

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE MATERIALES DE FERRETERÍA Y PÉTREOS A
DOMICILIO, CANTÓN RUMIÑAHUI.**

AUTOR: MAYRA ALEXANDRA LLUMIQUINGA CAIZA

TUTOR: ING. LUIS ALFONSO LLERENA SALAZAR.

Quito, 2019



1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28

PROTOCOLO

AÑO:	PROVINCIA	CANTÓN	NOTARIA	SECUENCIAL
2019	17	5	03	20191705003P03084

FACTURA: 002-002-000087329

DECLARACIÓN

JURAMENTADA

MAYRA ALEXANDRA LLUMIQUINGA CAIZA.

CUANTIA: INDETERMINADA.-

DE DOS COPIAS

G.M.

En la Ciudad de Sangolquí, Cabecera Cantonal de Rumiñahui, República del Ecuador, hoy día MARTES NUEVE DE JULIO DEL DOS MIL DIECINUEVE; ante mi, Doctor MARCELO PAZMIÑO BALLESTEROS Notario Tercero de éste Cantón, comparece la señora MAYRA ALEXANDRA LLUMIQUINGA CAIZA, de estado civil soltera, de treinta y un años de edad, de profesión u ocupación estudiante, domiciliada Conocoto El Dean Bajo, teléfono cero nueve ocho cinco tres siete tres cuatro ocho cero, por sus propios y personales derechos a quien de conocer

Dr. Marcelo Pazmiño Ballesteros



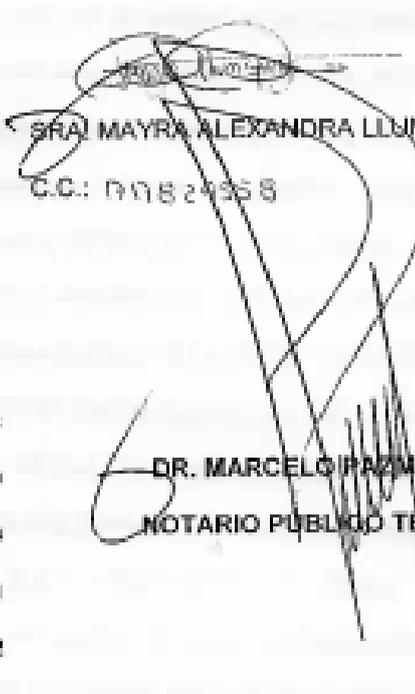
1 doy fe en virtud de haberme exhibido su cédula de ciudadanía y
 2 certificado de votación y autorizándome de conformidad con el
 3 artículo setenta y cinco de la Ley Orgánica de Gestión de la
 4 Identidad y datos Civiles, a la obtención de su información en
 5 el Registro Personal Único de custodia de la Dirección
 6 General de Registro Civil, identificación y Cedulación, a través
 7 del convenio suscrito con esta Notaría, que se agrega como
 8 habilitante para su protocolización.- La compareciente es de
 9 nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad.- Advertida que fue el
 10 compareciente por mí el Notario de los efectos y resultados de
 11 esta escritura, así como examinada que fue en forma aislada y
 12 separada, de que comparece al otorgamiento de esta escritura
 13 sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o
 14 seducción, declara bajo JURAMENTO, prevenida de las penas
 15 de perjurio: YO, MAYRA ALEXANDRA LLUMIQUINGA CAIZA
 16 PORTADORA DE CEDULA DE CIUDADANIA NO: 1717828558,
 17 ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL
 18 ECUADOR, PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
 19 INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL DECLARO EN
 20 FORMA LIBRE Y VOLUNTARIA QUE LA PRESENTE
 21 INVESTIGACIÓN DEL TEMA DE TESIS " PLAN DE NEGOCIOS
 22 PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE
 23 MATERIALES DE FERRETERÍA Y PÉTREOS A DOMICILIO EN
 24 EL CANTÓN RUMIÑAHUI, ASÍ COMO LAS EXPRESIONES
 25 AVERTIDAS EN LA MISMA SON AUTÓGRAFAS MÍAS Y HE
 26 REALIZADO EN BASE A RECOPIACIÓN DE ASPECTO
 27 INVESTIGATIVO, EN CONSECUENCIA ASUMO LA
 28 RESPONSABILIDAD DE LA ORIGINALIDAD DE LA MISMA Y

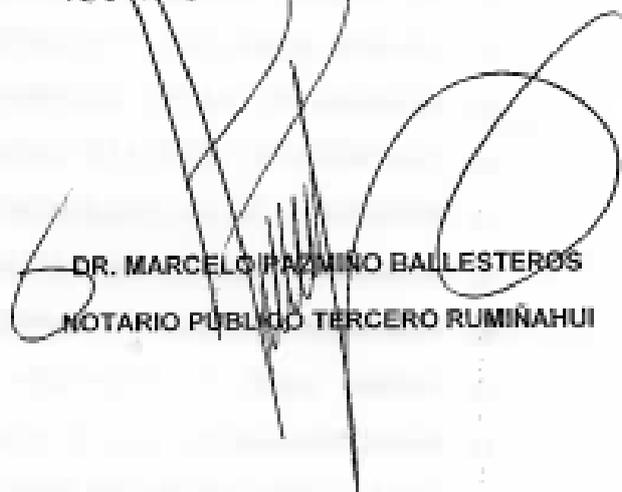
Dr. Marcelo Pazmiño Ballesteros

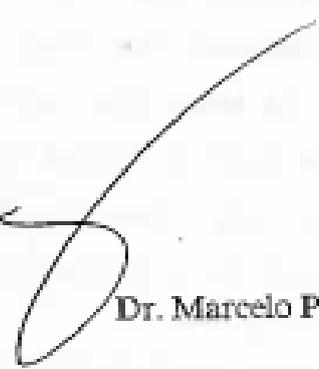


1 EL CIUDADANO AL REMITIRSE A LAS FUENTES
 2 BIBLIOGRÁFICAS RESPECTIVAS PARA FUNDAMENTAR EL
 3 CONTENIDO EXPUESTO. ES TODO EN CUANTO PUEDO
 4 DECLARAR EN HONOR A LA VERDAD.; Hasta aquí la
 5 declaración que prestó la compareciente, la misma que yo el
 6 Notario le di lectura de principio a fin, en alta y clara voz de todo
 7 lo cual se afirma, ratifica y firma conmigo en unidad de acto de
 8 lo cual doy fe.-

9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28


 SRRA MAYRA ALEXANDRA LLUMIQUINGA CAIZA
 C.C.: 977824358


 DR. MARCELO PAZMIÑO BALLESTEROS
 NOTARIO PÚBLICO TERCERO RUMIÑAHUI


 Dr. Marcelo Pazmiño Ballesteros



CNE
2619

CERTIFICADO PROVISIONAL

PROCESO ELECTORAL
2019
PICHINCHA

FECHA: 04-07-2019

Nº: 0043936

Certifico que la (el) ciudadana (o):

Llumiquinga Caiza Mayra Alejandra

Portadora(a) de la cédula de ciudadanía No: **171782955-8**

Se le extiende el presente CERTIFICADO PROVISIONAL, válido por 120 días para cualquier trámite tanto privado como público y que sustituya al certificado de votación.

