias definiciones. (Morales Castro & Morales Castro, 2014)

Estructura organizacional: Se manifiesta como la forma o manera en la que las actividades del trabajo se dividen, realizan y coordinan, esto con el fin de que se desarrollen de manera eficaz y eficiente, y al mismo tiempo se pueda alcanzar los objetivos empresariales. Para diseñar la estructura de la organización los gerentes deben considerar ciertos aspectos fundamentales como son: especialización laboral (dividir el trabajo en áreas), cadena de mando (determinar quien responde a quien), departamentalización (agrupar a los puestos), extensión de control(número de empleados a controlar), centralización y descentralización y formalización (establecimiento de reglas). (Ocampo Ulloa & et al., 2019)

Para representar la estructura organizacional de una empresa se utiliza un organigrama el cual es una herramienta donde se representa toda la estructura organizativa de la misma, designando la acción de cada elemento. Para el diseño de la estructura se lo puede hacer de manera vertical u horizontal:

Estructura organizativa vertical: esta posee una dirección del poder bien definida, es decir que el gerente es quien toma las decisiones con respecto a la empresa y el poder que ejerce este recae sobre la dirección intermedia quienes son aquellos que controlan las actividades del talento humano, es así que el personal debe acatar las órdenes de los altos mandos (Mejias, 2019). Estructura organizativa horizontal: en este tipo de estructura los altos mandos de la organización ya no ejercen el poder a diferencia de la estructura anterior, aquí se preocupan por la capacitación constante del talento humano ya que es quien apoya en la toma de decisiones por lo cual es considerado parte esencial para llevar al éxito a la empresa.

1.2.10.2. Aspectos legales

El estudio de los aspectos legales se basa específicamente en los procedimientos de formación y formalización de una negocio o empresa; representa el estudio de las normas y regulaciones existentes relacionadas con la naturaleza del negocio y la actividad comercial que se va a desarrollar.

Para el presente proyecto se requiere lo siguiente:

- Constitución jurídica de la empresa
- Escritura pública
- Patentes
- Registro único de contribuyente

Dentro de la formación de una empresa se toman importantes decisiones, por tal razón se parte de una serie de trámites legales y administrativos. En Ecuador existe un límite legal muy amplio que cubre varias posibilidades para crear un negocio.

1.2.11. Estudio económico financiero

Varios autores manifiestan que el estudio económico financiero pretende determinar:

El monto de los recursos económicos necesarios para la elaborar el proyecto, partiendo así desde cuál será el costo total de operación de la planta (que englobe las funciones de fabricación, administración y comercialización) al igual que otra serie de indicadores que serán importantes para la parte final y definitiva del proyecto la cual corresponde a la evaluación financiera. (Baca, 2010, pág. 160)

Dentro de un proyecto de inversión el estudio económico es primordial ya que por medio de este se determina la viabilidad de este, para ello se procede a calcular los estados financieros, seguidos de la evaluación financiera y conjuntamente con el análisis de las principales ratios financieros. (Salvador Pérez & et al., 2017, pág. 98).

Está conformada por los siguientes elementos:

1.2.11.1. Inversión inicial

Para Meza Orozco (2017) la inversión inicial es:

Conocida como costo de inversión o inversión antes de la puesta en marcha, está representada por la adquisición de los activos fijos, los activos diferidos o intangibles y el capital de trabajo. El monto de esta inversión resulta de calcular los resultados obtenidos en los estudios de mercado, técnico y administrativo, y se expresa en el año cero del flujo de caja. (p. 243)

1.2.11.2. Inversión fija o tangible

Son aquellos activos tangibles es decir cualquier activo material que se puede ver y tocar que son adquiridos o construidos por el ente económico, o que se encuentren en proceso de construcción, estos están destinados a ser utilizados permanentemente para la producción de bienes y servicios, pueden ser usados para arrendarlos o para la administración de la empresa (Meza Orozco, 2017, pág. 89).

Por ejemplo, tenemos compra de terrenos, edificaciones y construcciones, maquinaria y equipos, muebles, vehículo y enseres.

1.2.11.3. Inversiones diferidas o intangibles

“Se define como activo diferido a los bienes o servicios por los cuales se ha pagado una determinada cantidad de dinero sin aun haber disfrutado su uso.” (Córdova, 2011) .

En este apartado se incluyen estudios preliminares del proyecto, gastos de instalación, organización y constitución, adquisición de derechos, patentes, franquicias entre otros.

1.2.11.4. Capital de trabajo inicial

Según (Arreiza Puma & Gavidia Mamani, 2020) el capital de trabajo se define como: la diferencia entre los activos corrientes y pasivos corrientes, tal diferencia representa la capacidad que se tiene para responder en el corto plazo las obligaciones contraídas. Además, tiene por objetivo garantizar que las entidades tengan un flujo de caja adecuado para ejecutar operaciones y poder cumplir con

las obligaciones a corto plazo, por ende, ayuda a mantener la liquidez, solvencia y la supervivencia y rentabilidad de los negocios.

1.2.11.5. Inversión total

La información financiera tiene que ser presentada en este apartado para ello se debe procurar realizarla de forma adecuada teniendo en consideración el cálculo de los costos correspondientes tanto a la inversión fija, la inversión diferida y consecuentemente el capital de trabajo necesario para el establecimiento y operación del proyecto (Córdova, 2011, pág. 192).

Hay que mencionar además que este apartado abarca: activos fijos tangibles, activos diferidos/intangibles, capital de trabajo.

1.2.11.6. Costos del proyecto

Según Lara (2011) los costos son “aquellos egresos de dinero que se destina a un proyecto determinado para el proceso de producción de un producto o servicio”.

1.2.11.7. Gastos del proyecto

Constituye todos los egresos de dinero que se presentan en el proyecto, pero no forman parte del proceso de producción, si no sirven, como elemento de apoyo al mismo, de igual modo sirven para la distribución y comercialización de los materiales. (Lara, 2011)

1.2.11.8. Gastos administrativos

Incluyen los costos y gastos necesarios para operar y administrar el negocio. Se debe agregar que dentro de este se encuentran salarios de gerentes, secretarías, el material necesario para realizar la actividad de administración (material de oficina, gastos de vehículo utilizados por los administradores, gasto de mantenimiento de los equipos de oficina, así como la depreciación de los equipos utilizados en la administración, como es el caso de escritorios, sillas, seguros, etc., es decir todos aquellos gastos administrativos necesarios para el normal funcionamiento de la empresa. (Morales Castro & Morales Castro, 2014)

1.2.11.9. Gastos de ventas

“Es aquel egreso de dinero que surge del requerimiento de comercializar un bien o servicio que satisfaga las necesidades de los compradores, estos gastos son necesarios para el proceso de venta” (Llamas, 2020).

Algunas cuentas de los gastos de venta se mencionan a continuación: pago de sueldo a empleados, sueldos de personal que los supervisa, viáticos, gastos de los vehículos que son utilizados por los vendedores, pago de publicidad, gasto de mantenimiento de los equipos requeridos para las actividades de venta.

1.2.11.10. Gastos financieros

“Es el resultado del costo de obtener dinero por medio del apalancamiento financiero en consecuencia estos incurren y generan intereses. Esta información se refleja en el cuadro de amortización el cual muestra de manera detallada los valores a pagar” (Córdova, 2011).

1.2.11.11. Depreciación

La depreciación es la pérdida o desgaste del valor que sufre un determinado bien durante un periodo de tiempo determinado. Los activos fijos, con excepción de los terrenos, son de uso de la empresa por un número específico de años y su costo se distribuye como gasto entre los años durante los cuales se usa dichos activos en función a su vida útil. (Meza Orozco, 2017)

1.2.11.12. Ingresos

“Son las entradas de dinero resultante de las operaciones de comercialización de un bien o servicio que obtiene un negocio de forma permanente, no obstante estas entradas de dinero también pueden provenir de otras fuentes distintas a la actividad comercial” (Lara, 2011).

De este modo los ingresos se dividen en:

Ingresos de operación: Son variaciones de la demanda y de los precios del producto previstos en el estudio del mercado y muestra la estimación de los ingresos por ventas, año por año.

Ingresos no operativos: reflejan aquellos ingresos que no pertenecen o no corresponden a las actividades comerciales habituales del negocio, entre estas pueden estar la colocación de activos financieros, ventas de activos fijos y valor de salvamento, entre otros. (Córdova, 2011)

En conclusión, los ingresos son todos aquellos rubros de dinero provenientes de una actividad económica, para el presente proyecto los ingresos serán las ventas de los artículos o productos que la empresa comercialice.

1.2.11.13. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de ventas donde los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto, no se genera ninguna utilidad ni pérdida contable en la operación, en términos más sencillos se puede decir que es el punto donde tanto los costos fijos como variables se encuentran cubiertos. Por lo tanto, se refleja que es el mecanismo por medio del cual se determina el punto en que las ventas cubrirán exactamente los costos totales.

1.2.12. Evaluación económica financiera

La evaluación económica financiera es aquella que se realiza al final de toda la secuencia del análisis de la factibilidad de un proyecto ya que permite determinar si la inversión propuesta en el mismo será económicamente rentable, para ello se recoge toda la información resultante de los estudios realizados, estudio de mercado, estudio técnico y estudio administrativo legal.

En efecto para determinar los correspondientes resultados del proyecto basados en la evaluación financiera y tomar decisiones de inversión, se deben presentar en primer lugar las proyecciones de los estados financieros, ganancias y pérdidas, flujo de caja el mismo será útil para la planificación financiera, balance general y flujo neto de efectivo el cual permitirá medir la rentabilidad de la inversión. Los pronósticos se pueden realizar a precios constantes y/o corrientes; para las últimas deben establecerse y justificarse previamente las suposiciones asumidas para la escalada interna de precios en los diversos componentes de inversión, costos e ingresos. (Córdova, 2011)

Para la evaluación del proyecto se requiere de la utilización de ciertos elementos:

1.2.12.1. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja proyectado no es más que el registro de los desembolsos en efectivo que se presentan antes de la puesta en marcha y de los ingresos y egresos durante el periodo de operación. La información básica para establecer el flujo de caja del proyecto proviene de estudios de mercado, estudio técnico, administrativo y financiero, y se considera información adicional relacionada con los efectos tributarios de la depreciación y amortización, y con el impacto del valor residual. (Meza Orozco, 2017)

1.2.12.2. Estado de situación financiera

Esta herramienta, también conocida como balance general, es un estado financiero estático que presenta la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. En ella se indica las inversiones que realiza y las fuentes de financiamiento que emplea una entidad económica.

Para el desarrollo de un proyecto de inversión es ineludible desarrollar el estado de situación financiera pues es quien nos provee información sobre el monto de la inversión, determina la cantidad de recursos ineludibles que la actividad empresarial requerirá para su puesta en marcha y establecerá de dónde provendrán los recursos necesarios para la obtención de los activos que requiere el proyecto ; inclusive, se utiliza para analizar el costo de financiamiento más conveniente, a fin de establecer la estructura financiera (combinación de pasivos y capital contable) más adecuados para la operación del proyecto de inversión. (Morales Castro & Morales Castro, 2014, pág. 174)

Las cuentas que integran este estado financiero son: Activo, Pasivo, Capital, donde el activo representa todos los bienes que posee y custodia la empresa, por otra parte, el pasivo representa las obligaciones que se tiene con terceros y el capital es el resultado de las cuentas de activo y pasivo de la empresa.

1.2.12.3. Estado de resultados

Este estado calcula las utilidades o ganancias de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el período proyectado. Para ello este toma como ingresos usualmente a las cuentas de ventas realizadas y como costos lo referente al costo de producción, gastos de administración y ventas e intereses relacionados por concepto de préstamos; asimismo, se deduce la cuota por depreciación y amortización de activos. (Córdova, 2011)

Para realizar la evaluación financiera de un proyecto se presentan algunas técnicas entre ellas están:

1.2.12.4. Valor Actual Neto

“ Este es un enfoque dinámico para la evaluación de proyectos que considera explícitamente el valor del dinero en el tiempo” (Uzcátegui & et al., 2018, pág. 23).

Es considerada como la técnica mejor conocida y aceptada por los evaluadores de proyectos, ya que por medio de este método se mide la rentabilidad deseada de una inversión después de recuperarla por completo. Para el desarrollo de este indicador se calcula el valor presente de todos los flujos de efectivo futuros partiendo desde el primer periodo de operación, y se le resta la inversión total expresada en el momento cero. Se deben observar algunos principios, si el resultado es mayor a 0, indicará cuánto se gana en el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa i que se exigía de retorno al proyecto, caso contrario si el resultado es igual a 0, muestra que el proyecto alcanza exactamente la tasa i que se deseaba conseguir después de recuperar el capital invertido. (Chain N. , 2007, pág. 253)

1.2.12.5. Tasa interna de retorno (TIR)

Dentro de las técnicas de evaluación de proyectos se encuentra la tasa interna de retorno, conocida como la TIR, la cual expresa la tasa de interés o rentabilidad que el proyecto generará periodo a periodo durante su tiempo de vida.

Es aquella tasa interna de retorno o rentabilidad que hace que el valor actual neto sea igual a cero, además este indicador se utiliza para decidir si se aprueba o rechaza el proyecto, cabe mencionar que la TIR demuestra la rentabilidad del proyecto. (Chain N. S., 2001)

Para poder explicar la TIR es importante desarrollar ciertas habilidades debido a que es la máxima tasa de interés a la que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado dinero. Cabe mencionar que este método incluye encontrar una tasa de interés adecuada que cumpla de manera óptima con las condiciones que requiere el proyecto de inversión, además tiene ventajas sobre otras metodologías como el VPN. (Cevallos Ponce, 2019)

1.2.12.6. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Desde la posición de Fernández (2007) el periodo de recuperación de la inversión se define como “el tiempo en años que tarda en recuperarse el monto de la inversión inicial de un proyecto”.

Existen reglas de decisión las cuales permiten aceptar los proyectos en función al periodo de recuperación entre ellas está:

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) está direccionada por una regla de decisión que consiste en aceptar los proyectos con periodo de recuperación menor al plazo máximo de corte previamente definido. Para el cálculo se procede dividir la inversión inicial entre los ingresos promedios de caja obtenidos en la vida útil del proyecto.

1.2.12.7. Relación costo beneficio

La relación beneficio costo es conocida como una medida financiera que calcula la cantidad de los flujos de caja que se obtienen después de recuperada la tasa de interés requerida en el proyecto de inversión. Cabe recalcar que, cuando el flujo de efectivo posee un monto de inversión alto, representan la ganancia adicional en porcentaje de la inversión actualizada; por otra parte, si el monto de la inversión es menor a los flujos de efectivo actualizados, está muestra en porcentaje el faltante de inversión por recuperar.

Cuando se evidencia un excedente en el flujo de efectivo relacionado con el monto de la inversión, se asume como la contribución porcentual con respecto a la inversión, o del mismo modo se considera como el beneficio porcentual obtenido adicionalmente con la inversión. Cuando se evidencia que el indicador es mayor muestra que existe mayor beneficio. (Morales Castro & Morales Castro, 2014)

CAPITULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

En la presente investigación sobre el proyecto de factibilidad para la creación de una ferretería, se utiliza el paradigma cualitativo y cuantitativo.

Investigación cualitativa: “es aquella que interpreta la realidad en su contexto natural es decir la estudia tal y como acontece en su alrededor. En general, esta técnica se utiliza para revelar las preguntas de investigación más importantes y, posteriormente refinarlas y responderlas” (Domínguez, 2015, pág. 14).

Se aplicará la investigación cualitativa ya que nos ayudará para interpretar y comprender la realidad del mercado, además se enfoca en establecer la importancia de crear una ferretería que preste un servicio útil a la población mediante la recopilación y análisis de información para emitir, criterios y opiniones acertadas, conjuntamente con la utilización de técnicas de recolección de datos como encuestas y entrevistas.

Investigación cuantitativa: “ es aquella que analiza y recolecta información numérica, es decir tiene como objeto establecer pautas de comportamiento al igual que probar hipótesis” (Hernandez Sampieri & et al., 2014).

Se aplicará la investigación cuantitativa puesto que nos permitirá determinar datos numéricos durante todo el proceso del presente trabajo, partiendo desde el análisis del estudio de mercado para determinar la muestra, demanda, oferta, demanda insatisfecha, precio, así como también en cada etapa del proyecto para su respectiva aplicación y verificación de su factibilidad.

2.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación a desarrollarse en el presente trabajo será la investigación descriptiva y exploratoria

Descriptiva: este tipo de investigación analiza e inventaría características de fenómenos, objetos, problemas de estudio para definir su naturaleza. Se plantea conocer un conjunto de fenómenos semejantes u objetos, partiendo desde la utilización criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura lógica o comportamiento. Este método no verifica la hipótesis, sino que se encarga de la descripción de hechos a partir de un modelo teórico definido previamente. (Oyola, 2010)

La aplicación de este método permitirá realizar una investigación objetiva de la realidad actual por la cual está atravesando la parroquia San Juan para poder proponer alternativas de solución a la problemática evidenciada, además este estudio nos permitirá especificar las propiedades importantes de la población que sea sometida a un análisis.

Exploratoria: este tipo de investigación se utiliza cuando se tiene un problema o un tema de investigación del cual haya sido poco estudiado o que no se tenga información anterior, en otras palabras, cuando la revisión de la literatura reveló que existe información suelta estrechamente relacionada con el problema. (Vásquez Rodríguez, 2020)

En relación con este tema la aplicación de este método permitirá obtener una mejor información y conocimiento ya que posibilita la realización de un estudio más detallado del presente proyecto para poder sustentar la investigación y especialmente para la construcción del marco teórico.