La emisión de este certificado no exime a la (al) portadora (or) del pago de las multas respectivas por no haber exhibido o no haber conformado las Juntas Receptoras del Voto. El mismo deberá ser consignado una vez que el Consejo Nacional Electoral solicite los certificados definitivos del proceso electoral.

NOTA: ESTE CERTIFICADO ES GRATUITO

1. AUTENTIFICAR LA EMISSION PROVISIONAL EN PRESENCIA



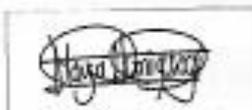
Este es un copia (o) que coincide (o) exactamente
con (o) el original (o) y es (o) idéntico (o) al original
que se exhibió y que devolvió al interesado.

Singapú, **09 JUL 2019**

Dr. **Marcelo Pazmiño Balbuzano**
NOTARIO PÚBLICO EN EJERCICIO DEL CANTÓN SINGAPÚ

[Handwritten signature]

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 1717829558
 Nombres del ciudadano: LLUMIQUINGA CAIZA MAYRA ALEXANDRA
 Condición del cedulado: CIUDADANO
 Lugar de nacimiento: ECUADOR/PICHINCHA/QUITO/SAN BLAS
 Fecha de nacimiento: 15 DE JUNIO DE 1988
 Nacionalidad: ECUATORIANA
 Sexo: MUJER
 Instrucción: SUPERIOR
 Profesión: ESTUDIANTE
 Estado Civil: SOLTERO
 Cónyuge: No Registra
 Fecha de Matrimonio: No Registra
 Nombres del padre: LLUMIQUINGA C JUAN JOSE
 Nacionalidad: ECUATORIANA
 Nombres de la madre: CAIZA MARIA BLANCA HERMINIA
 Nacionalidad: ECUATORIANA
 Fecha de expedición: 27 DE SEPTIEMBRE DE 2018
 Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 9 DE JULIO DE 2019

Emisor: DIANA PAOLA SORRELA SANCHEZ - PICHINCHA-RUMIÑAHUI NT 3 - PICHINCHA - RUMIÑAHUI

N° de certificado: 193-240-47336



193-240-47336

Ldo. Vicente Talero G.
 Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
 Documento firmado electrónicamente





REPÚBLICA DEL ECUADOR
Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación



Dirección General de Registro Civil,
Identificación y Cedulación

INFORMACIÓN ADICIONAL DEL CIUDADANO

NUI: 1717829558

Nombre: LLUMIQUINGA CAIZA MAYRA ALEXANDRA

1. Información referencial de discapacidad:

Mensaje: LA PERSONA NO REGISTRA DISCAPACIDAD

1.- La información del carné de discapacidad es consultada de manera directa al Ministerio de Salud Pública - CONADIS en caso de incongruencias acudir a la fuente de información

Información certificada a la fecha: 9 DE JULIO DE 2019

Emisor: DIANA PAOLA CORREA SANCHEZ - PICHINCHA-RUMIÑAHUI-NT 3 - PICHINCHA - RUMIÑAHUI



N° de certificado: 194-240-47345



194-240-47345



Se otorgó ante mí, en fe de lo cual confiero esta **SEGUNDA COPIA CERTIFICADA DE SU ORIGINAL**, que obra en mi protocolo correspondiente de escrituras públicas. Sellada y firmada en el lugar y fecha de su otorgamiento. **DOY FE**.....



DOCTOR MARCELO FAZMIÑO BALLESTEROS
NOTARIO TERCERO DEL CANTÓN RUMIÑAHUI

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ing. Luis Alfonso Llerena Salazar en calidad de Asesoría del Trabajo de Investigación designado por disposición de Cancillería de la UMET, certifico que la señorita Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza culminado el trabajo de investigación, con el tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES DE FERRETERÍA Y PÉTREOS A DOMICILIO, CANTÓN RUMIÑAHUI, quien ha cumplido con todos los requisitos legales exigidos por lo que se aprueba de la misma.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la evaluación por parte del jurado respectivo.

Atentamente,

Ing. Luis Alfonso Llerena Salazar.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Declaración de autoría del trabajo:

Yo, Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza, con cédula de identidad 171782955-8, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador "UMET", declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre el PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES DE FERRETERÍA Y PÉTREOS A DOMICILIO, CANTÓN RUMIÑAHUI, así como las expresiones vertidas en la misma autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,



Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

CI. 171782955-8

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS

El trabajo de investigación, con el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES DE FERRETERÍA Y PÉTREOS A DOMICILIO, CANTÓN RUMIÑAHUI de la autora Srta. Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza, manifiesto en forma libre y voluntaria lo siguiente:

Cedo los derechos de la tesis a la Universidad Metropolitana, y que el contenido sirva de fuente de información y conocimiento para el bienestar universitario.



Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

CL 171782955-8

AUTORA

DEDICATORIA

Primero quiero dar gracias a Dios por permitir terminar esta meta.

A mi hija Camila por ser mi principal motivo de inspiración y lograr que cada día tenga un impulso por seguir luchan y lograr cumplir mi objetivo.

A mis padres por enseñarme el camino de superación.

A mi esposo por darme su apoyo incondicional.

Este proyecto está dedicada a la persona que más ha influido en mi vida, dándome los mejores consejos, guiándome por un buen camino con todo mi cariño se lo dedico a: ?

AGRADECIMIENTO

A las autoridades, docentes y personal administrativo de la Universidad Metropolitana, por la gestión realizada en lo que respecta la educación superior.

A mi tutor Ing. Luis Llerena Salazar, quien supo guiarme en el desarrollo del presente trabajo de graduación.

Mayra Llumquina

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD	X
CESIÓN DE DERECHOS	XI
DEDICATORIA	XII
AGRADECIMIENTO	XIII
ÍNDICE GENERAL	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XVIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XXI
ÍNDICE DE ANEXOS	XXIII
RESUMEN	XXIV
ABSTRACT	XXV
Situación Problemática	3
Formulación del problema científico	4
Objetivos	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
Población y Muestra seleccionada	5
MARCO TEÓRICO	6
Antecedentes de la investigación	6
Fundamentación Contextual	7

Fundamentación Legal.....	9
Fundamentación Teórica.....	10
MARCO METODOLÓGICO.....	17
Modalidad de Investigación.....	17
Paradigma de Investigación	17
Metodología de investigación utilizada	18
Tipo de investigación.....	18
Recolección de datos.....	19
Instrumento de investigación utilizado	19
Validación del instrumento utilizado	19
CAPITULO I	21
1. DIAGNÓSTICO	21
1.1 Macro entorno.....	21
1.1.1 Factor Político	21
1.1.2 Factor Económico	21
1.1.3 Factor Social.....	22
1.1.4 Factor Tecnológico.....	24
1.2 Micro entorno Análisis Fuerzas de Porter	24
1.3 Segmentación de Mercado	28
1.4 Investigación de Mercado	29
1.5 Oferta	40

1.6	Demanda	42
1.7	Demanda Insatisfecha	44
CAPITULO II		46
2.	PLAN ADMINISTRATIVO, TÉCNICO, LEGAL Y FINANCIERO	46
2.1	Plan Administrativo	46
2.1.1	Tipo de empresa	46
2.1.2	Misión y Visión	46
2.1.3	Identidad Corporativa.....	48
2.1.4	Organigrama.....	48
2.1.5	Manual de Funciones	49
2.1.6	Estrategias de Marketing.....	62
2.2	Plan Técnico.....	63
2.2.1	Descripción del Servicio	63
2.2.2	Macro y Micro Localización	65
2.2.3	Gestión de Procesos	68
2.2.4	Ingeniería del proyecto.....	71
2.3	Plan Legal	73
2.3.1	Requisitos Legales.....	74
2.4	Plan Financiero	74
2.4.1	Inversión Inicial.....	74
2.4.2	Financiamiento	85

2.4.3	Precio.....	86
2.4.4	Ingresos	88
2.4.5	Gastos	90
2.4.6	Estados Financieros.....	91
2.4.7	Indicadores Financieros.....	92
	CONCLUSIONES	96
	RECOMENDACIONES.....	97
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Validación Encuesta</i>	20
Tabla 2 <i>Rivalidad entre competidores</i>	25
Tabla 3 <i>Amenaza de entrada de nuevos competidores</i>	26
Tabla 4 <i>Amenaza de entrada de servicios sustitutos</i>	27
Tabla 5 <i>Segmentación Geográfica</i>	28
Tabla 6 <i>Segmentación Demográfica</i>	29
Tabla 7 <i>Apreciación de compra</i>	30
Tabla 8 <i>Frecuencia de actividad</i>	31
Tabla 9 <i>Frecuencia de compra</i>	32
Tabla 10 <i>Apreciación de gasto</i>	33
Tabla 11 <i>Forma de pago</i>	34
Tabla 12 <i>Importancia de compra</i>	35
Tabla 13 <i>Tipo de materiales de preferencia de compra</i>	36
Tabla 14 <i>Aceptación del servicio</i>	37
Tabla 15 <i>Medio de comunicación</i>	38
Tabla 16 <i>Servicio de preferencia</i>	39
Tabla 17 <i>Oferta Histórica</i>	41
Tabla 18 <i>Proyección Ofertantes</i>	41
Tabla 19 <i>Proyección Oferta</i>	42

Tabla 20 <i>Demanda</i>	43
Tabla 21 <i>Demanda Potencial</i>	43
Tabla 22 <i>Demanda Proyectada</i>	44
Tabla 23 <i>Demanda Insatisfecha Proyectada</i>	45
Tabla 24 <i>VARIABLES DE LA MISIÓN</i>	47
Tabla 25 <i>VARIABLES DE LA VISIÓN</i>	47
Tabla 26 <i>Micro Localización</i>	67
Tabla 27 <i>Maquinaria</i>	72
Tabla 28 <i>Herramientas</i>	73
Tabla 29 <i>Equipo de computación</i>	73
Tabla 30 <i>Muebles y Enseres</i>	73
Tabla 31 <i>Inversión Inicial</i>	75
Tabla 32 <i>Inversión Activos Fijos</i>	75
Tabla 33 <i>Adecuación del local</i>	76
Tabla 34 <i>Maquinaria</i>	76
Tabla 35 <i>Herramientas</i>	76
Tabla 36 <i>Equipos de computación</i>	77
Tabla 37 <i>Muebles y Enseres</i>	77
Tabla 38 <i>Activos Diferidos</i>	77
Tabla 39 <i>Capital de Trabajo</i>	78
Tabla 40 <i>Detalle de Inventario</i>	79

Tabla 41 <i>Mano de Obra</i>	80
Tabla 42 <i>Rol de Pagos</i>	80
Tabla 43 <i>Rol de Pagos 1 Año (mes)</i>	81
Tabla 44 <i>Rol de Pagos 2 Año (mes)</i>	81
Tabla 45 <i>Rol de Pagos 3 Año (mes)</i>	82
Tabla 46 <i>Rol de Pagos 4 Año (mes)</i>	82
Tabla 47 <i>Rol de Pagos 5 Año (mes)</i>	83
Tabla 48 <i>Costos Indirectos</i>	83
Tabla 49 <i>Suministros y materiales de oficina</i>	84
Tabla 50 <i>Servicios Básicos</i>	84
Tabla 51 <i>Utiles de Limpieza</i>	84
Tabla 52 <i>Uniformes</i>	85
Tabla 53 <i>Mantenimiento</i>	85
Tabla 54 <i>Tabla de Amortización</i>	86
Tabla 55 <i>Precios</i>	87
Tabla 56 <i>Ingresos</i>	89
Tabla 57 <i>Gastos</i>	90
Tabla 58 <i>Flujo de Caja</i>	91
Tabla 59 <i>Estado de Resultados</i>	92
Tabla 60 <i>Indicadores financieros</i>	95

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Justificación	2
<i>Figura 2</i> Árbol de Problemas	3
<i>Figura 3</i> Permisos de construcción según tipo de obras.....	8
<i>Figura 4</i> Apreciación de compra	30
<i>Figura 5</i> Frecuencia de actividad	31
<i>Figura 6</i> Frecuencia de compra	32
<i>Figura 7</i> Apreciación de gastos	33
<i>Figura 8</i> Forma de pago	34
<i>Figura 9</i> Importancia de compra	35
<i>Figura 10</i> Tipo de materiales de preferencia de compra	36
<i>Figura 11</i> Aceptación del servicio.....	37
<i>Figura 12</i> Medio de comunicación.....	38
<i>Figura 13</i> Servicio de preferencia	39
<i>Figura 14</i> Demanda Proyectada	45
<i>Figura 15</i> Logotipo de la empresa.....	48
<i>Figura 16</i> Organigrama Departamental.....	49
<i>Figura 17</i> Organigrama Funcional	49
<i>Figura 18</i> App.....	64
<i>Figura 19</i> Sitio Web	65

<i>Figura 20</i> App.....	65
<i>Figura 21</i> Organigrama Funcional	66
<i>Figura 22</i> Micro localización	68
<i>Figura 23</i> Cadena de Valor.....	69
<i>Figura 24</i> Diagrama de Flujo	70
<i>Figura 25</i> Plano de Instalaciones Frontal	71
<i>Figura 26</i> Plano de Instalaciones Superior.....	71
<i>Figura 27</i> Plano de Instalaciones.....	72

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta al potencial Cliente	103
Anexo 2 Proformas Maquinaria, Equipos, Herramientas, Muebles y Enseres	106
Anexo 3 Proformas Inventario	115

RESUMEN

TÍTULO: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES DE FERRETERÍA Y PÉTREOS A DOMICILIO, CANTÓN RUMIÑAHUI.