2.3. Tipo de estudio

Los tipos de investigación utilizados para el estudio de la creación de una ferretería, son los que a continuación se presentan.

Investigación de campo: “ Se centra en recopilar información necesaria para la investigación directamente de la realidad y de los sujetos investigados, este estudio resulta de observaciones, entrevistas, y cuestionarios” (Ortega, 2017).

Se aplicará la investigación de campo puesto que se realizará una recopilación de la información relacionada a la perspectiva que se requiere para construir el proyecto de factibilidad y será el investigador quién estará enlazado directamente a la situación, con la finalidad de obtener información de primera fuente, útil y necesaria para hallar los elementos correctos para probar la factibilidad. La investigación se desarrollará en la parroquia de San Juan.

Investigación documental: este tipo de investigación parte de la recopilación, selección, compilación e interpretación de la información obtenida en función al tema estudiado todo ello fundamentado por un conjunto de datos, es decir almacenar datos entre ellos libros archivos, material de prensa, grabaciones audiovisuales entre otros. (Significados, 2020)

Se aplica esta investigación para recabar información secundaria tanto para el proceso de describir el problema y estructurar el marco teórico, como en la estructura del proyecto de factibilidad ya que se requerirá de la revisión de documentos que contengan información relevante para el estudio.

2.4. Población y muestra

2.4.1. Población

La población es el conjunto de elementos que se ha considerado para una investigación estadística.

2.4.2. Muestra

Según Hernández Sampieri et al. (2014) manifiesta en su libro de metodología de la investigación que la muestra es “en esencia, un subgrupo de la población”.

Para el presente estudio se ha tomado en cuenta a la población de la parroquia San Juan, que según el censo realizado por el INEC en el año 2010 y su proyección para el año 2020 es de 8621 habitantes.

Se aplicará la siguiente fórmula mediante la cual se determinará la muestra misma que servirá para realizar el presente estudio.

La nomenclatura usada fue la siguiente:

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

Dónde:

(n)=Tamaño de la muestra

(Z)= Margen de confiabilidad: 95% constante (1.96)

(p)= Probabilidad de ocurrencia del evento 0.5%

(q)= Probabilidad que no ocurra el evento

(E)= Error de estimación/ error muestral

(N)= Población o universo de estudio

(N-1) = Factor de corrección

Cálculo

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 8621}{0.10^2 (8621 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 95$$

2.5. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.5.1. Técnicas de investigación

La presente investigación utilizará las siguientes técnicas:

Entrevista: es la interacción oral entre dos o más personas, donde existe el entrevistador quien se convierte en el investigador, el entrevistado quien es el sujeto de estudio, la forma de interacción se realiza mediante preguntas por parte del entrevistador con el fin de obtener información para lograr el objetivo de estudio. (Areas Gonzáles, 2020, pág. 30)

En la presente investigación se entrevistará a los diferentes propietarios o representantes de las ferreterías existentes en la zona de estudio, con la finalidad de realizar un análisis de la oferta de productos de ferretería a más de conocer cómo ha evolucionado este tipo de negocio, así mismo para el desarrollo de este punto se deberá recurrir al uso de un documento que sirva como guía para la respectiva entrevista.

Encuesta: se utiliza para recolectar datos de un trabajo de investigación científica e implica obtener información de un grupo de personas lo que va a permitir al investigador alcanzar el objetivo de estudio; la característica principal de las encuestas es que, sus respuestas se deben sistematizar de forma estadística mediante tablas de distribución o figuras. (Areas Gonzáles, 2020, pág. 19)

Mediante esta técnica lograremos obtener información de interés de la población, por medio de la aplicación del cuestionario, mismo que ayudara a conocer la opinión de los habitantes a más de evaluar la aceptación de la creación de la ferretería.

2.5.2. Instrumentos

Para el concerniente estudio se ha considerado el uso de ciertos instrumentos para recabar datos.

Cuestionario: Es un instrumento de recolección de datos que por lo general es utilizado en trabajos de investigación científica, este consta de una cierta cantidad de preguntas, enumeradas en una tabla y una serie de posibles respuestas, entre las características más relevantes es que para su aplicación no necesita que el investigador esté presente. Las preguntas que conlleva este deben estar elaboradas de manera sencilla para que el encuestado pueda responder en el menor tiempo, cabe mencionar que los resultados obtenidos siempre llevan a probar una hipótesis la misma que ha sido previamente planteada por el investigador. (Areas Gonzáles, 2020)

Mediante el uso del cuestionario el cual será aplicado de manera online, podremos conocer el criterio de las personas seleccionadas por medio de la muestra con la cual se obtendrá la información deseada en la parroquia San Juan.

Guía de entrevista: es un apoyo de memoria para quien va tomar el papel de entrevistador, tanto en un sentido temático debido a que ayuda a recordar los temas que serán expuestos en la entrevista, adicionalmente se muestra en un sentido conceptual ya que indica las temáticas de la entrevista en un lenguaje cotidiano, propio de las personas entrevistadas.

Para el desarrollo de la entrevista se utilizará una guía de entrevistas la misma que ayudará al entrevistador a plantear las preguntas y a su vez registrar las respuestas de las personas entrevistadas.

2.5.3. Métodos de investigación

Inductivo: Este método se basa en el razonamiento, fundamentalmente se enfoca en estudiar u observar hechos particulares con el objeto de llegar a conclusiones o plantear enunciados universales tales como teorías o hipótesis. Este tipo de método solo puede ser aplicado a cierta clase de objetos. (Prieto Castellano, 2017)

Este método nos permitirá partir de cosas específicas de la población de estudio para así poder obtener conclusiones de carácter general mediante la recopilación de información y a la vez verificar la factibilidad del estudio.

Deductivo: Conlleva el proceso de razonamiento que parte de lo general a lo particular, de lo universal a lo individual. Es fundamental manifestar que las conclusiones de la deducción son verdaderas, si las premisas de las que parte también lo son. Es decir, una investigación que utiliza el método deductivo para llegar a un fin debe partir de premisas verdaderas, las cuales proporcionan los fundamentos para establecer la verdad a la que se quiere llegar con la investigación. (Ramos Aragón, 2017)

Este método permitirá buscar alternativas de solución a los problemas, debilidades y amenazas que se evidencian en el desarrollo de la investigación, por lo que ayudará a deducir y proponer alternativas.

2.6. Idea a defender

El diseño de un proyecto de factibilidad para la creación de una ferretería en la parroquia San Juan del cantón Riobamba permitirá cubrir la demanda de materiales de construcción.

Variables

Variable independiente:

Proyecto de factibilidad

Variable dependiente:

Creación de una ferretería en la parroquia San Juan, cantón Riobamba.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1. Análisis e interpretación de resultados

3.1.1. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta realizada.

La encuesta realizada muestra los siguientes resultados:

Edad

Tabla 1-3: Edad

Edades	Frecuencia	Porcentaje
18 – 28	14	15%
28 – 38	21	22%
38 – 48	25	26%
48 – 58	16	17%
58 – 68	17	18%
68 – 78	2	2%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

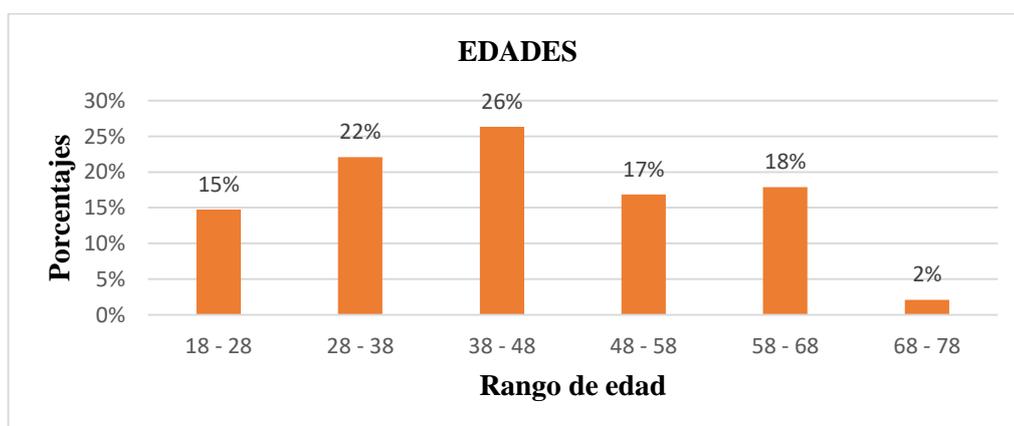


Gráfico 1-3: Tabla 1

Fuente: Tabla 1.

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: El 26 % de los encuestados, se encuentra en un rango de edad de 38 a 48 años, de igual forma el 22% posee edades que van desde los 28 a 38 años y un 2% de este grupo bordea un rango de edad de entre 68 a 78 años.

Análisis: Se considera que gran parte de la población que fue objeto estudio se encuentran en un rango edades de mayor productividad y por ende también poseen estabilidad económica.

Tabla 2-3: Género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	31	33%
Masculino	64	67%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

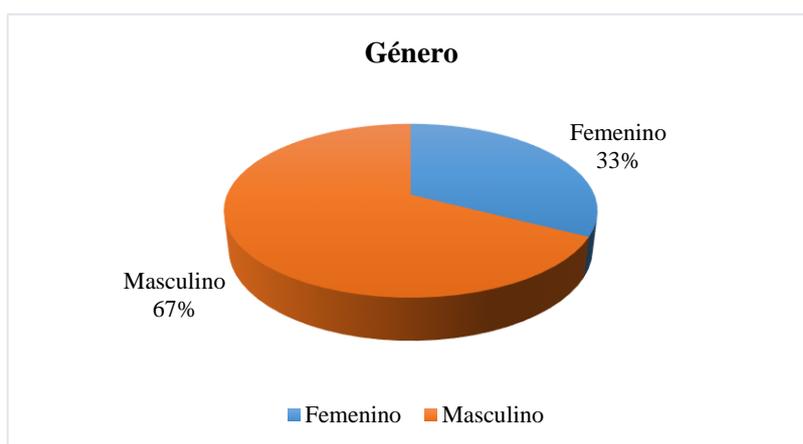


Gráfico 2-3: Tabla 2

Fuente: Tabla 2

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: la gran mayoría de los encuestados representa al género masculino con 67% por lo que el 33% restante son del género femenino.

Análisis: En virtud a los datos recabados se evidencia la presencia de más de la mitad de los hombres.

Resultados.

Pregunta 1: ¿Compra usted productos de ferretería?

Tabla 3-3: Compra de productos ferreteros

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	69	73%
No	26	27%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población

Elaborado por: Naranjo, Y.2021



Gráfico 3-3: Compra de productos ferreteros

Fuente: Tabla 3

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: De las 95 personas encuestadas, el 73% manifiesta que compra productos de ferretería, mientras que un 27% no compra dichos productos.

Análisis: la gran mayoría de los encuestados ha respondido que adquiere materiales de construcción a diferencia del resto que no adquiere ni compra ningún material de construcción.

Pregunta 2: ¿Supone usted, que son suficientes el número de negocios ferreteros que existen en la parroquia de San Juan?

Tabla 4-3: Existencia de ferreterías

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	38	40%
No	57	60%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población

Elaborado por: Naranjo, Y.2021



Gráfico 4-3: Existencia de ferreterías

Fuente: Tabla 4

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: el 60% de la población encuestada menciona que los servicios de ferretería que existen en la parroquia no son suficientes, y solo un 40% de estos manifiesta que si son suficientes.

Análisis: La población en su mayoría posee varias necesidades y requerimientos de materiales de construcción las cuales no pueden ser suplidas por un solo negocio, esto demuestra que existe una gran demanda de materiales de construcción en la parroquia.

Pregunta 3: ¿Qué características de servicio al cliente supone usted que un negocio de ferretería debe tener o poseer? Califique según su criterio de importancia de 1 a 5 (1 es de menor significancia, 5 es de mayor importancia)

Tabla 5-3: Características de servicio al cliente de una ferretería

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Calidad y garantía	16	17%
Variedad de productos	15	16%
Precios accesibles	12	13%
Oportuna y eficiente atención	11	12%
Servicio de transporte	10	11%
Personal capacitado	12	13%
Flexibilidad en horarios de atención	19	20%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

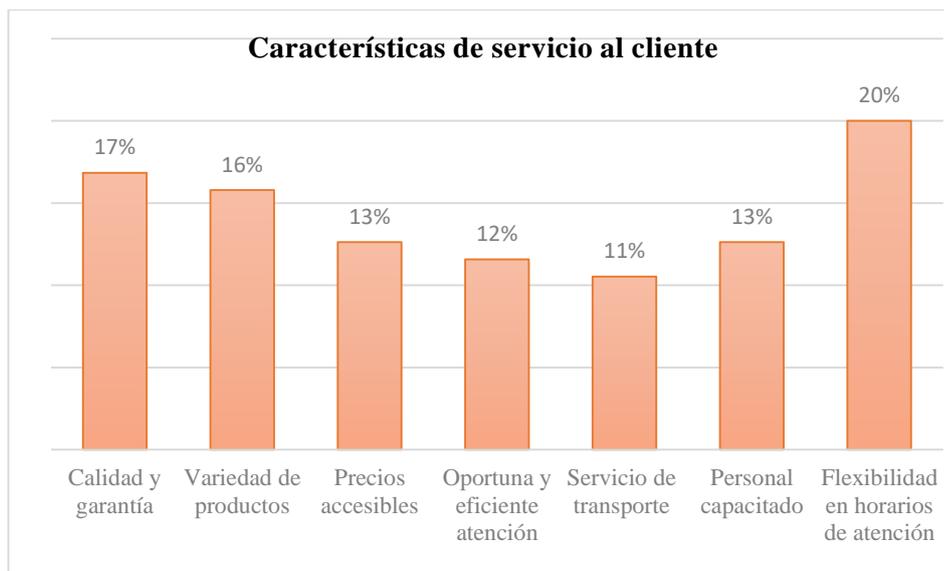


Gráfico 5-3: Características de servicio al cliente de una ferretería.

Fuente: Tabla 5.

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: se identifica que las principales características de servicio al cliente que debe tener una ferretería según el 66% de los encuestados son: flexibilidad en horarios de atención, calidad y garantía, variedad de productos y precios accesibles. El personal capacitado, la oportuna y eficiente atención y el servicio de transporte con un 34% son las características que considera el cliente.

Análisis: Con estos resultados y basados en el criterio de importancia podemos determinar que una ferretería debe prestar mucha atención en características como: la flexibilidad en horarios de atención, calidad y garantía, variedad de productos y precios accesibles, sin dejar de lado otras características como: contar con personal capacitado, oportuna y eficiente atención y el servicio de transporte.

Pregunta 4. ¿Qué modalidades de venta, considera usted que debe mantener una ferretería?

Tabla 6-3: Modalidad de venta

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Catálogos o revistas	15	16%
Observación directa	80	84%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

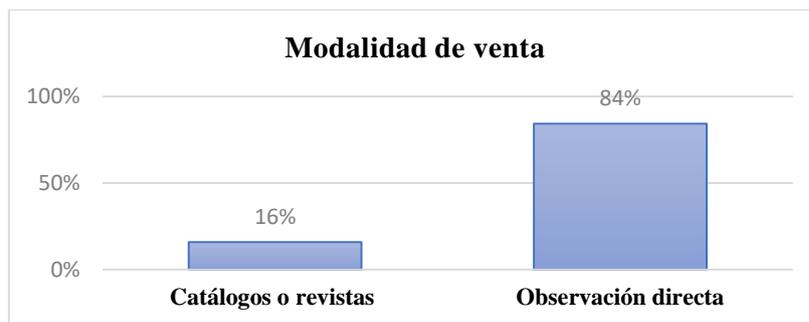


Gráfico 6-3: Modalidad de venta

Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: la gran mayoría de los encuestados con un 84% manifiesta que una ferretería debe mantener una modalidad de venta de observación directa, y un 16% por catálogos o revistas.

Análisis: los resultados permiten conocer que existe una gran afinidad y aceptación por la modalidad de venta por observación directa la cual otorga al cliente ver el producto físicamente, manipularlo, probarlo y adquirir los diferentes productos o servicios de acuerdo a sus requerimientos o necesidades, la segunda opción de modalidad de venta catálogos o revistas no están aceptada.

Pregunta 5: ¿Cuáles son los materiales o productos de ferretería, que con mayor frecuencia usted adquiere?