AUTOR: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

TUTOR: Ing. Luis Llerena Salazar

El presente plan de negocio se encuentra en la línea de investigación de la UMET, en lo que respecta a la creación de PYMES, por lo tanto se parte del planteamiento del problema, para luego indicar la investigación con un análisis del entorno macro y micro entorno, que permita conocer el mercado en el que se pretende poner en funcionamiento a la empresa, con la investigación de mercado a los potenciales clientes del Cantón Rumiñahui, se pudo determinar la realidad de la oferta y demanda. Posterior a esto se desarrolla los estudios que comprenden el plan de negocio como el estudio técnico para definir la infraestructura, localización e ingeniería del proyecto, el estudio legal para determinar la normativa vigente que regula este tipo de negocios, considerando que el negocio deba realizarse aprovechando el uso de las TICs, específicamente la web y una aplicación App, sin desmerecer los otros canales de comunicación que se tiene en la actualidad. Finalmente, el estudio económico financiero que permite definir el monto de la inversión requerida correspondiente a un valor de 161.366,11 dólares, para iniciar con el negocio se cuenta con tres inversionistas quienes aportan con capital y se realiza un préstamo bancario, donde se pueda evaluar económica y financiera el proyecto en base a indicadores obteniendo VAN atractivo de 15.238,10 dólares, la TIR de 23,54% y un Costo Beneficio de 1,83 dólares.

PALABRAS CLAVE: Viabilidad, Material de ferretería y pétreo, Costo Beneficio, Emprendimiento.

ABSTRACT

TITLE: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A DISTRIBUTION COMPANY OF HARDWARE MATERIALS AND PÉTREOS A DOMICILIO, CANTÓN RUMIÑAHUI.

AUTHOR: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

TUTOR: Ing. Luis Llerena Salazar

The present business plan is in the line of research of the UMET, with regard to the creation of SMEs, therefore it is part of the approach of the problem, to then indicate the research with an analysis of the macro and micro environment, that allows to know the market in which it is intended to put the company into operation, with market research to the potential clients of the Rumiñahui Canton, it was possible to determine the reality of supply and demand. After this, the studies that comprise the business plan are developed as the technical study to define the infrastructure, location and engineering of the project, the legal study to determine the current regulations that regulate this type of business, considering that the business must be done taking advantage the use of ICTs, specifically the web and an App application, without detracting from the other communication channels that are currently available. Finally, the financial economic study that allows to define the amount of the required investment corresponding to a value of 161.366,11 dollars, to start with the business, there are three investors who contribute with capital and a bank loan is made, where they can be evaluated economically. and financial the project based on indicators obtaining attractive NPV of \$ 15,238.10, the IRR of 23.54% and a Cost Benefit of \$ 1.83.

KEYWORDS: Feasibility, Hardware and stone material, Cost Benefit, Entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento poblacional que en los últimos años se tiene en el Cantón Rumiñahui, es representativo, siendo unas de los sectores con mayor dinamización de personas que habitan en el sector, pudiendo ser por las características geográficas idóneas, como el clima cálido y la amplitud de los terrenos con las que se cuenta permitiendo la construcción de viviendas aumente en el cantón, especialmente en Sangolquí (cabecera cantonal).

Según el Cabildo rumiñahuense, hace unos 12 años, el 57% de los habitantes era nativo de la zona y el 43% restante provenía de otras zonas, especialmente de Quito. Sin embargo, la composición poblacional ha variado: en la actualidad, solo el 24% de la población es originaria del cantón, mientras que el 76% proviene de fuera. Las autoridades explican este fenómeno por el desarrollo urbanístico experimentado por el valle de Los Chillos, área en la que se encuentra Rumiñahui. (Diario El Telégrafo, 2016)

La necesidad del ser humano por llevar una vida adecuada ha hecho que se creen empresas que oferten productos o materiales para adecuar, mejorar o crear un adecuado ambiente, en sus viviendas, es así que los centros ferreteros ofrecen una diversidad de bienes y servicios para que el constructor o el propietario pueda hacer las adecuaciones respectivas.

Justificación

El proyecto denominado Plan de Negocios para la creación de una empresa distribuidora de materiales de ferretería y pétreos a domicilio, Cantón Rumiñahui, se encuentra bajo el lineamiento establecido para el desarrollo de proyectos por la Universidad Metropolitana, siendo pertinente a la carrera de Gestión Empresarial, específicamente al Proyecto N.4 que comprende el estudio de Emprendimiento, Productividad y Competitividad; también alineado al programa N.3 que corresponde a la investigación científica y formación para las Pymes; además de aportar a la matriz productiva, de lo propuesto en el Plan Nacional de Desarrollo Toda una vida 2017-2021, establecido por el gobierno actual a cargo del Lcdo. Lenín Moreno, específicamente en el objetivo 5 y 6, la zona de impacto corresponde a la zona 2 al estar en el Cantón Rumiñahui.

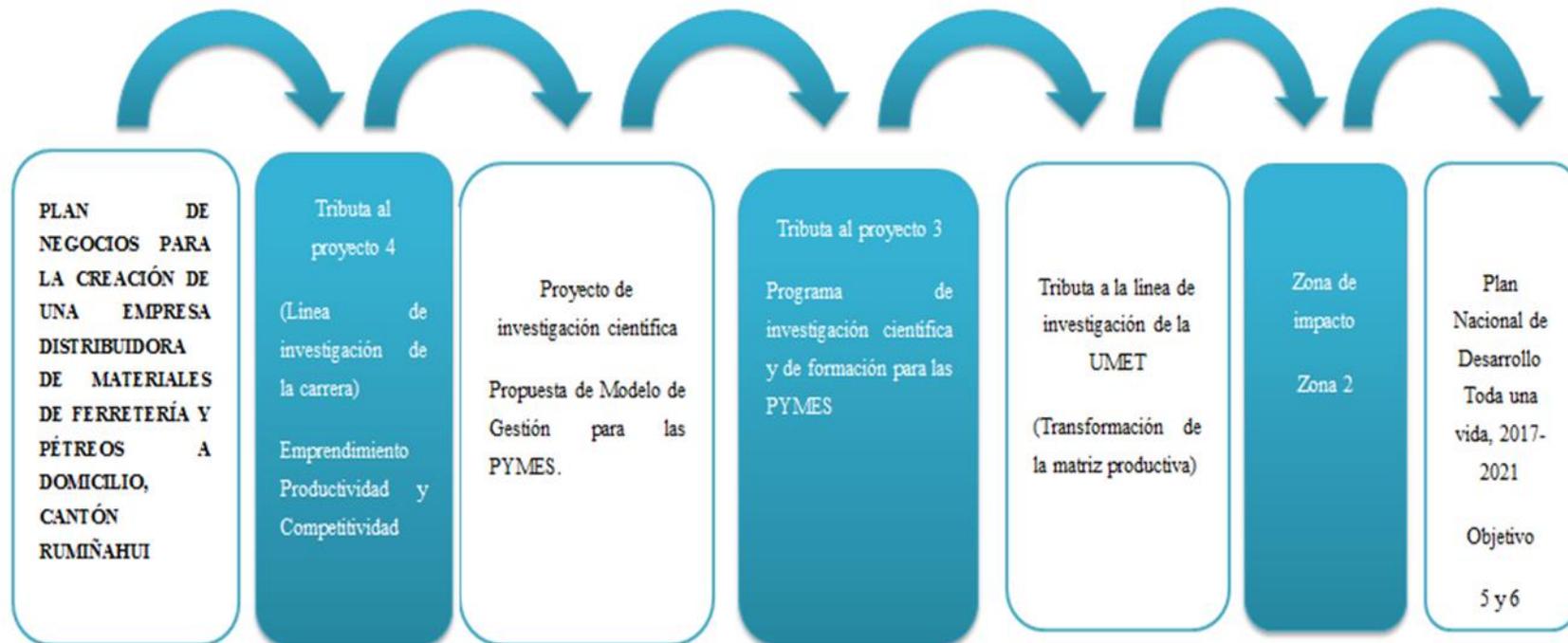


Figura 1 Justificación

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Vinculación Universidad Metropolitana del Ecuador

Situación Problemática

Partiendo del crecimiento significativo que el Cantón Rumiñahui ha tenido en los últimos años lo que demanda el incremento de infraestructura en el sector, generando un continuo flujo por los materiales y herramientas de construcción que se encuentran inmersos en la remodelación o edificación, y la necesidad de adquirirlo, por lo tanto se plantea que el problema principal es la poca disponibilidad de tiempo para la compra de este tipo de productos que en la actualidad la población tiene muchas responsabilidades ya sea en trabajo o en casa.

Ante esto una de las causas que se puede apreciar es la cantidad de ofertantes es limitada para cubrir con la demanda específicamente con un servicio a domicilio que evite el tiempo que le lleva al cliente en el proceso de compra, lo que implica dejar actividades laborales o personales para destinarlas a cumplir con la adquisición de dichos materiales y por ende el deterioro de la infraestructura.

Otra causa que se detecta es el desconocimiento que se tiene para la venta de productos el buen uso de los medios de comunicación como la web, lo cual es una atractiva forma de ofrecer un producto.

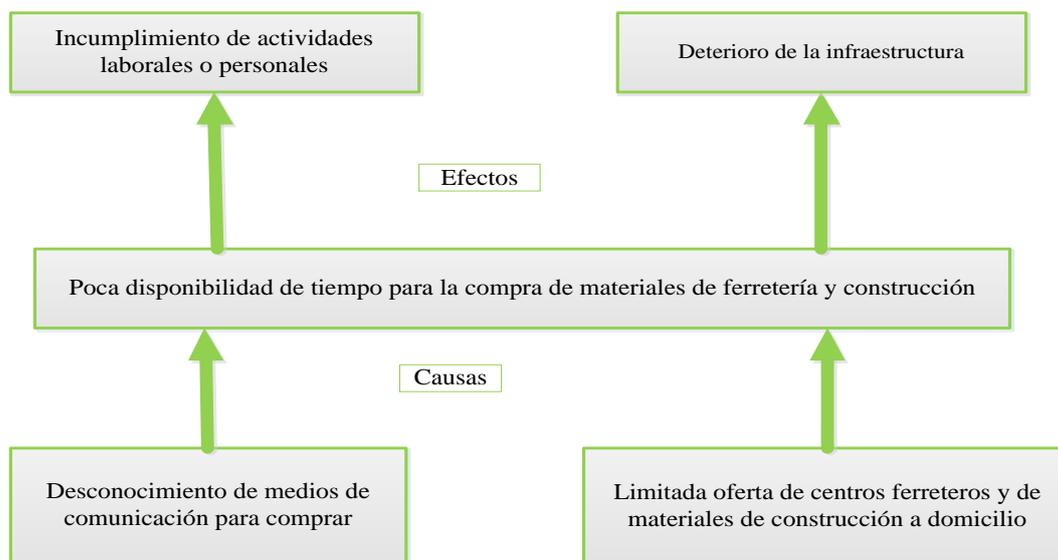


Figura 2 Árbol de Problemas

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Formulación del problema científico

¿Cómo crear una empresa distribuidora de materiales de ferretería para la determinación de su rentabilidad?

Determinación del objeto de estudio de la investigación

El presente proyecto se desarrolla en el primer periodo del año 2019, en el Cantón Rumiñahui, en donde se pretende instalar el negocio.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa distribuidora de materiales de ferretería y pétreos a domicilio en el Cantón Rumiñahui, mediante el estudio de mercado, técnico, administrativo, legal, económico y financiero, para la determinación de la viabilidad del negocio.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico del entorno donde se desarrollará la empresa de materiales de ferretería y pétreos, con la finalidad de definir la demanda insatisfecha a cubrir con el servicio a domicilio.
- Elaborar los estudios que comprenden el plan de negocio como el estudio técnico, administrativo, legal y estudio económico financiero para la definición del monto de la inversión.

Población y Muestra seleccionada

La población de estudio corresponde a los potenciales clientes, es decir las personas que suelen adquirir materiales de ferretería y pétreos, por lo que se considera la PEA del sector, de acuerdo al último censo 2010.