Tabla 7- 3: Productos de ferretería que se adquieren con frecuencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Hierro	9	9%
Cemento	16	17%
Material eléctrico e iluminación	12	13%
Tubería, plomería y grifería	14	15%
Pinturas, impermeabilizantes, adhesivos y afines	8	8%
Sanitarios	1	1%
Clavos, mallas, alambres	12	13%
Cerámica, Porcelanato	2	2%
Materiales de seguridad industrial	7	7%
Productos de cerrajería, herrajes y candados	2	2%
Tornillería, pernería y fijación	6	6%
Vinil, plásticos y mallas	2	2%
Abrasivos, corte, desbaste y perforación	4	4%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

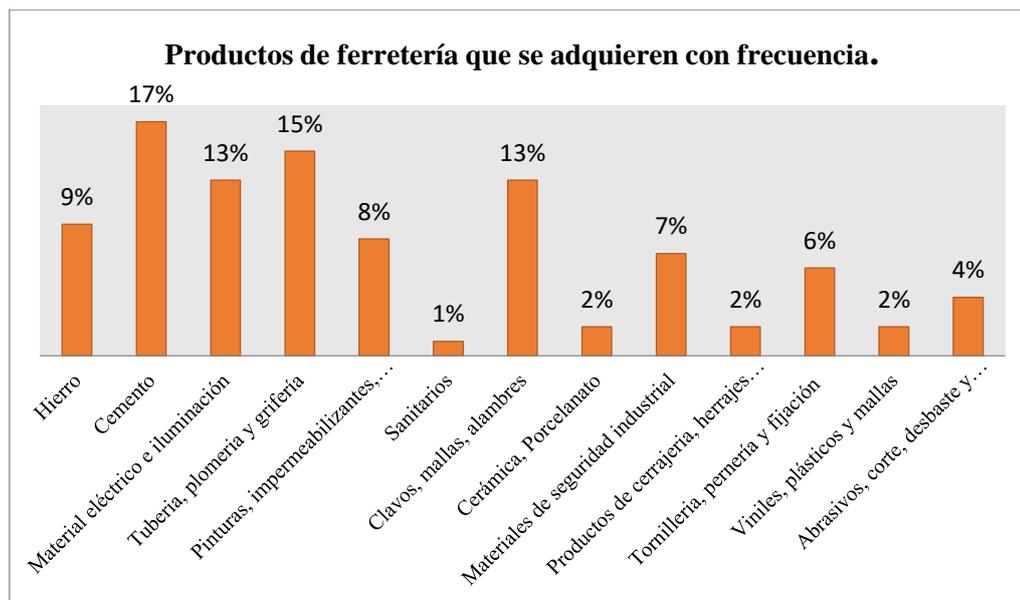


Gráfico 7-3: Productos de ferretería adquiridos con frecuencia

Fuente: Tabla 7

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: Respecto a la frecuencia de adquisición de productos ferreteros, las encuestas presentan que un: 17% adquiere cemento, 15% tubería plomería y grifería, 13% material eléctrico e iluminación, clavos, mallas, alambres y un 9% adquiere hierro.

Análisis: la mayoría de los consumidores adquiere con frecuencia ciertos productos entre ellos cemento, tubería plomería y grifería, material eléctrico, clavos mallas y hierro lo cual muestra que existe demanda mayor de materiales de construcción que de productos de acabados, en la parroquia de San Juan.

Pregunta 6: ¿Con que frecuencia adquiere los mencionados productos ferreteros?

Tabla 8-3: Frecuencia de adquisición

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	26	27%
Semanal	28	29%
Quincenal	17	18%
Mensual	24	25%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

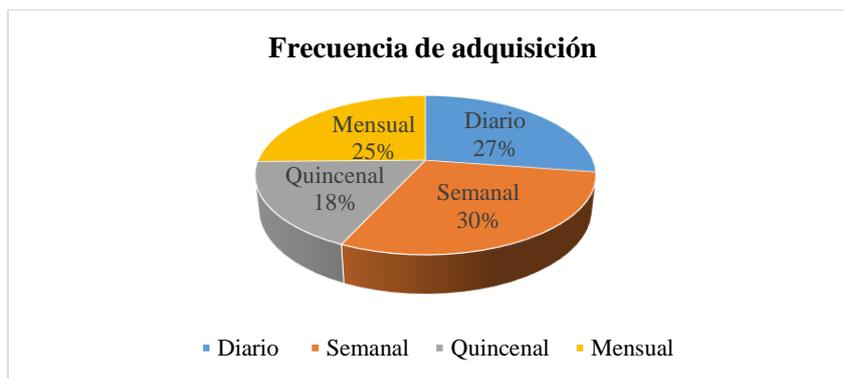


Gráfico 8-3: Frecuencia de adquisición

Fuente: Tabla 8

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: el 57% de las personas encuestadas adquiere productos ferreteros semanalmente, el 25 % mensualmente, mientras que un 18% lo hace quincenalmente.

Análisis: se concluye que la mayor parte de la población adquiere materiales de construcción semanalmente para ello acuden al local que se encuentra en la parroquia o viajan a la ciudad.

Pregunta 7: ¿Cuál es la forma de pago que generalmente utiliza al comprar?

Tabla 9-3: Forma de pago

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Contado	82	86%
Crédito	2	2%
Ambas	11	12%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población.

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

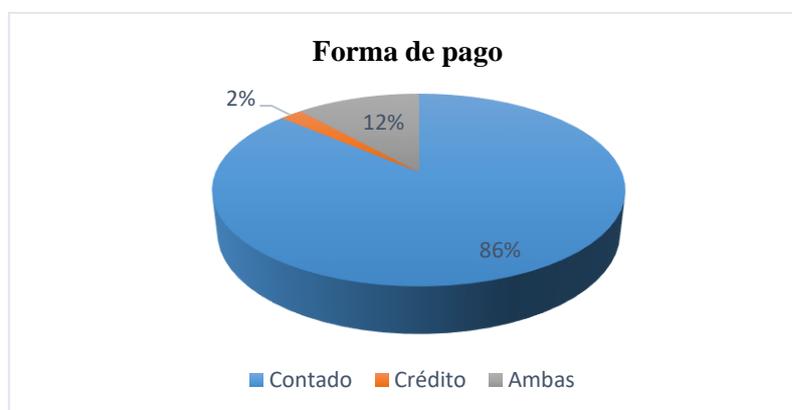


Gráfico 9-3: Forma de pago

Fuente: Tabla 9

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: La mayor parte de los encuestados un 86% prefiere pagar al contado, mientras que un 12% coincide que utiliza ambas formas de pago contado y crédito.

Análisis: La mayor parte de las personas que adquieren materiales de construcción prefieren pagar al contado eso quiere decir que están en la capacidad de pagar al momento de la compra, por lo tanto, aportarían con una importante liquidez a la ferretería, en este caso el crédito no es un factor importante para el cliente; no obstante, una minoría prefiere ambas formas de pago.

Pregunta 8: ¿Cuál de los siguientes criterios, usted considera que deben ser relevantes dentro un negocio de ferretería? Califique de acuerdo a su criterio de 1 a 5 (considere que 1 es de menor importancia, 5 es de mayor importancia).

Tabla 10-3: Criterios respecto a una ferretería.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Calidad y garantía	18	19%
Precio	15	16%
Atención	16	17%
Ubicación	19	20%
Variedad	15	16%
Servicio	12	13%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población.

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

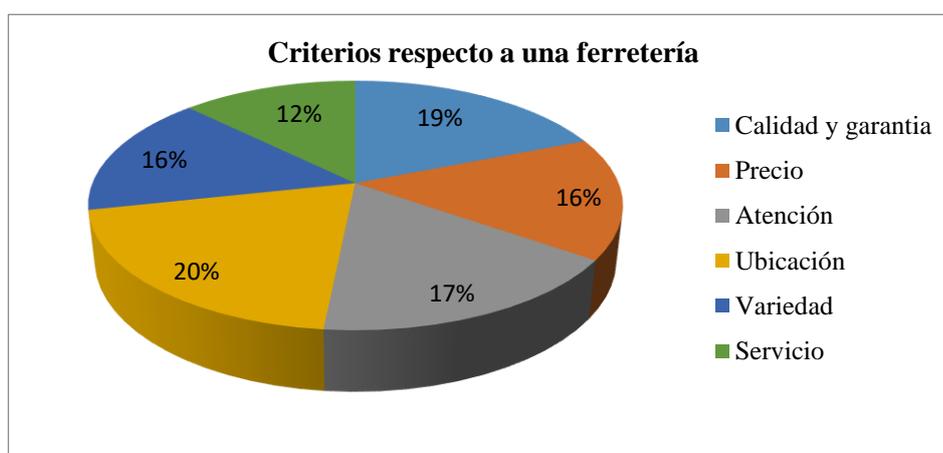


Gráfico 10-3: Criterios con respecto a una ferretería.

Fuente: Tabla 10

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: se identifica que los principales criterios que son ineludibles en una ferretería según un 56 % de los encuestados son: ubicación, calidad y garantía y atención. El precio, variedad y servicio representan un 44% y son los siguientes factores de importancia del consumidor.

Análisis: los elementos más importantes que debe considerar y tener en cuenta una ferretería son: ubicación estratégica, excelente calidad y garantía en los productos y materiales de construcción además de contar con una adecuada atención.

Pregunta 9: ¿Usted considera que es necesario que exista un negocio de ferretería que oferte variedad de materiales de construcción en la Parroquia San Juan?

Tabla 11-3: Aceptación de la creación de una ferretería

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	82%
No	17	18%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta aplicada a la población

Elaborado por: Naranjo, Y.2021



Gráfico 11-3: Aceptación de la creación de una ferretería

Fuente: Tabla 11

Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Interpretación: De las 95 personas encuestadas un 82% manifiesta que es necesario que exista una ferretería de materiales de construcción en la parroquia San Juan, de modo que, un 18% alude que no es necesario.

Análisis: Después de analizado los datos obtenidos en la encuesta se tiene que hay buena aceptación por parte de la población estudiada en que debe existir una ferretería que comercialice gran variedad de materiales y productos de construcción, esto permite ver la exigencia de la demanda, para satisfacer las necesidades con respecto a este giro de negocio.

3.1.2. *Entrevista realizada a los dueños de ferreterías de la zona.*

Entrevista: Resultados entrevista dueños de ferreterías de la zona

Tabla 12-2: Entrevista dueños de ferreterías de la zona

Nombre del negocio:	Maxi Ferretería San Juan
Localización:	Parroquia San Juan
Propietario:	Lcda. Enma Pérez
Años que presta este servicio:	Alrededor de 5 años
Competencia:	Ninguna ya que es el único negocio que se dedica a esta actividad.
La actividad que realiza es rentable:	Es rentable y si genera ganancias solo es cuestión de una buena administración y tener variedad de productos.
Forma de adquisición de productos:	Se adquiere mediante el contacto con distribuidores y por medio de internet.
Productos más demandados	Los productos más demandados están el cemento, tubería, accesorios PVC, material eléctrico, clavos, mallas, abrasivos corte desbaste y materiales para la adecuación o remodelación de viviendas entre otros.
De los productos más demandas que cantidad adquiere mensualmente.	Cemento: 360 qq Aprox. Tubería: 80 unidades Aprox. Clavos: 6 cajas Aprox. Material eléctrico: 6 cajas Aprox. Abrasivos corte desbaste : 6 Cajas Aprox.
Ventas	El pronóstico de ventas aproximadamente es de: Diario: \$280 Mensual: \$5000 Anual: \$63000

Políticas de crédito	No maneja políticas de crédito la mayor parte de sus ventas son al contado.
Medio que emplea para transportar mercadería.	En su mayoría los clientes poseen vehículo y llevan sus productos sin problema y los que no poseen se les renta un vehículo para transportar la mercadería.
Posee una infraestructura adecuada para satisfacer las necesidades de sus clientes.	No se cuenta con una infraestructura adecuada esto hace que sea un limitante para tener variedad de productos y provoca que los clientes tengan que acudir a la ciudad o ferreterías más grandes para conseguir más materiales.

Fuente: Entrevista dueños de ferreterías
Elaborado por: Naranjo, Y.2021

Análisis: la entrevista realizada arrojo los siguientes resultados donde nos muestra que este giro de negocio es rentable, pero se debe poner mucha atención en la administración y variedad de productos ya que si no se tiene un stock variado muchos de los clientes optan por ir a la ciudad a realizar sus compras, además es importante que se cuente con una infraestructura adecuada para brindar un mejor servicio y satisfacer las necesidades de los clientes.

3.2. Comprobación de las Interrogantes de estudio

Una vez que se aplicaron las encuestas a un total de 95 personas, y que se obtuvo la información requerida, se realizó el análisis de las mismas mediante la tabulación de los datos, actividad que implicó la utilización de medios informáticos estableciendo resultados estadísticos que permiten entender de una mejor manera lo obtenido. Estos resultados aportan a la correcta toma de decisiones en cuanto al diseño del proyecto de factibilidad para la creación de una ferretería en la parroquia San Juan del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. Esta técnica de recolección de datos se usó para conocer la aceptación que tendría el proyecto para la creación de una ferretería en la parroquia San Juan, se puede concluir que en la pregunta 2 y 10 busca conocer la opinión de los habitantes de la parroquia de si los servicios de ferretería existente son suficientes y si es necesario que exista otro negocio similar.

Por lo tanto, la idea de crear una ferretería de materiales de construcción tiene una aceptación del 82% de los encuestados ya que manifiestan que si es necesario e importante que exista otro negocio debido a que la población tiene múltiples necesidades las cuales no pueden ser suplidas

por un solo negocio y esto demuestra que existe una importante demanda de materiales de construcción.

Con referencia los productos adquiridos con mayor frecuencia de acuerdo a los resultados obtenidos en las preguntas 5 y 6 el cual busca obtener la opinión de los encuestados se tienen que los productos más demandados con un 54% son materiales de construcción (cemento, tubería plomería y grifería, material eléctrico, clavos mallas y hierro) los mismos que son adquiridos semanalmente. De las características de servicio al cliente que debe tener una ferretería se puede concluir que en la pregunta 3 y 8 busca conocer la opinión de los encuestados en cuanto a servicio y criterios ineludibles se a obteniendo como resultado que un 66% considera que las principales características de servicio deben estar basadas en la flexibilidad en horarios de atención, calidad y garantía, variedad de productos y precios accesibles.

Por lo antes expuesto se considera que la creación de una ferretería de materiales de construcción tendría acogida favorable ya que si existirán personas que demanden de materiales de construcción y requieran de este negocio.

3.3. Propuesta

Título

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FERRETERÍA EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

3.3.1. Estudio de mercado

3.3.1.1. Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es un proceso que permite dividir al mercado total en varios grupos con las características y necesidades homogéneas, mismas que permitirán conocer los intereses del cliente y brindarle una oferta acorde a su requerimiento. Para realizar esta segmentación se consideran las siguientes variables: geográfica, demográfica y socioeconómica.

Tabla 13-3: Segmentación de Mercado

Variable	Descripción
Geográfica	Parroquia San Juan, Cantón Riobamba
Demográfica	Personas de 18 a 69 años de edad de la parroquia incluida la población económicamente activa.
Nivel socioeconómico	Según datos proporcionados por el INEC el nivel socio económico es de 19.9%

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

3.3.1.2. Mercado Potencial

El mercado potencial es el conjunto de individuos que no consumen nuestros productos, pero en algún momento tienen o tendrán la necesidad de consumirlo.

Tabla 14-3: Demanda Actual

Variabes de segmentación	Características	Fuente	Resultados
Geográfica	Parroquia San Juan		
Demográfica	4405	Plan de Ordenamiento Territorial GAD San Juan	
Nivel socioeconómico	19.9%	INEC	876

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

3.3.1.3. Mercado disponible

El mercado disponible es un segmento del mercado potencial ya que en este están inmersos clientes que están interesados o tienen la necesidad de adquirir productos, pero no de manera usual, sino con distintivos específicas.

Para determinar este mercado se utilizó la pregunta 1 realizada a los habitantes de la parroquia San Juan la misma que dice:

¿Compra usted productos de ferretería?

Mercado disponible = Mercado potencial x Porcentaje de la respuesta SI

$$MD = 876 * 73\%$$

$$MD = 639$$

3.3.1.4. Mercado efectivo

Este mercado está conformado por un conjunto de consumidores que requieren adquirir productos aún más definidos. Es decir, los individuos tienen la intención de comprar los productos que oferta el nuevo negocio.

Para conocer la demanda de este mercado se tomará en cuenta la pregunta 9 que dice: ¿Usted considera que es necesario que exista un negocio de ferretería que oferte variedad de materiales de construcción en la parroquia San Juan?

Mercado efectivo = Mercado disponible x Porcentaje de aceptación

$$ME = 639 * 82\%$$

$$ME = 523$$

3.3.1.5. Mercado objetivo o meta

El mercado meta es una parte del mercado efectivo donde el negocio establece una meta en un espacio de tiempo determinado para ser alcanzada.

La ferretería estima que comercializara sus productos al 80% de la demanda efectiva, siendo este el mercado objetivo.

Mercado objetivo o meta = Mercado efectivo x Porcentaje del mercado objetivo o meta.

$$MM = 523 * 80\%$$

$$MM = 418$$

3.3.1.6. Análisis de la demanda

“Se entiende como el conjunto de productos o servicios que demandan comprar o consumir un grupo de personas en un mercado en un momento específico (para lo cual disponen de un cantidad de dinero limitado)” (Argüello, 2018).

El principal objetivo del análisis de la demanda es conocer y medir los poderes que influyen o afectan los requerimientos del mercado por lo que estrechamente están relacionados a un producto o servicio, y la participación del bien para satisfacer la demanda.

Para realizar el estudio de la demanda se tomó los datos de la encuesta realizada a los habitantes de la parroquia San Juan con la finalidad de conocer la demanda que tendrán los productos en el mercado, se realiza un análisis y proyección con el objetivo de obtener la demanda insatisfecha que existe en la actualidad, donde los datos nos proporcionarán la factibilidad del proyecto.

Demanda Actual

La demanda actual de la parroquia San Juan es de 418 habitantes que requieren de materiales o herramientas de construcción.