La población económicamente activa, PEA, del cantón, está compuesta por 42.408 personas, de las cuales 18.707 son mujeres y 23.701 hombres. Los rubros más altos de actividad son: el comercio al por mayor y menor, en la que trabajan 7.951 personas, igual al 18 por ciento. La industria manufacturera ocupa a 6.638, 15 por ciento. Siguen rubros tales como construcción, 2.756, 6.5 por ciento; enseñanza, 2.687, 6.3 por ciento; y administración pública y defensa, 2.255, 5.3 %. (Ecuador, Gobierno Municipal Rumiñahui, 2019)

Por lo tanto, al tener una población de 42.408, se determina el tamaño de la muestra fue realizada mediante la ecuación estadística 1.

$$n' = \frac{Z_c^2 \cdot N \cdot p(1-p)}{e^2 N + Z_c^2 p(1-p)} \quad (1)$$

Dónde:

- N Tamaño de la población (42.408)
- P Proporción de éxitos en la población (0.50)
- e Error en la proporción de la muestra (5%).
- N Cantidad de encuestas
- Z_c Valor Z crítico, correspondiente a un nivel dado del nivel de confianza 95% corresponde 1,96.

Por lo tanto, ingresando los datos:

$$n = \frac{1,96^2 \times 42.408 \times 0,50 \times (1 - 0,50)}{0,05^2 \times 42.408 + 1,96^2 \times 0,50 \times (1 - 0,50)}$$

n = 381 personas

Es así, que en cuanto a la población correspondiente a los potenciales clientes se obtiene una muestra de 381 personas.

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la investigación

Para sustentar los antecedentes de la investigación se investiga proyectos similares respecto al tema a desarrollar encontrando los siguientes:

El proyecto realizado por (Gavilanes, 2013), de tema Plan de Negocio para la Ferretería Fegacon, con la finalidad de posicionarla comercialmente en la Ciudad de Ambato y cuyo objetivo general es “Diseñar un plan de negocio para la ferretería Fegacon, con la finalidad de posicionarla comercialmente, en la ciudad de Ambato.” (Gavilanes, 2013)

Conclusiones:

Un buen plan de negocios debe contar con las siguientes secciones:

- Descripción de la empresa. - La situación jurídica de la misma, su historia, y su modelo administrativo.
- Productos a ofrecer. - Una descripción de lo que se va a vender, y los beneficios obtenidos por el cliente.
- Estrategias de mercado. - Conocer el mercado, las necesidades de los clientes, saber dónde se encuentran y cómo llegar a ellos.
- Estrategias financieras. - Obtener el grado de rentabilidad del negocio por medio de indicadores económicos. (Gavilanes, 2013)

También se resalta el proyecto elaborado por (Yazbek, 2017), cuyo tema Propuesta de Plan de Negocio para la creación de una empresa dedicada al servicio de distribución de productos en el Cantón Rumiñahui, de donde se extrae el objetivo general es “Proponer un plan de negocios para la creación de una empresa de transporte en el Cantón Rumiñahui, mediante un estudio de mercado con su respectivo plan de marketing, estudio técnico y su estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto.” (Yazbek, 2017)

Conclusiones:

- Al realizar una investigación de mercado se pudo conocer que el potencial cliente correspondiente al sector industrial del Cantón Rumiñahui, que consideran el 66% de encuestados indican que los costos por flete son altos en su empresa, el 75% indica que ha tenido malestar con las empresas que dan soporte en la distribución por la no entrega oportuna y el 75% de encuestados notifican la aceptación del servicio que se pretende ofrecer en el presente proyecto.
- Se puede apreciar que el proyecto es rentable puesto que de acuerdo a los valores obtenidos al aplicar los indicadores financieros se resalta que el VAN es 307.963,21 dólares, la TIR de 30%, el costo beneficio 2,2. (Yazbek, 2017)

De acuerdo a (Pugo, 2015), de la Universidad Politécnica Salesiana, cuyo tema de investigación es Plan de Negocio para la Ferretería Estación de Cumbe, se planea como objetivo general “Determinar la cantidad de bienes y servicios que una determinada comunidad está dispuesto a consumir, analizando la oferta y la demanda para ofrecer los productos de la ferretería”

Las conclusiones del proyecto son:

- La fundamentación teórica ayuda a sistematizar los conceptos básicos y aspectos más relevantes de un plan de negocio y basándose en dicha teoría se desarrolla la práctica, porque es una guía para cumplir con el alcance del plan establecido.
- La investigación de mercado realizada para la implementación de la ferretería, dio como resultado una aceptación positiva, porque no existe en la zona otra similar, además en el sector existe gran afluencia de los habitantes de la zona.
- Una vez que se ha desarrollado el plan de negocios, siguiendo paso a paso el esquema sugerido en la presente investigación se ha determinado que el plan de negocio de una ferretería en sector Estación de Cumbe es viable. (Pugo, 2015)

Fundamentación Contextual

De acuerdo a (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016) “En el 2016, los permisos de construcción crecieron 5,0% en relación al 2015, mientras que en los últimos 15

años el aumento fue de 35,6%., la mayor concentración según el tipo de obra se encuentra en nuevas construcciones.”

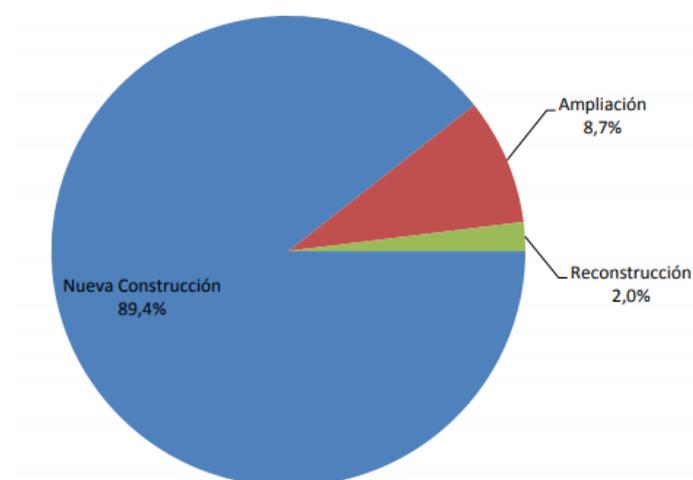


Figura 3 Permisos de construcción según tipo de obras

Fuente: (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016)

En la última década se ha tenido un atractivo incremento del negocio de la comercialización de materiales ferreteros a nivel nacional, debidas al aumento de la inversión inmobiliaria en el país.

“Son 5.374 el total de establecimientos de venta al por menor de artículos de ferretería, según la Clasificación Uniforme de Actividades Económicas (CIIU) del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).” (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

La industria ferretera se encuentra operando e identificada de acuerdo a la versión 4.0 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), cuyo código es G4663 correspondiente a la venta al por mayor de materiales para la construcción, artículos de ferretería, equipo, materiales de fontanería (Plomería o Gasfitería y Calefacción).