Del mismo modo tomando en consideración los datos obtenidos en la encuesta se procede a realizar el cálculo de la demanda por producto, donde se reflejan los materiales de construcción más representativos de acuerdo a su segmento. (Pregunta 5-6. cemento, tubería, clavos, abrasivos, corte, desbaste y perforación y material eléctrico). A continuación, se muestra la demanda de materiales de construcción en la parroquia San Juan.

Tabla 15-3: Demanda Actual

Detalle	Unidad de medida	Demanda de materiales	Demanda Anual
Cemento	Qq	1120	13440
Clavos	Libra	420	5040
Tubería, Plomería, G	Unid.	364	4368
Abrasivos, corte desbaste	Unid.	168	2016
Material eléctrico	Unid.	560	6720
Total			31584

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

La tabla nos refleja la demanda de los principales materiales de construcción que es de 31584 al año.

Proyección de la demanda

Para la correspondiente proyección de la demanda, se procederá a la utilización de la tasa de crecimiento económico del PIB del Ecuador, la cual expresa y representa el porcentaje de la producción de bienes y servicios, e incluso nos indica la situación económica del país. El PIB para el año 2021 se espera un rebote en la economía del 3.1% esto debido a que a raíz de la pandemia el país tuvo un decrecimiento en su economía según datos expuestos por el BCE. (ASOBANCA, 2020)

Fórmula:

$$C_n = C_0(1 + i)^n$$

Donde:

C_n = Demanda Actual

i = Tasa de crecimiento

n = año

Tabla 16-3: Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA
0	31584
1	32563
2	33573
3	34613
4	35686
5	36793

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Análisis: Como se observa en la tabla anterior, la demanda tendrá un crecimiento sustancial para los próximos cinco años, lo que favorece a la creación de la ferretería.

3.3.1.7. Análisis de la oferta

Se entiende como oferta a la cantidad de bienes y servicios que una cierta cantidad de oferentes está dispuesta a poner en el mercado a un determinado precio.

En efecto para determinar la oferta se consideran los negocios que existen en la zona de estudio que se dedican a la comercialización de materiales de construcción mismos, donde mediante la utilización de la investigación de campo se pudo comprobar que dentro de la zona de estudio existe un solo lugar que brinde este servicio.

Oferta actual

Para la cuantificación de la oferta se tomó en consideración la cantidad de materiales de construcción adquiridos mensualmente por la ferretería, datos proporcionados en la entrevista realizada, no obstante, no hay una cantidad que se puede establecer como estadística ya que depende de ciertos factores como: segmentos de productos, calidad, marca, uso.

A continuación, se presenta los siguientes datos:

Tabla 17-3: Cantidad de materiales de construcción ofertados anualmente

Empresa	Producto	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Maxi Ferretería "San Juan "	Cemento	360	4320
	Clavos	55	660
	Tubería, Plomería, G	80	960
	Abrasivos, corte y desbaste	72	864
	Material eléctrico	72	864
Total			7668

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

En la tabla anterior, podemos ver que hay alrededor de 7668 productos ofertados anualmente los mismos que están representados por materiales, herramientas y artículos de ferretería (cemento, clavos, tubería, plomería, abrasivos, corte y desbaste, material eléctrico).

Oferta proyectada

Para la proyección de la oferta se utilizó el mismo método de la demanda y su proyección a cinco años en base al crecimiento económico estimado del 3.1% PIB del Ecuador para este año según el Banco Central del Ecuador. (ASOBANCA, 2020)

Con los datos obtenidos y la aplicación de la fórmula de la oferta proyectada se tienen los siguientes resultados.

Tabla 18-3: Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA
0	7668
1	7906
2	8151
3	8403
4	8664
5	8933

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

3.3.1.8. Demanda Insatisfecha

Se tiene una demanda insatisfecha cuando la cantidad de bienes y/o servicios no puede abastecer a la demanda del mercado.

Para determinar la demanda insatisfecha se tomará en cuenta la demanda y oferta de materiales de construcción en relación a las ferreterías que expenden productos de construcción en la Parroquia San Juan.

Para realizar el cálculo de la demanda se utiliza la siguiente fórmula:

$$Demanda\ insatisfecha = Demanda - oferta$$

Tabla 19-3: Demanda Insatisfecha por producto

Detalle	Demanda Anual	Oferta Anual	Demanda Insatisfecha	50% A cubrir
Cemento	13857	4454	9403	4701
Clavos	5196	680	4516	2258
Tubería, Accesorios, G	4503	990	3514	1757
Abrasivos, corté desbaste	2078	891	1188	594
Material eléctrico	6928	891	6038	3019
Total	32563	7906	24657	12329

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

La demanda insatisfecha de materiales de construcción es de 24657 pero solo se pretende cubrir el 50% de esta, a continuación, se muestra la proyección de la demanda insatisfecha anual:

Tabla 20-3: Proyección de la demanda insatisfecha

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda insatisfecha	50% A cubrir
1	32563	7906	24657	12329
2	33573	8151	25422	12711
3	34613	8403	26210	13105
4	35686	8664	27022	13511
5	36793	8933	27860	13930

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

En la tabla anterior se puede observar la demanda potencial insatisfecha para los próximos 5 años, partiendo desde el año 1 hasta el quinto año lo que nos permite ver la viabilidad del negocio, además se pretende que el negocio cubra el 50 % de la demanda.

3.3.1.9. Marketing mix

El marketing mix es una herramienta usada por las empresas para alcanzar las metas y el impacto deseado a través de la combinación o mezcla de las variables del marketing o 4 P. Estos elementos son totalmente controlables por la empresa, ya que es al interior de esta, donde se planea las características del producto, el precio, la plaza y promoción. (Fernández, 2016)

3.3.1.9.1. Producto

Con respecto al producto este está compuesto por el grupo de herramientas, productos y materiales de construcción que se venderán dentro de la ferretería.

Materiales de construcción

Para el sector de la construcción el cemento, hierro, tuberías, accesorios PVC, material eléctrico, material abrasivo y de corte entre otros se han convertido en elementos esenciales para realizar trabajos de construcción. El dinamismo comercial que se presenta actualmente en la parroquia debido a la generación de nuevos proyectos, ha creado nuevas oportunidades de inversión en el sector de la construcción.

3.3.1.9.2. *Plaza o distribución*

En términos generales la distribución hace referencia a la manera en la cual se hará llegar todos los productos o servicios desde el fabricante, comerciante al cliente o consumidor final. Existen canales directos e indirectos.

El canal de distribución por medio del cual se distribuirá los diferentes producto, herramientas y materiales de construcción será por medio de una intermediación larga, en otras palabras, esta intermediación consiste en que la mercadería parte desde un proveedor de materiales de construcción, luego los mismos materiales son comercializados por medio de la ferretería y finalmente llega al cliente.

Para comercializar los productos de ferretería es necesario contar con un punto de venta donde el cliente pueda acercarse y realizar sus compras, además para brindarle comodidad al cliente se harán los envíos directamente al domicilio del cliente o al lugar que se requiera de esta manera se lograra poner el producto en manos del consumidor en el tiempo y lugar adecuado.

3.3.1.9.3. *Precio*

El precio es considerado como un elemento del marketing mix el cual produce ingresos es decir los demás elementos producen costos. Para Novecilla & Granados (2018) el precio “es la cantidad que se paga por un producto o servicio y corresponde a un elemento del marketing mix” (p. 73).

La estrategia del precio propuesta para el negocio es otorgarles a los diferentes usuarios precios módicos de acuerdo a la capacidad de compra, variedad de productos en diferentes marcas y de excelente calidad y de esta manera ofrecer dos alternativas en cuanto a precio y calidad acorde a las necesidades y presupuesto del cliente.

Para la fijación del precio nos basaremos en los precios del mercado, la competencia y valor al cual nuestros proveedores nos ofrecen los materiales de construcción, cabe mencionar que algunos productos ya tienen un precio establecido, pero existen otros que no lo tienen para esto se deberá calcular un porcentaje de utilidad o margen de ganancia.

$$\text{Costo total del producto} + \% \text{ Utilidad} = \text{Precio Final}$$

3.3.1.9.4. *Promoción*

“ Se enfoca en la forma en la cual nosotros como empresa podemos transmitir o comunicar a los clientes potenciales sobre los bienes o servicios que ofrecemos y persuadirlos para que nos compren a nosotros en lugar de la competencia” (Tracy, 2016, pág. 44).

Para realizar la promoción se puede hacer uso de varias herramientas que nos ayuden a difundir los productos que se oferta a más de dar a conocer el negocio. Entre las herramientas que se puede utilizar están: publicidad, medios de comunicación, relaciones públicas o RRPP y merchandising.

De todas estas herramientas se optará por:

Publicidad: Es la forma más segura de llegar al público objetivo para que conozca todo lo que se oferta. Por tal razón se realizará una difusión masiva por redes sociales ya que hoy en día estas son una fuente de comunicación masiva, además se entregarán volantes para dar a conocer el nuevo punto de adquisición de materiales de construcción, sus productos y promociones.

Promoción en ventas: Se aplicará descuentos por compras que pasen cierto volumen y valor. Por otro lado, de acuerdo al tamaño de la compra que realice el cliente el envío será gratis.

Relaciones Públicas: Se forja mantener buenas relaciones públicas tanto con los proveedores como con otras empresas del medio lo cual es favorable ya que de esta manera podemos obtener publicidad no pagada y construir una buena imagen corporativa.

3.3.2. *Estudio técnico*

3.3.2.1. *Localización*

Para Flores (2015) el estudio de la localización comprende “la identificación de zonas territoriales conocida como la macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como micro localización, para posteriormente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto” (p. 73).

Macro localización

La macro localización consiste en determinar el territorio o región en donde de acuerdo a estudios preliminares realizados, se puede ubicar el proyecto. Para determinar la macro localización del proyecto se tomará en consideración a Ecuador como país, Región Sierra del país, Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, parroquia San Juan.



Figura 2-3: Mapa del Ecuador
Fuente: Google.com

Micro localización

La micro localización ayuda a conocer con detalle la ubicación exacta en donde va a estar ubicado el emprendimiento la información debe ser veraz, porque es la ubicación que van a conocer los clientes. (Mondragon Puerto, 2017)

La mejor localización para la ferretería de materiales de construcción será en la Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Parroquia de San Juan, Barrio Central para esto se tomó en cuenta los siguientes factores como: disponibilidad de transporte y vías de comunicación, proximidad a materias primas, acceso a servicios básicos, costo de arriendos y terreno, infraestructura y seguridad.



Figura 3-3: Micro localización de la parroquia
Fuente: Google.com



Figura 4-3: Localización exacta local

Fuente: Google maps

3.3.2.2. *Tamaño de la planta*

Para determinar el tamaño de la planta de la microempresa y su capacidad durante el periodo de funcionamiento del proyecto se basó en los siguientes puntos: insumos disponibles, la tecnología, mercado, ubicación y financiamiento.

Para proceder a determinar el tamaño de la planta se calcula tomando como referencia los factores mencionados anteriormente. Cuando se desconoce la capacidad para invertir se puede utilizar el método de escalación debido a que este método es muy útil, según Baca (2007), una forma más minuciosa de determinar la capacidad óptima de producción es tomar en consideración la capacidad de los equipos disponibles en el mercado y juntamente con ello analizar las ventajas de trabajar cierto número de turnos y horas extras.

En virtud de lo considerado anteriormente se procede al cálculo tomando como detalle los siguientes puntos: se tomará como descanso obligatorio domingo y días festivos, mismo que se encuentra establecido en la ley de descanso obligatorio para los trabajadores, donde las horas de trabajo será de 8 horas diarias y 40 semanales. Dentro de las 8 horas de trabajo se incluye 30 minutos de descanso el cual está constituido por tiempo productivo e improductivo. Para el cálculo del tiempo productivo se procede a la utilización de la siguiente fórmula:

$$\textit{Tiempo productivo} = \textit{Tiempo total} - \textit{Tiempo improductivo}$$

$$\textit{Tiempo Productivo} = 480 \text{ minutos (8 horas)} - 30 \text{ (tiempo productivo e improductivo)}$$

$$\textit{Tiempo productivo} = 450 \text{ minutos (día)}$$

Por su parte para proceder a determinar el tamaño propuesto para la planta del proyecto se tomará en consideración los datos de la demanda insatisfecha, para lo cual se procura captar el siguiente porcentaje de la demanda.

Se pretende captar el 50% de la demanda insatisfecha de materiales de construcción para cada año.

Tabla 21-3: Determinación del tamaño del proyecto

Detalle	Unid/ Medida	% DI	Capacidad Instalada
Cemento	Qq	50%	4701
Clavos	Libra	50%	2258
Tubería, Accesorios, G	Unid.	50%	1757
Abrasivos, corte desbaste	Unid.	50%	594
Material eléctrico	Unid.	50%	3019
Total			12329

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

3.3.2.3. Ingeniería del proyecto

Para Baca (2007) la ingeniería del proyecto es todo lo referente a la instalación y el correcto funcionamiento de la planta, es así que para desarrollarlo se debe partir de la explicación de cada uno de los procesos, al igual que la compra de maquinaria y equipo, además determinar la distribución optima de la planta de producción y definir la conformación jurídica legal y de organización que habrá de tener el proyecto. (p. 112)

Esta pretende brindar soluciones para todo lo relacionado con la instalación y operación de la planta. Por su parte esta inicia con la descripción de procesos, adquisición de equipos de oficina, muebles y enseres, maquinaria. Asimismo, esto nos indica la producción óptima, así como la utilización adecuada de todos los recursos disponibles en la microempresa.

Podemos decir que al estudiar este punto nos ayudará a conocer si es factible la instalación de la ferretería, pues es aquí donde describiremos todo en la manera de cómo va a funcionar la microempresa, así como también el proceso de compra, almacenaje y venta de dichos materiales de construcción, así como sus respectivos flujos.

3.3.2.3.1. Descripción de prestación del servicio

Este punto trata de describir de forma sistemática los procesos que se llevarán a cabo en cuanto a la prestación de este servicio, para ello se utilizará los flujogramas en los que se iniciará con su estudio y descripción de cada uno de ellos.

Para la creación de la ferretería se tomará en consideración los procesos claves para su funcionamiento, partiendo desde la compra de materiales de construcción, recepción de los mismos, así como la venta y finalmente el correspondiente despacho de todos los materiales adquiridos por parte del cliente. Posteriormente se detallará los diferentes procesos de una forma más explicativa, para luego representarlos en un flujograma.

- 1. Proceso de compra:** Para la adquisición de los materiales primero se verificará la cantidad de productos existente en bodega, esta información será confirmada con la cuantificación de los productos, para luego proceder a contactar al proveedor o proveedores que dispongan de los productos faltantes, para esto se deberá consultar precios y disponibilidad del material requerido, después se tomara la mejor opción y finalmente llamar al proveedor.
- 2. Proceso de recepción de materiales:** Para este proceso llega el camión del proveedor, se recibe la factura de los materiales que llegan, se receipta la mercadería y se revisa que estén completos y sin novedades, si el material se encuentra en buenas condiciones se lo recibe y percha, caso contrario si el material no esté en buenas condiciones o posee fallas se procede a la devolución.
- 3. Proceso de ingreso de la factura en el sistema:** Se recibe la factura por parte de la persona encargada de recibir la mercadería aquí se verifica que el material recibido este acorde a lo solicitado, posteriormente se procede a ingresar en el sistema la información de los materiales receiptados y si toda la mercancía está completa se procede al correspondiente pago caso contrario se procede realizar una nota de crédito o reposición.
- 4. Proceso de venta:** En este punto el cliente llega al local, indica que materiales de construcción requiere y se ingresa al sistema su pedido, luego se emite la factura, se procede al cobro y entrega de factura.
- 5. Proceso de despacho:** El cliente se acerca a bodega, se receipta la factura, se revisa los materiales solicitados conjuntamente con el cliente, en el caso de ir a entregar materiales se identifica el cliente, dirección del domicilio de entrega u obra y se planifica una hora de entrega, caso contrario se archiva la factura.

3.3.2.3.2. Flujograma de procesos

El diagrama de flujos es una herramienta que permite representar secuencialmente varias actividades de un proceso a través de símbolos gráficos, estos permiten visualizar de mejor manera el funcionamiento de los procesos asimismo ayudan a obtener un mejor entendimiento y la descripción del proceso es más visual e intuitivo

Un diagrama de flujo está constituido por símbolos gráficos que están unidos entre sí con una flecha la cual indica la dirección del flujo de proceso.

Tabla 22-3: Simbología Flujograma

Descripción	Simbología	Representa (USO)
Inicio/ Fin		Indica el inicio o fin de un proceso
Operación		Representa una actividad que necesita ser ejecutada.
Decisión		Indica un punto de toma de decisión (Si/No).
Traslado		Indica la dirección del flujo y une símbolos entre sí.
Conector		Enlaza entre si partes distantes del flujo.
Documento		Indica los documentos utilizados en el proceso
Archivo		Se utiliza para almacenamiento de información.
Espera		Representa tiempo de espera.