De acuerdo a lo expuesto por la Cámara de la Industria de la Construcción este año se realizan incentivos por las acciones emprendidas por el gobierno actual y mediante el Decreto Presidencial 681, debido a que las personas pudieron mantener y mejorar su poder adquisitivo para la compra de casas.

Nicolás Trávez, Presidente del Grupo Unifer, empresa líder en Ecuador de la provisión integral de productos y servicios en el área de la construcción, considera que el sector ferretero ecuatoriano está en constante evolución. Para que se desarrolle aún más, según Trávez, debe adaptarse a las nuevas tendencias técnicas y constructivas, y así ofrecer productos de última tecnología. (El Oficial, 2018)

Incluso las empresas ferreteras tienen que estar a la vanguardia de los requerimientos del mercado, con la incorporación de nuevas técnicas en aspectos de la construcción, nuevos productos se han generado para el servicio del cliente final.

Fundamentación Legal

Para fundamentar el proyecto se sustenta en los siguientes Reglamentos y Leyes vigentes en el país, de esta manera cumplir con lo estipulado por la normativa del Ecuador.

- **Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

Art. 9.- Información Pública. - Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, pesos y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final. Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen.

Art. 10.- Idioma y Moneda. - Los datos y la información general expuesta en etiquetas, envases, empaques u otros recipientes de los bienes ofrecidos, así como la publicidad, información o anuncios relativos a la prestación de servicios, se expresarán en idioma castellano, en moneda de curso legal y en las unidades de medida de aplicación general en el país; sin perjuicio de que el proveedor pueda incluir, adicionalmente, esos mismos datos en otro idioma, unidad monetaria o de medida.

Art. 11.- Garantía. - Los productos de naturaleza durable tales como vehículos, artefactos eléctricos, mecánicos, electrodomésticos, y electrónicos, deberán ser obligatoriamente garantizados por el proveedor para cubrir deficiencias de la fabricación y de funcionamiento. Las leyendas garantizado, garantía o cualquier otra equivalente sólo podrán emplearse cuando indiquen claramente en que consiste tal garantía; así como las condiciones, forma plazo y lugar

en que el consumidor pueda hacerla efectiva. Toda garantía deberá individualizar a la persona natural o jurídica que la otorga, así como los establecimientos y condiciones en que operará.

Art. 12.- Productos Deficientes o Usados.- Cuando se oferten o expendan al consumidor productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, tales circunstancias deberán indicarse de manera visible, clara y precisa, en los anuncios, facturas o comprobantes. (Ecuador, Congreso Nacional, 2000)

Fundamentación Teórica

Análisis del Entorno (PEST)

El análisis Pest comprende la evaluación de aspectos como: políticos, económicos, sociales y tecnológicos en el entorno externo de la empresa, siendo factores que pueden afectar las actividades y el desempeño, siendo una herramienta simple y eficaz que se utiliza para identificar las principales fuerzas externas (a nivel macro) que puedan afectar al negocio.

En el análisis PEST, es un estudio a fondo sobre una serie de factores macro ambientales en los que las personas y las organizaciones se desarrollan a nivel nacional e internacional. El análisis PEST centra su atención en cuatro grandes rubros: Factores Políticos, Factores Económicos, Factores Socioculturales y Factores Tecnológicos; a su vez, cada uno de estos factores agrupa una serie de elementos que están interrelacionados entre sí. (Sulser & Pedroza, 2004)

Los factores clave se encuentran a lineados de la siguiente manera:

“Factores Económicos: Corresponden a indicadores macroeconómicos que pueden tener influencia en el sector que opera el negocio, pudiendo ser aspectos como la inflación, tasa de interés, y aspectos que pueden inferir en la inversión requerida.” (Sulser & Pedroza, 2004)

Para el caso de estudio se establece que los factores económicos que infieren en el presente proyecto es el valor agregado bruto que corresponde al tipo de actividad económica y su contribución al crecimiento del país y otro aspecto como el PIB.

“Factores Políticos: Corresponden a las regulaciones del entorno y reglamentos que deben cumplirse para el beneficio del estado nacional y políticas gubernamentales.” (Sulser & Pedroza, 2004)

En el caso del aspecto político corresponde a las leyes que regulan la actividad económica de la ferretería, de donde se atrae la Ley Orgánica de Régimen Tributario.

“Factores Tecnológicos: Estos factores permiten generar nuevos productos y servicios mejorando la forma de producir o entregar al cliente, apoyarse en el desarrollo tecnológico para ofrecer un servicio de calidad.” (Sulser & Pedroza, 2004)

En el aspecto tecnológico, al ser un servicio a domicilio el canal de comunicación se basa en las nuevas tecnologías de la información como es el internet.

“Factores Sociales: Comprende el desarrollo demográfico de la sociedad y el crecimiento poblacional.” (Sulser & Pedroza, 2004)

Finalmente en el aspecto social, se resalta el índice de desempleo y el crecimiento poblacional que son factores que intervienen y se encuentran en el entorno de la ferretería caso de estudio.

En el caso de la empresa de ferretería y materiales pétreos existen aspectos que deben considerar como las políticas implementadas por el actual gobierno en cuanto a la construcción como la Ley de Ordenanza Municipal, variables económicas como el Valor agregado Bruto, la fluctuación del PIB, en el aspecto social la tasa de empleo en el país, puesto que al no tener trabajo el gasto no se destina para este tipo de productos, además otro factor como el crecimiento poblacional y la factibilidad de las nuevas tecnologías para acoplar a la venta de productos.

Estudio de Mercado

“El estudio de mercado es la base del plan de negocio, dado que ubica de manera integral la demanda o necesidad de un producto o servicio en la sociedad, población, mercado, cliente o consumidor.” (Luna, 2016)

El estudio de mercado se aplica para conocer el criterio de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio, es así que sirve para hacer mejoras en el precio, calidad, distribución y publicidad, con la finalidad de llegar al público objetivo y así aumentar

el número de clientes, por lo tanto, en el presente proyecto se pretende aplicar una encuesta para conocer las necesidades de los potenciales usuarios.

Segmentación de mercado

La segmentación de mercado fracciona el mercado en conjuntos con características y necesidades parecidas, en función de la oferta con la que se llegue al cliente, con este análisis se puede optimizar recursos y desarrollar estrategias de marketing en función del potencial cliente.

El objetivo de la segmentación de mercados reside en identificar y aislar las características individuales que distinguen a uno o más segmentos del mercado total. La clave consiste, por tanto, en dividir la totalidad del mercado en subgrupos con necesidades y características homogéneas. Sin embargo, no se trata de una tarea fácil ya que requiere seleccionar una o más características que se alineen con las necesidades y deseos de los segmentos seleccionados. (Baena, 2011)

Las variables de segmentación de mercado:

- Geográficas: países, regiones, ciudades o parroquias
- Demográficas: genero, edad, ingresos, educación, profesión, clase social, religión o nacionalidad.
- Psicográficas: estilo de vida y personalidad.
- Conductual: frecuencia de uso del producto, búsqueda del beneficio, nivel de fidelidad, actitud hacia el producto.