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Flujograma proceso de compra de materiales de construcción

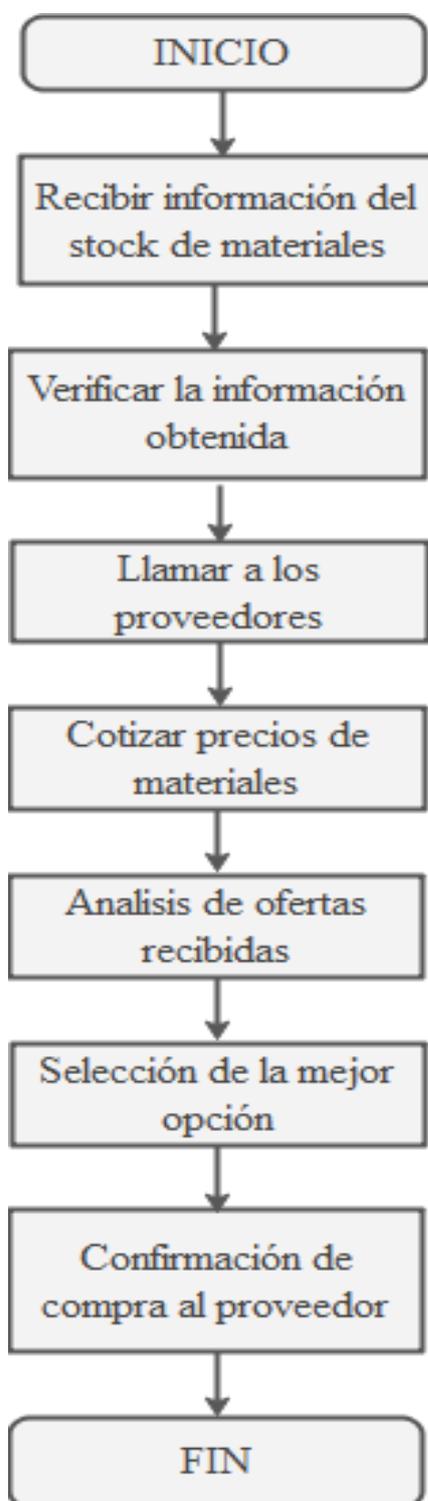


Figura 5-3: Proceso de compra
Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Flujograma de proceso de recepción de materiales de construcción.

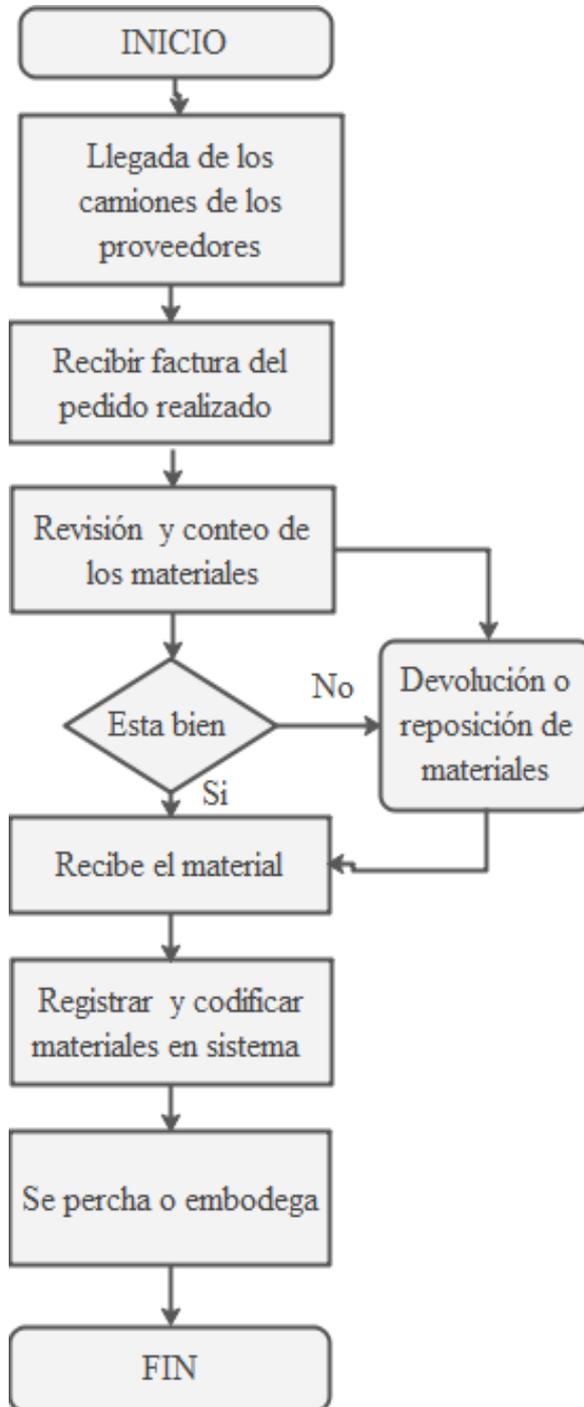


Figura 6-3: Recepción de mercaderías
Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Flujograma proceso de venta de materiales

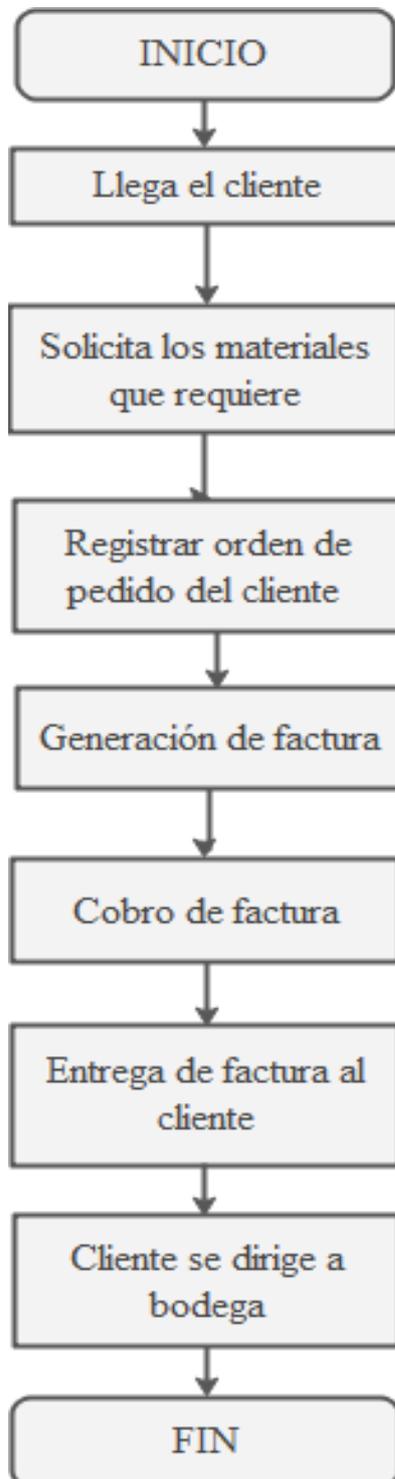


Figura 7-3: Proceso de venta
Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Flujograma proceso de despacho de materiales

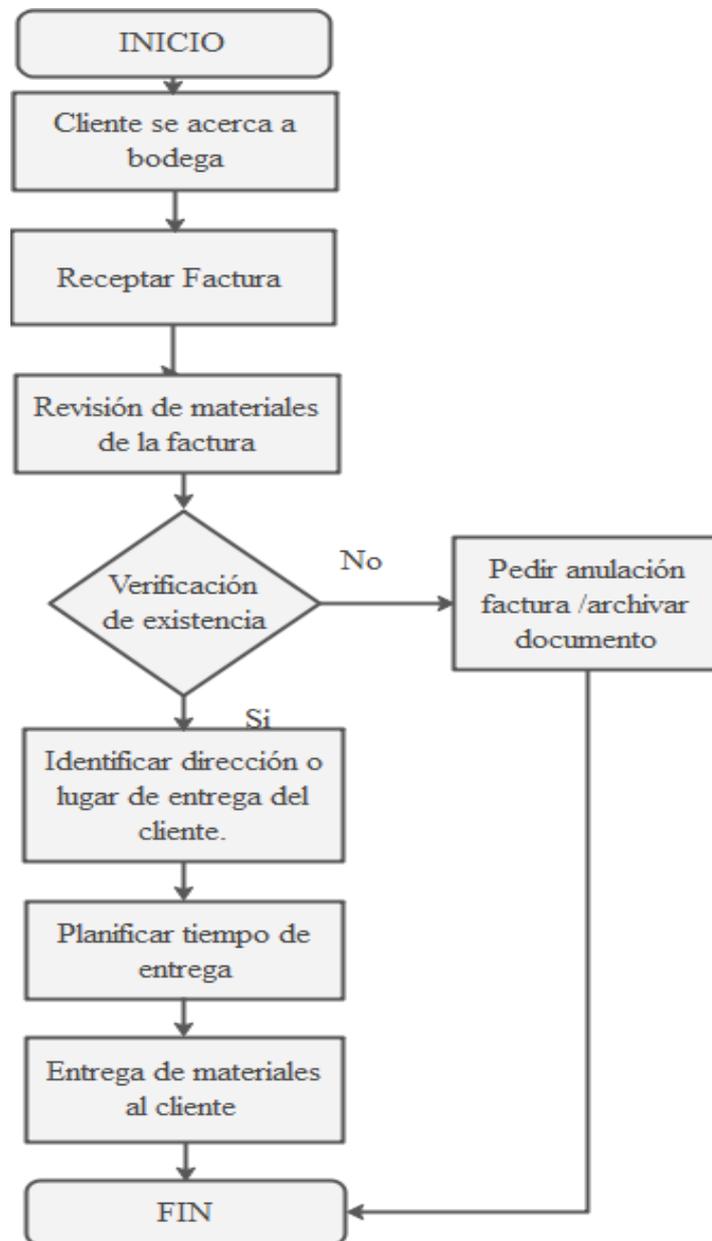


Figura 8-3: Proceso despacho de materiales
Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

3.3.2.3.3. Distribución de la planta

Este proceso está dado por la organización física de todos los materiales, maquinarias, equipos, recursos y demás herramientas, que participaran en el proceso comercial de la microempresa. Para esto se toma en cuenta las áreas que son ineludibles para guardar los materiales, equipos y demás elementos adicionales para el buen desempeño de los trabajadores.

Para el diseño de la planta se debe tomar en cuenta el número de áreas que requerirá la ferretería para ello es fundamental que se considere la creación de espacios que permitan el almacenamiento, transporte de materiales entre otros.

Por consiguiente, para el funcionamiento y operatividad de la ferretería en la Parroquia San Juan, se requiere que el lugar donde se vaya a ubicar disponga de un área total de 150m² el cual contara con una distribución del espacio físico dividido de la siguiente manera:

Tabla 23-3: Distribución del espacio físico

N°	Distribución	Tamaño (m ²)
1	Área de embarque y desembarque de materiales	45
1	Baño	3
1	Área de servicios y exhibición de materiales de ferretería	66
1	Área administrativa	9
1	Bodega o almacenamiento	27
	Total	150

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

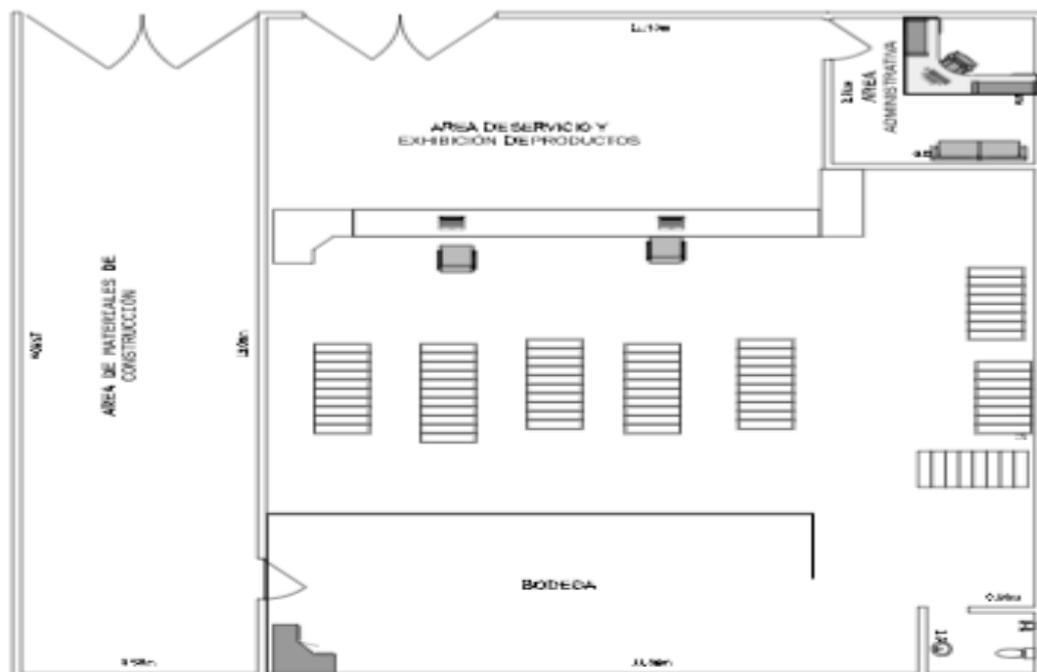


Figura 9-3: Distribución de planta

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

3.3.2.3.4. *Requerimientos de recursos*

Para conocer el monto requerido a invertir se debe identificar y determinar todos y cada uno de los recursos materiales, humanos, tecnológicos, transporte y maquinaria que se requiera. En definitiva, estos permiten que se pueda poner en marcha el negocio.

Recursos Humanos

Tabla 24-3: Requerimiento de personal

Descripción	N°
Gerente	1
Vendedor/ Despachador	1
Total	2

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

El personal que colaborara en la ferretería de materiales de construcción está constituido por dos personas mismas que se encargaran de varias actividades dependiente del puesto que este cargo en la tabla 24-3 se muestra con detalle.

Tabla 25-3: Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad
Balanza Electrónica de plataforma 500kg	1
Balanza para mostrador industrial 50kg /110 lbs	1
Total	2

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

La maquinaria y equipo está compuesta por aquellos equipos que servirán para pesar los diferentes productos de ferretería de manera exacta.

Tabla 26-3: Equipo de Computo

Detalle	Cantidad
Computadora HP AIO 22 5 3500U 4GB,1TB,21.5",WINDOWS 10	1
PORTATIL LENOVO S340-14IIL CORE i5-1035G4 8GB,1TB,14"	1
Impresora EPSON Punto de venta TMU-220D USB MOD.806	1
Impresora EPSON L4160 Multifunción, WiFi, Duplex, WiFi Direct	1
Software informático	1
TOTAL	5

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Los equipos de cómputo servirán para el buen desempeño del personal administrativo y de servicio en la realización de sus actividades además permitirá la automatización de la información la cual podrá estar a disposición del personal y esto mejorará la eficiencia del mismo, en cuanto al software este permitirá optimizar tiempo en cuento a la atención oportuna y veraz del cliente a más de proporcionar al negocio información relevante en función a la venta tanto en unidades vendidas como en dinero además nos permitirá tener un control de inventario.

Tabla 27-3: Vehículo

Detalle	Cantidad
Vehículo JAC HFC 1040 K2	1
Total	1

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

El vehículo constituye una herramienta importante de trabajo para la ferretería debido a que de esta manera se puede prestar el servicio de transporte ya que hay clientes que compran una gran cantidad de materiales de construcción y no pueden transportarlos hasta su lugar de destino.

Tabla 28-3: Muebles y equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Valor Total
Góndolas con panel ranurado y ganchos	4	\$170.00	\$680.00
Racks livianos	8	\$95.00	\$760.00
Vitrinas exhibidoras	2	\$300.00	\$600.00
Sillas Ergonómicas	3	\$60.00	\$180.00
Escritorio modular para oficina	1	\$195.00	\$195.00
Estante organizador y archivador oficina	1	\$180.00	\$180.00
Estantería mural	2	\$170.00	\$340.00
Silla sala de espera	2	\$35.00	\$70.00
Teléfono inalámbrico base x2	1	\$50.00	\$50.00
Total	24	\$1,255.00	\$3,055.00

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Los muebles y equipos de oficina servirán para adecuar las instalaciones tanto del área de servicio y exhibición de materiales construcción, así como el área administrativa para de esta manera brindar una mejor atención a nuestros clientes.

Para la creación de la ferretería es necesario la adquisición de varios productos y materiales ferreteros mismos que serán comercializados en las instalaciones de la ferretería ubicada en la Parroquia San Juan, en tal razón se detalla los principales productos según segmento de uso con su respectiva marca.

Tabla 29-3: Inventario de mercaderías primera comercialización

Detalle	Unid. Medida	Cantidad	Proveedor	Costo Total
Cemento	QQ	392	UCEM	\$ 2,664.10
Material eléctrico	Unid.	252	Varios	\$ 465.39
Clavos	Unid./Caja	188	Adelca	\$ 137.35
Tubería Accesorios y G	Unid.	146	Tigre	\$ 841.81
Hierro	QQ	10	Adelca	\$ 365.00
Abrasivos, Corte y Desbaste	Unid.	49	Norton	\$ 66.31
Bondex	Unid.	15	INTACO	\$ 54.00
Tablas	Unid.	25	Varios	\$ 40.00
Otros materiales		100		\$ 150.00
TOTAL				\$ 4,783.98

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

El inventario de materiales de construcción asciende a un valor \$ 4783.98 dólares, incluye los diferentes segmentos de artículos y productos de construcción que se distribuirán y venderán por medio de la ferretería.

Para facilidad del desarrollo del estudio técnico se ha considerado a los diferentes artículos y productos de ferretería por segmentos en función a su utilidad, a la cual se le ha determinado una cantidad de inversión para adquirir los mencionados productos. Los mismos están direccionados tanto para el área de la construcción, hogar, pintura, seguridad, industrial entre otros.

3.3.3. Estudio administrativo

El estudio administrativo facilita las herramientas que sirven de guía para administrar el proyecto. Este estudio indica los elementos administrativos, así como la planeación estratégica, determinación del organigrama y la planeación de los recursos humanos además muestra el aspecto legal, fiscal y laboral.

3.3.3.1. Marco legal

Se debe establecer qué tipo de personería jurídica tendrá la empresa, de acuerdo al código civil ecuatoriano conforme a la legislación clasifica a las personas en persona natural o jurídica.

- **Personas Naturales**

Las leyes ecuatorianas consideran como personas naturales a aquellas personas que tienen la capacidad de ejercer derechos y contratar obligaciones, esta se la adquiere con la mayoría de edad.

- **Personas Jurídicas**

Con referencia a lo estipulado por el código civil ecuatoriano en su Art. 564 se denomina persona jurídica a una persona ficticia, que tiene la capacidad de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente. (Echeverría, 2020) Con referencia al ámbito societario según la Ley de Compañías se conforma de la siguiente manera: compañía en nombre colectivo, compañía en comandita simple y dividida por acciones, compañía de responsabilidad limitada, compañía anónima y compañía de economía mixta.

Pasos para constituir una empresa:

Tabla 30-3: Trámites para la constitución legal

Documentos	Entidad Diligente
Reservar un nombre	Superintendencia de Compañías
Elaborar un minuta del proyecto el cual contiene estatutos.	Asesoría Legal
Apertura de cuenta de integración de capital	Banco Internacional
Elevar a escritura pública el estatuto social.	Notaria
Aprobación del estatuto	Superintendencia de Compañías
Publicación de la resolución aprobada en un diario	Diario de circulación nacional.
Inscripción de la escritura de constitución de la compañía.	Registro mercantil
Obtener RUC	Servicio de Rentas Internas
Reconocimiento de designación de administradores.	Notario
Adjuntar la tercera copia certificada de constitución inscrita en el Registro Mercantil los nombramientos debidamente inscritos e ingresar a la Super de compañías.	Superintendencia de Compañías
Obtener certificado otorgado por la Superintendencia de Compañías para el banco	Superintendencia de Compañías
Obtención de permisos municipales Patente Permisos de bomberos	Municipio de Riobamba

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Sánchez, D& Noboa, V.2019

3.3.3.2. Nombre o razón social

La microempresa llevará como nombre MEGA FERRETERIA “NARANJO” Cía. Ltda. mismo que será registrado en la Superintendencia de Compañías, en el registro de la propiedad y en demás instituciones que indique Ley con el fin de cumplir estrictamente con todos los requisitos para el correcto funcionamiento del negocio.

3.3.3.3. Descripción de la empresa

MEGA FERRETERIA “NARANJO” será una microempresa dedicada a la venta al por menor y mayor de artículos de ferretería y materiales de construcción, su finalidad es asesorar y proveer de materiales de construcción de las mejores marcas y a precios accesibles a la población de la parroquia y sus alrededores y de esta manera ayudar al desarrollo económico del mismo.

3.3.3.4. Logotipo

Es un símbolo de representación gráfica que se utiliza para representar a una institución, sociedad o persona, su característica principal es que está compuesta de imágenes, letras etc.

El logotipo MEGAFERRETERIA “NARANJO”



Figura 10-3: Logotipo ferretería
Elaborado por: Naranjo, Y. 2021
Fuente: Investigación propia

Slogan

Es una frase que identifica a un producto o servicio, simple, concisa, brillante y recordable.
Las mejores herramientas para hacer lo mejor.

3.3.3.5. Misión

Comercializar herramientas de ferretería, productos y acabados de construcción de calidad, al mejor precio, logrando satisfacer las necesidades de los clientes acorde a las exigencias actuales en cuanto a servicio, atención, comodidad y confianza.

3.3.3.6. Visión

Ser líderes en el mercado de la comercialización de herramientas de ferretería, productos y acabados de construcción, respondiendo siempre a los retos del mercado y a las necesidades del cliente.

3.3.3.7. Valores Corporativos

Los valores corporativos son elementos propios de la cultura empresarial que manejan la conducta interna de una empresa, así como su relación con sus usuarios, proveedores y accionistas.

- Responsabilidad
- Honestidad
- Puntualidad
- Confianza
- Compromiso

3.3.3.8. Políticas

Las políticas son normas, reglas o directrices básicas que rigen u orientan sobre la forma de comportamiento y procedimiento adecuado de los empleados. Cabe recalcar que definir políticas conlleva a un funcionamiento óptimo de la empresa ya que sin reglas de juego ninguna empresa podría organizarse correctamente.

A continuación, se detallan las políticas:

Políticas generales

- Brindar una atención oportuna y amable a los clientes.
- Cancelar a los proveedores de forma puntual.
- Cumplir con todas las obligaciones tributarias.
- Respetar las normas y procedimientos que rigen en la empresa.

Política de calidad

- Adquirir y vender artículos y materiales de construcción de las mejores marcas y con una excelente calidad.
- Solicitar a los proveedores documentos que avalen la calidad de ciertos productos de construcción.

Políticas de crédito

- Se concederá crédito mediante una rigurosa selección de clientes.
- El plazo máximo de crédito a otorgarse es de 15 días.
- No se otorgará crédito a clientes nuevos ni a clientes que se hayan retrasado con su pago.
- Los créditos se efectuarán mediante la firma de una letra de cambio la cual servirá como garantía de pago.
- El monto máximo de crédito será de \$200.

Cuentas por pagar a proveedores

- El pago a proveedores se realizará en efectivo o mediante transferencia bancaria.
- El pago de las cuentas por pagar dependerá del convenio que se tenga con los proveedores.

3.3.3.9. Organigrama estructural

Es una representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa y se encuentra estructurado por diferentes niveles jerárquicos, su propósito es plasmar un sistema jerárquico que fija los puestos y funciones que debe cumplir cada uno de los miembros de la empresa para generar mejores resultados con un mayor rendimiento y optimización del trabajo.

Al ser una microempresa nueva esta contara con un organigrama estructural simple, debido al tamaño y a la actividad que se va realizar ya que cuenta con 2 empleados los cuales estarán en distintas áreas específicas.

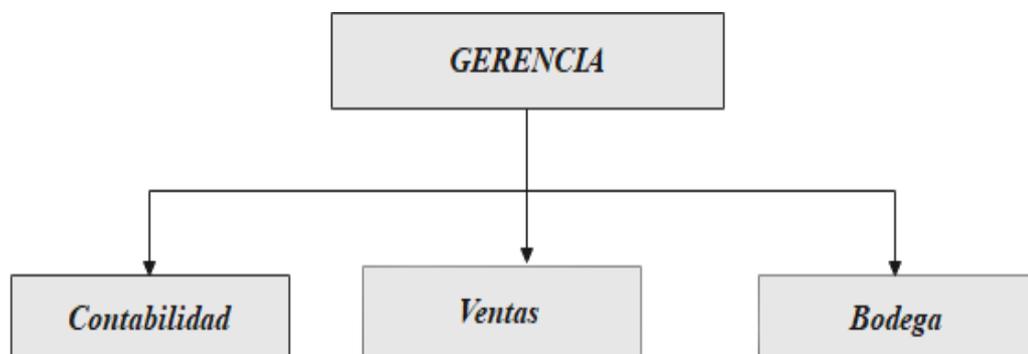


Figura 11-3: Estructura Organizacional

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

3.3.3.10. Organigrama Funcional

Gerente General

El Gerente será aquella persona que represente a la empresa debido a que de él dependerá el buen o mal funcionamiento, es aquel que cumple su función como autoridad sobre los demás cargos.

Funciones:

- Representar Legalmente
- Hacer cumplir las políticas que están establecidas en la empresa.
- Vigilar el cumplimiento de los valores corporativos.
- Asegurar la correcta gestión de los recursos financieros de la empresa.
- Seleccionar y capacitar al personal.
- Autorizar pagos.
- Pagar a los proveedores.

Contador

Entre las funciones que debe desempeñar el contador están las siguientes:

- Deberá realizar las respectivas declaraciones.
- Asegurar márgenes aceptables de rentabilidad
- Ingresar al sistema contable la documentación contable como: retenciones, facturas, notas de crédito entre otras.
- Realizar los pagos referentes al IESS e impuestos al SRI

Bodeguero

Es la persona encargada de despachar el material a más de verificar la entrada y salida de los materiales de construcción.

Funciones:

- Entregar la mercadería al cliente según las especificaciones de la factura.

- Revisar que la mercadería que va a ser entrega no posea daños.
- Mantener limpio las perchas o racks además de colocar los productos en orden para su correcta ubicación.
- Guardar y proteger los documentos de ingreso y salida de mercadería

Vendedor

Realizar la venta de materiales, atender a los clientes con amabilidad y respeto, cobro de facturas debido a que va desempeñar el cargo vendedor y cajero.

Funciones:

- Atención clientes.
- Venta de materiales.
- Realizar inicio y corte de caja del día.
- Contralar todas facturas.

3.3.4. Estudio económico financiero

En esta parte se realiza el estudio Económico Financiero de la ferretería el cual muestra el análisis de la capacidad que tiene la empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Cabe mencionar que el estudio económico corresponde al análisis monetario, el cual permite establecer si es viable o no la puesta en marcha el proyecto, determinando la asignación adecuada de recursos ya sea por material de construcción, mano de obra, equipos y maquinarias a fin de poder definir la rentabilidad mediante la elaboración y proyección de los estados financieros.

3.3.4.1. Inversión inicial

Inversión Activo fijo

Dentro de la inversión fija se determinará la maquinaria, muebles y enseres de oficina, así como el equipamiento necesario que requerirá la ferretería para iniciar su actividad económica. Al referirnos a inversión fija nos referimos a la adquisición de los activos tangibles es decir aquellos activos que tienen forma física los cuales facilitaran a que se realice el proyecto, posteriormente se detallan:

Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo que se requieren para el funcionamiento del negocio están una balanza electrónica de plataforma y una balanza para mostrador industrial. La inversión asciende a \$133.99

Tabla 31-3: Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Valor Total
Balanza Electrónica de plataforma 500kg	1	\$93.99	\$93.99
Balanza para mostrador industrial 50kg /110 lb	1	\$40.00	\$40.00
Total	2	\$133.99	\$133.99

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Vehículo

Es el medio de transporte por medio del cual se pretende facilitar el traslado de los materiales de construcción que sean adquiridos por los clientes hasta el domicilio del cliente o el lugar donde se requiera. Por otro lado, también permitirá el abastecimiento de materiales, herramientas y productos ferreteros provenientes de las empresas distribuidoras a las instalaciones de la ferretería.

El costo del camión asciende a \$17990.

Tabla 32-3: Vehículo

Detalle	Cantidad	Precio Unit	Valor Total
Vehículo	\$ 1.00	\$ 17,990.00	\$ 17,990.00
Total			\$ 17,990.00

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Equipo de computo

Para la parte administrativa y de ventas se requiere de dos computadoras, una impresora de punto de venta, una impresora multifuncional y el software contable el cual servirá para una correcta admiración de la empresa y de sus inventarios. La inversión asciende a \$ 2833.00.

Tabla 33-3: Equipo de computo

Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Valor Total
Computadora HP AIO 22-Df00211a Amd Ryzen 5 3500u 4gb,1tb,21.5",Windows 10	1	\$775.00	\$775.00
PORTATIL LENOVO S340-14IIL CORE i5-1035G4 8GB,1TB,14"	1	\$720.00	\$720.00
Impresora EPSON Punto de venta TMU-220D USB MOD.806	1	\$290.00	\$290.00
Impresora EPSON Multifunción, Wifi, Dúplex, Wifi Direct	1	\$330.00	\$330.00
Software informático	1	\$718.00	\$718.00
Total	5		\$2,833.00

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Muebles y equipos de oficina

Los muebles y equipos de oficina son considerados como mobiliarios que se utilizan para ubicar los diferentes equipos de oficina, asimismo de esta manera facilitar las actividades de otros departamentos. En las oficinas se colocarán sillas ejecutivas y de espera, escritorio modular para oficina, estante organizador y archivador de oficina, también el área de exhibición contará con vitrinas exhibidoras, racks, góndolas, estanterías, sillas ejecutivas además se contará con un teléfono inalámbrico. La inversión asciende a \$3055.

Tabla 34-3:Muebles y equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unit	Valor Total
Góndolas con panel ranurado y ganchos	4	\$170.00	\$680.00
Racks livianos	8	\$95.00	\$760.00
Vitrinas exhibidoras	2	\$300.00	\$600.00
Sillas Ergonómicas	3	\$60.00	\$180.00
Escritorio modular para oficina	1	\$195.00	\$195.00
Estante organizador y archivador oficina	1	\$180.00	\$180.00
Estantería mural	2	\$170.00	\$340.00
Silla sala de espera	2	\$35.00	\$70.00
Teléfono inalámbrico base x2	1	\$50.00	\$50.00
Total	24	\$1,255.00	\$3,055.00

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Resumen de Activos fijos

Tabla 35-3: Resumen de Activo fijo

Detalle	Valor Total
Activo Fijo	
Maquinaria y equipo	\$ 133.99
Vehículo	\$ 17,990.00
Equipo de computo	\$ 2,833.00
Muebles y equipos de oficina	\$ 3,055.00
Total Activo Fijo	\$ 24,011.99

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Inversión diferida

La inversión diferida se refiere a todos los gastos pre operativos que son necesarios en un proyecto o empresa antes de iniciar las operaciones comerciales. Este tipo de inversión está sujeta a amortización y se recupera a largo plazo a continuación, se detallan los siguientes:

Tabla 36-3: Inversión diferida

Detalle	Cantidad	Precio Unit	Valor Total
Gastos de organización	1	\$500.00	\$500.00
Gastos de constitución			\$89.20
Patente municipal	1	\$39.20	
Permiso de bomberos	1	\$50.00	
Gastos de instalación	1	\$500.00	\$500.00
Total			\$1,089.20

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

3.3.4.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo en general comprende aquellos recursos económicos que se necesita y son esenciales para iniciar las distintas operaciones de la fábrica, cabe mencionar este es un elemento que forma parte de la inversión inicial. (Salvador Pérez & et al., 2017, pág. 99)

En definitiva, el capital de trabajo comprende la cantidad recursos monetarios que se utiliza para la adquisición de inventario (mercadería), pago de sueldos y otros gastos que pueden presentarse en el transcurso de los primeros meses de producción.

Cabe decir que, es el dinero que se necesita para hacer frente a los gastos que se ocasionen a corto plazo, ya que después de puesto en marcha el negocio el dinero se obtendrá de las ventas de los productos y materiales de construcción.

Inventario de materiales de construcción

Este apartado representa las mercancías que se adquieren para poner en marcha el negocio entre los materiales que se encuentra en el inventario están: accesorios, herramientas, material eléctrico, tuberías y acabados para la construcción entre otros.

Tabla 37-3: Inventario de Materiales de construcción y ferretería primera comercialización

Detalle	Medida	Cantidad	Proveedor	Costo	Costo Total
Cemento	QQ	392	UCEM	\$ 6.80	\$ 2,664.10
Material eléctrico	Unid.	252	Varios	\$ 1.85	\$ 465.39
Clavos	Unid. / Caja	188	Adelca	\$ 0.73	\$ 37.35
Tubería Accesorios y G	Unid.	146	Tigre	\$ 5.75	\$ 841.81
Hierro	QQ	10	Adelca	\$ 36.50	\$ 365.00
Abrasivos, Corte y Desbaste	Unid.	49	Norton	\$ 1.34	\$ 66.31
Bondex	Unid.	15	INTACO	\$ 3.60	\$ 54.00
Tablas	Unid.	25	Varios	\$ 1.60	\$ 40.00
Otros materiales		100		\$ 1.50	\$ 150.00
TOTAL					\$ 4,783.98

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

El costo de inventario de mercaderías es \$ 4783.98.00

Sueldos y salarios

El presente valor que refleja el sueldo será destinado para el vendedor quien está estrechamente relacionado con la mercadería.

En este caso se tomará en cuenta el sueldo correspondiente a un mes de trabajo.

Tabla 38-3: Sueldo correspondiente a un mes

N° de Trabajadores	Detalle	Sueldo	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Aporte Patronal 11.15%	Vacaciones	TOTAL MES
1	Vendedor/ Despachador	\$ 400.00	\$33.33	\$33.33	\$ 44.60	\$ 16.67	\$ 527.93
TOTAL							

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Costos indirectos

Los costos indirectos se detallan a continuación:

Tabla 39-3: Servicios básicos

Detalle	V. Mensual	Total Anual
Luz eléctrica	\$ 25.00	\$ 300.00
Agua	\$ 2.00	\$ 24.00
Teléfono	\$ 15.00	\$ 180.00
Internet	\$ 25.00	\$ 300.00
Total	\$ 67.00	\$ 804.00

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Materiales indirectos: los materiales indirectos se consideran a un mes de trabajo en la ferretería.

Tabla 40-3: Materiales indirectos

Detalle	Cantidad	P. Unit.	Total Anual	Mensual
Rollos de papel para tickets	100	\$ 2.00	\$ 200.00	\$ 16.67
Suministros de oficina	50	\$ 2.50	\$ 125.00	\$ 10.42
TOTAL	0	\$ -	\$ 325.00	\$ 27.08

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Gastos Administrativos y Ventas

Representan los gastos que se incurren en la parte administrativa y ventas del proyecto dentro de estos están sueldos administrativos, arriendo del local, gasto constitución, útiles de limpieza, suministros de oficina, publicad y depreciaciones.

Tabla 41-3: Sueldos administrativos

N°	Detalle	Sueldo	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte Patronal 11.15%	Vacaciones	TOTAL MES
1	Gerente	\$400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 44.60	\$ 16.67	\$527.93

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Tabla 42-3: Arriendo local

Detalle	Unid. Medida	Precio Unit	Total Anual
Arriendo	Mensual	\$ 160.00	\$ 1,920.00

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Tabla 43-3: Materiales de limpieza

Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Total	Total Anual	Mensual
Escoba	1	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 28.50	\$ 2.38
Trapeador	1	\$ 2.25	\$ 2.25		
Desinfectante	1	\$ 2.50	\$ 2.50		
Papel higiénico	1	\$ 8.00	\$ 8.00		
TOTAL		\$ -	\$ 14.25		

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Tabla 44-3: Suministros de oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Total	Total Anual	Mensual
Lápices	12	\$ 0.25	\$ 5.00	\$ 64.30	\$ 5.36
Esferos	24	\$ 0.25	\$ 6.00		
Resaltador	8	\$ 0.40	\$ 3.20		
Grapadora	2	\$ 2.00	\$ 4.00		
Resmas de papel	12	\$ 2.80	\$ 33.60		
Carpetas	10	\$ 0.25	\$ 2.50		
Otros	0	\$ 10.00	\$ 10.00		

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Tabla 45-3: Amortización diferida

Detalle	Usd.	Vida útil	Mensual
Inversión diferida	1089.2	5	18.15
TOTAL	1089.20		

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Tabla 46-3: Depreciación

Detalle	Costo Total	% Depreciación	Valor Total	Años	Valor Mensual
Maquinaria y equipo	\$133.99	10%	\$13.40	10	\$ 1.12
Vehículo	\$ 17,990.00	20%	\$ 3,598.00	5	\$ 299.83
Equipo de computo	\$ 2,833.00	33%	\$ 944.33	3	\$ 78.69
Muebles y equipos de oficina	\$ 3,055.00	10%	\$ 305.50	10	\$ 25.46
Total	\$g 24,011.99		\$ 4,861.23		\$ 405.10

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Tabla 47-3: Gasto Publicidad

Detalle	Cantidad	Precio Unit	Total	Mensual
Volantes	1000	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 3.33

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Resumen del Capital de trabajo

En el siguiente cuadro se resume el capital de trabajo el cual está conformado por los costos y gastos presupuestados:

Tabla 48-3: Resumen de capital de trabajo

Detalle	Valor
Costos Directos	\$ 5,311.91
Costos Indirectos	\$ 94.08
Gastos Administrativos y Ventas	\$ 699.00
Depreciación	\$ 405.10
Amortización	\$ 18.15
Capital de operación R	\$ 5,681.74

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

El capital de trabajo para la puesta en marcha del proyecto es de \$ 5681.74 para el primer mes.

- **Inversión de Capital Inicial**

Tabla 49-3: Cuadro de inversión

Detalle	Valor Total
Activo Fijo	
Maquinaria y equipo	\$ 133.99
Vehículo	\$ 17,990.00
Equipo de computo	\$ 2,833.00
Muebles y equipos de oficina	\$ 3,055.00
Total Activo Fijo	\$ 24,011.99
Activo Diferido	
Gasto Organización	\$ 500.00
Gasto Constitución	\$ 589.20
Total Activo Diferido	\$ 1,089.20
Capital de trabajo	\$ 5,681.74
Total Inversión	\$ 30,782.93

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

3.3.4.3. *Financiamiento*

El financiamiento que se requiere para la creación de la ferretería asciende a un valor total de USD \$ 30782.93 dólares el mecanismo por el cual se obtendrán recursos para cubrir la inversión inicial estará compuesto por recursos propios y ajenos es decir mediante un préstamo.

Tabla 50-3: Estructura del financiamiento

Detalle	Aporte	Porcentaje
Capital Propio	\$ 9,850.54	32%
Capital Ajeno	\$ 20,932.39	68%
TOTAL	\$ 30,782.93	100%

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Como se observa en la tabla anterior la inversión estará compuesta por Recursos propios que representan el 32% con un valor de \$ 9850.54 y Recursos ajenos que representan el 68% con un valor de \$20932.39 que se van a financiar, por lo cual realizara un crédito a BanEcuador.

Para el cálculo se utilizará el método de amortización de cuota fija para lo cual se aplica la siguiente fórmula.

$$Co = \frac{A * i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

C= Cuota

A= Monto de crédito

i= Tasa de interés

n= Número de periodos o años

Tabla 51-3: Amortización del crédito

Tabla de Amortización				
Capital		\$20,932.39	Cuota M.	\$673.07
Interés		9.76%		
Tiempo		3		
N°	CUOTA	CAPITAL	INTERES	SALDO
0				20932.39
1	\$8,076.88	6977.46	\$ 1,765.63	13954.93
2	\$8,076.88	6977.46	\$ 1,121.34	\$6,977.5
3	\$8,076.88	6977.46	\$ 411.27	\$0.0

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Determinación de ingresos proyectados

El presupuesto de ingresos se refiere a la cantidad monetaria que se va a recibir el propietario del negocio por la venta de los materiales de construcción para esto se debe considerar los precios de compra y el margen de contribución. Para la determinación se considerará la demanda insatisfecha para el año 1 la cual es de 24657 en materiales de construcción, de esta cifra se captará el 50% que corresponde 12329.

Tabla 52-3: Requerimientos

Detalle	Unid/ Medida	% DI	Capacidad Instalada
Cemento	qq	50%	4701
Clavos	Libra	50%	2258
Tubería, Accesorios, G	Unid.	50%	1757
Abrasivos, corte desbaste	Unid.	50%	594
Material eléctrico	Unid.	50%	3019
Total			12329

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

A continuación, se presenta el ingreso de ventas proyectado:

Tabla 53-3: Ingreso de ventas Proyectado

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cemento	4701	4847	4997	5152	5312
Precio	\$ 8.02	\$ 9.0	\$ 9.80	\$ 10.68	\$ 11.53
Total	\$37,723.71	\$43,560.33	\$48,952.66	\$55,012.51	\$ 61,255.33
Clavos	2257.89	2327.88	2400.05	2474	2551
Precio	\$ 1.35	\$ 1.51	\$ 1.69	\$ 1.90	\$ 2.13
Total	\$ 3,049.28	\$3,521.07	\$ 4,065.84	\$ 4,694.91	\$ 5,421.31
Tubería, Accesorios	1757	1845	1902	1961	2022
Precio	\$ 9.20	\$ 10.30	\$ 11.54	\$ 12.93	\$ 14.48
Total	\$16,162.78	\$19,007.43	\$21,948.26	\$25,344.09	\$ 29,265.33
Abrasivos, corte desbaste	593.856	612	631	651	671
Precio	\$ 2.35	\$ 2.63	\$ 2.95	\$ 3.32	\$ 3.72
Total	\$ 1,392.59	\$1,608.05	\$ 1,865.14	\$ 2,163.33	\$ 2,498.04
Material eléctrico	3019	3112	3209	3308	3411
Precio	\$ 3.07	\$ 3.44	\$ 3.85	\$ 4.31	\$ 4.83
Total	\$ 9,270.64	\$10,704.99	\$12,361.27	\$14,273.80	\$ 16,482.24
Total	\$ 76,079.00	\$84,881.86	95,673.17	\$107,968.65	121,402.25

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Según la tabla anterior se puede determinar que la ferretería tendrá un ingreso de \$ 76079.00 en el primer año de su actividad económica.

Determinación de egresos

Para el desarrollo del presupuesto de egresos del proyecto se generan los siguientes costos y gastos:

Costos de venta

Estos costos son aquellos que están relacionados directamente con la comercialización de los diferentes artículos y materiales de construcción, por lo que se realizara un análisis de la compra de mercaderías, mano de obra directa y los costos indirectos.

Mercadería (Inventario de mercaderías)

Dentro de estos costos esta la adquisición de mercadería de materiales referentes a la construcción.

Tabla 54-3: Egreso materiales de construcción

Año	Egresos
1	\$ 56,434.93
2	\$ 58,057.61
3	\$ 59,732.36
4	\$ 61,460.87
5	\$ 63,244.86

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Sueldos y salarios

Tabla 55-3: Proyección de sueldos

Detalle	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo	\$ 6,335.20	\$6,342.80	\$ 6,350.41	\$6,358.03	\$6,365.66

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Costos indirectos

Tabla 56-3: Proyección Servicios Básicos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	\$804.00	\$ 804.00	\$804.00	\$804.00	\$804.00

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Materiales indirectos

Tabla 57-3: Proyección Materiales indirectos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales Indirectos	\$325.00	\$325.39	\$ 325.78	\$ 326.17	\$326.56

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Gastos de operación

Gastos administrativos y de ventas

Sueldos administrativos

Tabla 58-3: Proyección de sueldos administrativos

Detalle	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$6,335.20	\$ 6,342.80	\$6,350.41	\$6,358.03	\$ 6,365.66

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Materiales de limpieza

Tabla 59-3: Proyección materiales de limpieza

Detalle	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales de limpieza	\$ 28.50	\$ 28.53	\$ 28.57	\$ 28.60	\$ 28.64

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Proyección Suministros de oficina

Tabla 60-3: Proyección suministros de oficina

Detalle	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de oficina	\$ 64.30	\$ 64.38	\$64.45	\$ 64.53	\$64.61

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Proyección Gasto Arriendo

Tabla 61-3: Proyección Gasto Arriendo

Detalle	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Proyección Gasto Publicidad

Tabla 62-3: Proyección Publicidad

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Volantes	\$40.00	\$ 40.00	\$40.00	\$ 40.00	\$ 40.00

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Depreciaciones Proyectadas

Tabla 63-3: Proyección depreciaciones

Detalle	Costo Total	Valor Total	Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y equipo	\$ 133.99	\$ 13.40	10	\$ 13.40	\$ 13.40	\$ 13.40	\$ 13.40	\$ 13.40
Vehículo	\$1799 0.00	\$3,598.0 0	5	\$3,598 .00	\$3,598 .00	\$3,598. 00	\$3,598. 00	\$3,598. 00
Equipo de computo	\$ 2,833. 00	\$ 944.33	3	\$ 944.33	\$ 944.33	\$ 944.33	\$ -	\$ -
Muebles y equipos de oficina	\$3,055 .00	\$ 305.50	10	\$305.5 0	\$305.5 0	\$305.5 0	\$ 305.50	\$305.50
TOTAL	\$ 24,011 .99	\$ 4,861.23		\$4,861 .23	\$4,861 .23	\$4,861. 23	\$3,916. 90	\$ 3,916.9 0

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Proyección Gasto Financiero

Tabla 64-3: Proyección Gasto Financiero

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	\$ 1,765.63	\$ 1,121.34	\$ 411.27	\$ -	\$ -

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

En la siguiente tabla se muestra un resumen de los costos y gastos proyectados del respectivo proyecto:

Tabla 65-3: Resumen de costos y gastos proyectados

Costos Variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inv. Materiales de construcción	\$50,099.73	\$51,714.81	\$53,381.95	\$55,102.83	\$56,879.19
Sueldos y Salarios	\$6,335.20	\$6,342.80	\$6,350.41	\$6,358.03	\$ 6,365.66
Total Costo Variable	\$56,434.93	\$58,057.61	\$59,732.36	\$61,460.87	\$63,244.86
Costos Fijos					
Servicios Básicos	\$ 804.00	\$ 804.00	\$ 804.00	\$ 804.00	\$ 804.00
Depreciaciones	\$4,861.23	\$4,861.23	\$ 4,861.23	\$ 3,916.90	\$ 3,916.90
Amortización	\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84
Sueldos y salarios	\$6,335.20	\$6,342.80	\$6,350.41	\$6,358.03	\$6,365.66
Arriendo	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00
Gasto Suministros de limpieza	\$ 28.58	\$ 28.61	\$ 28.65	\$ 28.68	\$ 28.72
Gasto Suministros de oficina	\$ 64.30	\$ 64.38	\$ 64.45	\$ 64.53	\$ 64.61
Publicidad	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Interés	\$ 1,765.63	\$1,121.34	\$ 411.27	\$ -	\$ -
Materiales indirectos	\$ 325.00	\$ 325.39	\$ 325.78	\$ 326.17	\$ 326.56
Total Costos Fijos	\$16,361.78	\$15,725.59	\$15,023.64	\$13,676.16	\$13,684.29
Total	\$72,796.72	\$73,783.21	\$74,756.00	\$75,137.03	\$76,929.15

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

3.3.4.4. Estados Financieros

Tabla 66-3: Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
MEGA FERRETERIA "NARANJO"			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO A CORTO PLAZO	\$ -
Disponible			\$ -
Caja	\$ 5,681.74	TOTAL PASIVO C/P	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 5,681.74	PASIVO A LARGO PLAZO	
ACTIVO NO CORRIENTE		Préstamo a largo plazo	\$ 20,932.39
Depreciables		TOTAL PASIVO L/P	
Maquinaria y equipo	\$ 133.99	TOTAL PASIVO	
Vehículo	\$ 17,990.00	PATRIMONIO	
Equipo de computo	\$ 2,833.00	Capital social	\$ 9,850.54
Muebles y equipos de oficina	\$ 3,055.00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 30,782.93
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 24,011.99		
OTROS ACTIVOS			
Gasto de constitución e instalación	\$ 1,089.20		
TOTAL ACTIVO	\$ 30,782.93		

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Tabla 67-3: Estado de Resultados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 76,079.00	\$ 84,881.86	\$ 95,673.17	\$ 107,968.65	\$ 121,402.25
(-)Costo de ventas	\$ 56,434.93	\$ 58,057.61	\$ 59,732.36	\$ 61,460.87	\$ 63,244.86
Utilidad bruta en ventas	\$ 19,644.07	\$ 26,824.25	\$ 35,940.81	\$ 46,507.78	\$ 58,157.39
Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos y Ventas	\$ 8,388.08	\$ 8,395.79	\$ 8,403.52	\$ 8,411.25	\$ 8,418.99
Gasto depreciación	\$ 4,861.23	\$ 4,861.23	\$ 4,861.23	\$ 3,916.90	\$ 3,916.90
Amortizaciones	\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84
Utilidad Operativa	\$ 6,176.92	\$ 13,349.39	\$ 22,458.22	\$ 33,961.79	\$ 45,603.67
Interés	\$ 1,765.63	\$ 1,121.34	\$ 411.27		
Utilidad Antes Participación					
Trabajadores	\$ 4,411.29	\$ 12,228.05	\$ 22,046.95	\$ 33,961.79	\$ 45,603.67
15% Participación Trabajadores	\$ 661.69	\$ 1,834.21	\$ 3,307.04	\$ 5,094.27	\$ 6,840.55
Utilidad Antes del Imp.	\$ 3,749.59	\$ 10,393.84	\$ 18,739.90	\$ 28,867.52	\$ 38,763.12
25% impuesto a la renta	\$ 937.40	\$ 2,598.46	\$ 4,684.98	\$ 7,216.88	\$ 9,690.78
Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 2,812.19	\$ 7,795.38	\$ 14,054.93	\$ 21,650.64	\$ 29,072.34

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Tabla 68-3: Flujo de efectivo

Flujo de Efectivo

Descripción	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$ 76,079.00	\$84,881.86	\$ 95,673.17	\$ 107,968.65	\$ 121,402.25
(-)Costo de ventas		\$ 56,434.93	\$58,057.61	\$ 59,732.36	\$ 61,460.87	\$ 63,244.86
Utilidad bruta en ventas		\$ 19,644.07	\$26,824.25	\$ 35,940.81	\$ 46,507.78	\$ 58,157.39
Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos y Ventas		\$ 8,388.08	\$ 8,395.79	\$ 8,403.52	\$ 8,411.25	\$ 8,418.99
Gasto depreciación		\$ 4,861.23	\$ 4,861.23	\$ 4,861.23	\$ 3,916.90	\$ 3,916.90
Amortizaciones		\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84
Utilidad Operativa		\$ 6,176.92	\$13,349.39	\$ 22,458.22	\$ 33,961.79	\$ 45,603.67
Gasto Financiero		\$ 1,765.63	\$ 1,121.34	\$ 411.27	\$ -	\$ -
Utilidad Antes Participación Trabajadores		\$ 4,411.29	\$12,228.05	\$ 22,046.95	\$ 33,961.79	\$ 45,603.67
15% Participación Trabajadores		\$ 661.69	\$ 1,834.21	\$ 3,307.04	\$ 5,094.27	\$ 6,840.55
Utilidad Antes del Imp.		\$ 3,749.59	\$10,393.84	\$ 18,739.90	\$ 28,867.52	\$ 38,763.12
25% impuesto a la renta		\$ 937.40	\$ 2,598.46	\$ 4,684.98	\$ 7,216.88	\$ 9,690.78
Utilidad Neta del Ejercicio		\$ 2,812.19	\$ 7,795.38	\$ 14,054.93	\$ 21,650.64	\$ 29,072.34
(+)Depreciaciones		\$ 4,861.23	\$ 4,861.23	\$ 4,861.23	\$ 3,916.90	\$ 3,916.90
(+)Amortizaciones		\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84	\$ 217.84
Flujo de caja bruta		\$ 7,891.27	\$12,874.45	\$ 19,134.00	\$ 25,785.38	\$ 33,207.08
(-) Inversión Capital Trabajo	\$ 5,681.74					
(-) Inversión Inicial	\$ 25,101.19					
(+/-) Financiamiento y Amortización		\$8,076.88	\$8,076.88	\$8,076.88	\$ -	\$ -
(+)Valor Rescate						\$ 1,594.50
(=) Flujo neto de caja	\$ 30,782.93	\$ -185.61	\$ 4,797.57	\$ 11,057.12	\$ 25,785.38	\$ 34,801.57

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

3.3.4.5. Evaluación Económica Financiera

3.3.4.5.1. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto es uno de los principales indicadores financieros, cuya importancia radica en la determinación de la viabilidad de un proyecto ya que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos.

Para realizar el siguiente cálculo del Valor Actual Neto se analizó y se determinó la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) la misma que se lo realizó utilizando la tasa pasiva que según el Banco Central del Ecuador es de 5.52%, mientras que la tasa de inflación es de 0.12% y el riesgo país de 5.53%.

$$\text{Tasa de descuento} = \% \text{ Tasa Pasiva} + \% \text{ Inflación} + \text{Riesgo país}$$

$$\text{TD} = 5.52\% + 0.12\% + 5.53\%$$

$$\text{TD} = 11.17\%$$

Cálculo del Valor Actual Neto

$$\text{VAN} = -I + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

Tabla 69-3: Cálculo del Valor Actual Neto

Flujo Neto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$(30,782.93)	\$(185.61)	\$4,797.57	\$11,057.12	\$ 25,785.38	\$ 34,801.57
VAN		\$(166.96)	\$3,881.92	\$ 8,047.84	\$ 16,881.97	\$ 20,495.61
VAN	\$ 18,357.44					

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

Análisis: Se puede observar que el VAN del presente proyecto es positivo debido a que es mayor a 0 por ende es aceptable y rentable ya que se está generando una rentabilidad de \$18357.44, recuperando la inversión inicial del proyecto.

3.3.4.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa Interna de Retorno es la tasa que la empresa espera obtener si decide poner en marcha un proyecto.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \left(\frac{VANi}{VANi - VANs}\right)$$
$$TIR = 0.1117 + (0.125 - 0.1117) * \left(\frac{18357.33}{18357.33 - (-298.95)}\right)$$
$$TIR = 12.7\%$$

Análisis: se puede observar que la TIR del proyecto con financiamiento es de 12.7%, valor que supera a la tasa de descuento de 11.17% por lo que es conveniente invertir ya que el proyecto es factible de realizar.

3.3.4.5.3. Relación Beneficio Costo (B/C)

Para el cálculo de la relación beneficio costo es indispensable tomar en consideración el total de gastos previstos frente al total de los beneficios para esto se utilizará la siguiente fórmula:

$$Beneficio Costo = \frac{Total Flujo Beneficios Actualizados}{Total Flujo Costos Actualizados}$$
$$Beneficio Costo = 348936.68/339299.23$$

$$Beneficio costo = \$1.03$$

El Proyecto para la creación de la ferretería resulta factible, ya que los ingresos son mayores a los gastos por ende el beneficio costo resultante de los cálculos es del 1.03 lo que nos quiere decir que por cada USD. 1 invertido se obtendrá un beneficio de 0.03.

3.3.4.5.4. Periodo de Recuperación de la inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión con sus siglas PRI es un indicador que mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión, para ello se utilizan los flujos de efectivo generados durante un periodo de tiempo estimado, para ellos estos flujos son actualizados a la tasa de descuento. (Salvador Pérez & et al., 2017)

$$PRI = \text{Período último con flujo acumulado negativo} + \frac{\text{Valor Absoluto Último del Flujo acumulado negativo}}{\text{Valor del flujo de caja siguiente periodo}}$$

Tabla 70-3: Periodo de recuperación de la inversión

Año	Flujo neto	Flujo Actualizado	Flujo Acumulado
0	\$ 30,782.93	\$ -	\$ (30,782.93)
1	\$ (185.61)	\$ (166.96)	\$ (30,949.89)
2	\$ 4,797.57	\$ 3,881.92	\$ (27,067.97)
3	\$ 11,057.12	\$ 8,047.84	\$ (19,020.14)
4	\$ 25,785.38	\$ 16,881.97	\$ (2,138.17)
5	\$ 34,801.57	\$ 20,495.61	\$ 18,357.44

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

$$PRI = 4 + \frac{2138.17}{16881.97}$$

$$PRI = 4.13$$

Análisis: Para recuperar la inversión del presente proyecto se requiere de 4 años con 1 mes y cinco días, a partir del cual se generan ganancias.

3.3.4.5.5. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio también conocido como Break Even se presenta cuando los ingresos totales obtenidos por la empresa recompensan exactamente los costos fijos y variables los cuales representan exactamente los costos fijos y variables los cuales representan los costos totales, al compensar exactamente estos valores no generan pérdidas ni ganancias, este se puede calcular ya sea en dólares o cantidades.

Para realizar el cálculo del punto de equilibrio en dólares se procede a la utilización de la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio USD} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}\right)}$$

El punto de equilibrio en dólares para el primer año es el siguiente:

$$PE \text{ USD} = \frac{16361.78}{1 - \left(\frac{56434.93}{76079.00}\right)}$$

Tabla 71-3: Punto de equilibrio

Años	Ventas Totales	Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total	Pto. Equilibrio USD.
1	\$ 76,079.00	\$16,361.78	\$56,434.93	\$72,796.72	\$63,367.13

Elaborado por: Naranjo, Y. 2021

Fuente: Investigación propia

En la tabla podemos observar el punto de equilibrio para el primer año que es de \$ 63367.13 por lo que para cubrir los costos y gastos es fundamental y necesario vender este monto de dinero debido a que esto ayudará que la empresa no obtenga pérdidas ni ganancias y pueda seguir operando.

CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio de mercado realizado se determinó que existe una demanda insatisfecha de materiales de construcción la cual permite la creación de la ferretería misma que satisficiera las necesidades crecientes de materiales de construcción en la parroquia de San Juan.
- Del estudio técnico se determinó que la ubicación de la ferretería será en el barrio Central de la parroquia ya que se encuentra en un lugar estratégico debido a que cuenta con el acceso a todos los servicios básicos, además de estar conectado con todas las vías y arterias principales, las cuales ayudan a acceder al transporte público y obtener mano de obra directa.
- La creación de la ferretería de materiales de construcción tendrá un impacto positivo debido que permitirá la generación nuevas fuentes de empleo para los habitantes de la zona, incrementará el nivel de ingresos del negocio, así como también aportará al crecimiento y desarrollo económico de la parroquia.
- Con la investigación realizada se pudo determinar mediante el análisis económico que el presente proyecto es factible realizarlo, ya que se obtuvo un VAN positivo, una Tasa Interna de Retorno que representa el 12.7%, el periodo de recuperación de la inversión será de 4 años con 1 mes y 5 días, teniendo un beneficio costo de USD. 1.03 de dólar lo que ha demostrado una viabilidad económica como financiera.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner en marcha este proyecto debido a que, si existe acogida en el mercado, pues en la zona de estudio la mayoría de sus habitantes se dedican al área y al oficio de la construcción y requieren de herramientas y materiales de construcción para realizar sus actividades.
- Contar con un portafolio variado de herramientas, productos y materiales de construcción los cuales cuenten con una excelente calidad y precios accesibles puesto que al contar con estos requisitos se podrá captar más clientes, así como generar más ingresos los cuales aportarán a que el negocio crezca.
- Se debe contar con proveedores grandes mismos que permitirán conseguir productos a precios convenientes y de esta manera podremos ser más competitivos dentro del mercado además se podrá obtener gran variedad de productos y promociones.
- La administración de inventarios es un componente fundamental en la productividad de una empresa debido a que es el motor que mueve a la organización, por esta razón es necesario que el inventario de la ferretería sea administrado eficientemente de manera que se mantenga un nivel adecuado de inventario, sin embargo si se mantiene inventarios elevados, este tendrá un costo de mantenimiento elevado provocando que la empresa presente problemas financieros o por el contrario, si se mantiene un nivel bajo de inventario habrá que hacerse más pedidos al año . Adicionalmente esto incitara a que no se atienda satisfactoriamente a la demanda, provocando a su vez pérdida de clientes, disminución de ventas y reducción de utilidades.

BIBLIOGRAFÍA

- Areas Gonzáles, J. (Septiembre de 2020). *Métodos de investigación online Herramientas digitales para recolectar datos*. Areas Gonzáles, Jose Luis. Obtenido de <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2237>
- Argüello, C. S. (2018). *Teoría del Consumidor: La forma más fácil de aprender economía*. Quito: La Caracola Editores. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-134516-72%20Libro%20Economia%20digital.pdf>
- Arreiza Puma, E., & Gavidia Mamani, J. N. (2020). Gestión del capital de trabajo como estrategia financiera para el desarrollo empresarial. *Revista De Investigación Valor Contable*, 6(1), 65-77. Obtenido de <https://doi.org/10.17162/rivc.v6i1.1259>
- ASOBANCA. (2020). Boletín Macroeconómico - Diciembre 2020. ASOBANCA. Obtenido de <https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2021/07/Boletín-Macroeconómico-Diciembre-2020.pdf>
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (Vol. 4a.). México D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.
- Caldas, M., & Reyes, A. (2017). *Empresas e Iniciativa Emprendedora*. Madrid: Editex.
- Cevallos Ponce, Á. A. (05 de Julio de 2019). Evaluación financiera de proyectos de inversión para la PYMES. *Dominio de las ciencias*, 5(3), 375-390. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/941>
- Chain, N. (2007). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación*.
- Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión Formulación y evaluación* (Segunda ed.). Chile: Pearson Educación.
- Chain, N. S. (2001). *Evaluación De Proyectos De inversión en la empresa*. Argentina: PEARSON EDUCATION S.A. .
- Córdova, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Curichumbi Guamán, L. G. (2013). Proyecto de factibilidad, para la creación e instalación de una ferretería comunitaria, en el barrio Corona Real, parroquia de Licán, ciudad de Riobamba, con miras al desarrollo de nuevas urbanizaciones. Obtenido de <http://dSPACE.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/9963>
- Domínguez, J. (2015). *Manual de la metodología de la investigación científica*. Chimbote: ULADECH.
- Echeverría, D. (26 de Agosto de 2020). *Régimen de personas jurídicas*. Obtenido de DerechoEcuador.com: <https://derechoecuador.com/regimen-de-personas-juridicas/>

- Fernández Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión; evaluación financiera*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Fernández, D. (2016). Marketing mix trasversal. *UNIREMINGTON*. Obtenido de Marketing Transversal:
<http://imagenes.uniremington.edu.co/moodle/Módulos%20de%20aprendizaje/marketing%20mix/marketing%20mix%202016.pdf>
- Flores, J. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Hernandez Sampieri, R., & et al. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F.
- Lara, B. (2011). *Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espin.
- Llamas, J. (2020). *Gasto de ventas*. Recuperado el 01 de Febrero de 2021, de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/gastos-de-ventas.html>
- Lucero, K. (19 de Julio de 2020). *Gestión Digital*. Obtenido de La construcción, un pilar de la economía debilitado por la pandemia: <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/la-construccion-un-pilar-de-la-economia-debilitado-por-la-pandemia>
- Mejias, A. (18 de Marzo de 2019). *La estructura organizativa vertical y la horizontal*. Obtenido de Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13117251/la-estructura-organizativa-vertical-y-la-horizontal>
- Meza Orozco, J. (2017). *Evaluación Financiera de proyectos* (Cuarta ed.). Bogotá: ECO Ediciones. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/04/Evaluación-financiera-de-proyectos-4ta-Edición.pdf>
- Mondragon Puerto, D. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulación%20y%20Evaluación%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. (2014). *Planeación financiera* (Primera ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Novocilla, M., & Granados, M. (2018). *El Marketing y su aplicación en diferentes áreas del conocimiento*. Machala: UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12484/1/ElMarketing-Y-SuAplicacionEnDiferentesAreas.pdf>
- Ocampo Ulloa, W. L., & et al. (22 de Diciembre de 2019). La estructura organizacional en función del comportamiento del capital humano en las organizaciones. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 3(4), 114-137. Obtenido de <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/655/859>
- Ortega, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *J. Selva Andina Res. Soc.*, 8(2), 155-156. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=361353711008>

- Oyola, O. E. (2010). Manual para la investigación Guía para la formulación, desarrollo y divulgación de proyectos.
- Pacheco Coello, C., & Pérez Brito, G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial* (2 ed.). Ciudad de México: Instituto Mexicano de contadores públicos. Obtenido de https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=5635970&__cf_chl_captcha_tk__=264CqRT2pod9UHDqXoP0bOqv1clPZ7Jb2Spc6eqmZKU-1640096538-0-gaNycGzNCL0
- Prieto Castellano, B. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(46). Obtenido de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/23681>
- Ramos Aragón, E. (2017). Metodología de la Investigación guía para el aprendizaje. Obtenido de Guía para el Autoaprendizaje: <http://www.cobao.edu.mx/images/PDF/CEA/Cuatrimestre2/metodologia-SEA-10-2017.pdf>
- Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y Evaluación de proyectos de inversión* (1 ed.). Ciudad de México: IMCP.
- Rojas López, M. (2012). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Salvador Pérez, L., & et al. (29 de Junio de 2017). *Diseño y Evaluación de proyectos de inversión*. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/21016>
- Sánchez Guamán, R. E. (Junio de 2019). Estudio de factibilidad para la creación de una ferretería de materiales de construcción en el barrio “Florencia de Carapungo” parroquia cutuglagua- cantón Mejía. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/20611>
- Significados. (2020). *Significados*. Recuperado el 16 de Octubre de 2020, de ¿Qué es la Investigación documental?: <https://www.significados.com/investigacion-documental/>
- Sisalema, A. (2021). Segmentación de Mercados- Ricardo Fernandez V. Obtenido de https://www.academia.edu/35795511/Segmentacion_de_Mercados_Ricardo_Fernandez_V
- Tracy, B. (2016). *Mercadotecnia* (Vol. 6). México DF.: Grupo Nelson.
- Uzcátegui, C., & et al. (2018). Principales métodos de evaluación de proyectos de inversión para futuros emprendedores en el Ecuador. *ESPACIOS*, 39(24), 11.
- Vásquez Rodríguez, W. A. (2020). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2020-I/MANUALES/II%20CICLO/METODOLOGIA%20DE%20INVESTIGACION.pdf>
- Vega, A., & et al. (2020). *Creación de una plataforma digital que funcione como. Marketplace*. Obtenido de <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-de-las-fuerzas->

armadas-de-ecuador/disenoy-evaluacion-de-proyectos/grupo-10-presentacion-disenoy-evaluacion-de-proyectos/16363952

Vigo, V., & et al. (Noviembre de 2018). *Manual de Diseño de Proyectos de Desarrollo Sostenible*. (D. L. N°2018-16260, Ed.) Cajamarca, Perú. Obtenido de <https://www.losandes.org.pe/libros/LIBRO-DISENO-DE-PROYECTOS-ALAC.pdf>

Viñán, J., & et al. (2018). *Proyectos de inversión: un enfoque básico*. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversión%20un%20enfoque%20práctico.pdf>

ANEXOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



ENCUESTA

Objetivo: Conocer el nivel de aceptación de los habitantes, para la creación de una ferretería de materiales de construcción en la Parroquia de San Juan, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

Edad:

Género:

Instrucciones: Lea detenidamente y marque con una X la respuesta que más se aproxime a su opinión.

PREGUNTAS

1. ¿Compra usted productos de ferretería?

Si

No

2. ¿Considera usted, que son suficientes los servicios de ferretería que existen en la parroquia de San Juan?

Si

No

3. ¿Qué características de servicio al cliente supone usted que un negocio de ferretería debe tener o poseer? Califique según su criterio de importancia de 1 a 5 (1 es de menor significancia, 5 es de mayor importancia)

Características	Nivel de importancia
Calidad y garantía	
Variedad de productos	
Precios accesibles	
Oportuna y eficiente atención	
Servicio de transporte	
Personal capacitado	
Flexibilidad en horarios de atención	

4. ¿Qué modalidades de venta, considera usted que debe mantener una ferretería?

Catálogos o revistas

Observación directa

5. ¿Cuáles son los productos ferreteros, que usted adquiere con mayor frecuencia?

Hierro

Cemento

Material eléctrico e iluminación

Tubería, plomería y grifería

Pinturas, impermeabilizantes, adhesivos y afines

Sanitarios

Clavos, mallas, alambres

Cerámica, Porcelanato

Materiales de seguridad industrial

Productos de cerrajería, herrajes y candados

Tornillería, pernería y fijación

Viniles plásticos y mallas

Abrasivos, corte, desbaste y perforación

6. ¿Con que frecuencia adquiere los mencionados productos ferreteros?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

7. ¿Cuál es la forma de pago que generalmente utiliza al comprar?

Contado

Crédito

Ambas

8. ¿Cuál de los siguientes criterios, usted considera que deben ser relevantes dentro un negocio de ferretería? Califique de acuerdo a su criterio de 1 a 5 (considere que 1 es de menor importancia, 5 es de mayor importancia).

Criterio	Nivel de importancia
Calidad y garantía	
Precio	
Atención	
Ubicación	
Variedad	
Servicio	

9. ¿Considera usted que es necesario que exista una ferretería que oferte variedad de materiales de construcción en la Parroquia San Juan?

Si

No

Porqué.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 12 / 04 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: YADIRA ELIZABETH NARANJO PÉREZ
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: INGENIERA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



12 / 04 / 2022

0329-DBRA-UTP-2022