Demanda

Según Galindo, 2011 “Demanda de mercado de un producto es el volumen total que puede ser comprado por un grupo definido de consumidores en área geográfica definida, en un medio ambiente definido y aplicado un programa mercadológico apropiado” (Galindo, 2011)

La demanda comprende la cantidad de personas que se puede captar y requieren de los productos que se ofertan en una determinada empresa, en el caso de la ferretería a domicilio, corresponde a los potenciales clientes que requieren de los materiales de ferretería y pétreos a domicilio.

Oferta

La oferta representa la cantidad de bienes o servicios que las empresas ponen a disposición de los consumidores, con la finalidad de satisfacer una necesidad en un periodo de tiempo determinado, siendo importante la identificación de estos para captar la demanda insatisfecha.

“Se define oferta de un bien como las diversas cantidades que este bien que los vendedores llevaran al mercado a todos los precios alterativos posibles, permaneciendo constantes todos los demás factores. (Fernández, 2010)”

Plan Marketing

Partiendo del concepto de Marketing, como una serie de estrategias para que mediante la agregación de valor se pueda promocionar y publicitar una determinada marca o producto con el fin de llegar a un determinado público objetivo.

El Marketing está en un proceso fluctuante de constante reacomodo para descubrir, reestructurar o crear mejores estrategias, que permiten a las empresas:

- Obtener una mejor orientación en la búsqueda de adecuadas propuestas de servicio al consumidor,
- Buscar mecanismos de diferenciación entre servicios e ideas parecidos,
- Tratar de captar unos consumidores que hoy en día se caracterizan por ser más selectivos y exigentes en sus demandas y

- Crear relaciones valiosas, valoradas y sostenibles con los clientes y consumidores. (Martínez, 2016)

El Plan de Marketing, permite recoger los resultados del estudio de mercado para definir las estrategias a implementar y la planificación a seguir, que permita posicionar el servicio o producto de una determinada empresa, basándose en la mezcla de marketing con sus cuatro ejes, Precio, Plaza, Plaza y Promoción.

- **Precio** En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.
- **Producto** Esta variable engloba tanto el producto (core product) en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc.
- **Distribución** En esta variable se analiza los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc.
- **Promoción** La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc. (Pérez, 2017)

Plan Técnico

El plan técnico corresponde a etapa segunda de los proyectos de inversión, en esta se puede conocer los aspectos técnicos operativos necesarios, es decir los recursos para una correcta producción respecto al servicio o producto que se desea.

Según Luna, 2016 “El estudio técnico, llamado estudio de producción, consiste en ubicar, analizar, definir, diseñar el tamaño y localización óptima, así como la investigación de necesidades de infraestructura, proceso de producción, activo fijo y micro y macrolocalización del plan estratégico de negocios.” (Luna, 2016)

En el estudio contempla los aspectos a tener en cuenta para la elaboración del producto o la prestación del servicio, así como también los procesos allí implicados. Debe entender que si has elegido una idea de negocios es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto o se puede prestar mejor un servicio.

Estudio Organizacional

En todo proyecto de inversión para que pueda funcionar, requiere de estructurar sus unas áreas de apoyo que faciliten todas aquellas actividades complementarias al objeto del proyecto.

Según Meza, 2013 dice:

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el período de operación. (Meza, 2013)

Estudio Financiero

De acuerdo a Galindo, 2011 indica:

Es aquella que identifica los méritos propios que ha realizado el proyecto, independientemente de la forma en que se obtengan y se paguen los recursos financieros que éste necesite, y del modo como se distribuyan los excedentes o utilidades que él genera. (Galindo, 2011)

La elaboración del estudio financiero en un proyecto comprende en definir los recursos económicos para poder llevar a cabo un proyecto, es así que en este se realiza un análisis de los costos de producción o relacionados al servicio, de la misma manera se establecen los ingresos que se estiman recibir en cada una de las etapas del proyecto.

Evaluación Financiera

“La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre.” (Fernández, 2010)

La evaluación financiera parte de establecer una estructura con miras hacia las finanzas de la entidad, con esto se puede determinar la necesidad de financiamiento y la viabilidad de la inversión, de esta manera de conocer su rentabilidad económica, y aprovechar los recursos existentes para poner el proyecto en marcha.

Estados financieros

En su texto Galindo, 2011 indica:

El objetivo principal de los estados financieros es reflejar la situación económica y financiera del proyecto, la información generada permite evaluar si la inversión realizada por los socios del proyecto produce los resultados esperados, reflejando rentabilidad en el corto, mediano y largo plazo. (Galindo, 2011)

La elaboración de estados financieros proporciona información útil para la toma de decisiones, donde se registra la información de todas las operaciones registradas en la contabilidad de una empresa.

Indicadores financieros

Es una herramienta utilizada en el análisis financiera partiendo de los estados financieros, tienen la capacidad de medir la eficacia de una empresa, además de evaluar financieramente el desempeño a través de las cuentas de la empresa.

De acuerdo a Baena, 2014 dice:

Una razón financiera es una operación matemática entre dos cantidades tomadas de los estados financieros (balance general y el estado de resultados) y otros informes y datos complementarios. Se realiza para llevar a cabo un estudio o análisis de cómo se encuentra las finanzas de la empresa; también puede ser usada como indicadores de gestión. (Baena D. , 2014)

MARCO METODOLÓGICO

Modalidad de Investigación

En cuanto a la modalidad de la investigación que el presente proyecto se alinea corresponde al crítico propositivo.

“Crítico Propositivo, es abordar aquellos aspectos que resultan necesarios como punto de partida y apoyo para intentar construir la propuesta crítica de referencia.” (De Cabo, 2014)

Es necesario esta modalidad de crítico propositiva para el desarrollo del proyecto puesto que se realiza un diagnóstico del entorno donde se pretende instalar la empresa, y mediante los estudios respectivos del plan de negocios se pueda definir la factibilidad de instalar el negocio.

Paradigma de Investigación

En cuanto al paradigma de la investigación se establece el constructivismo, ya que se pretende concebir el conocimiento como una construcción propia, partiendo del diagnóstico del entorno y el desarrollo de los estudios del proyecto.

Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación corresponde al cuantitativo, partiendo del concepto propuesto por (Galeano, 2004):

Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias.

Al ser necesario la aplicación de encuestas para conocer el criterio del cliente potencial, de esta manera conocer los requerimientos y preferencias de compra para orientar las necesidades a cubrir con la empresa.

Metodología de investigación utilizada

El método de investigación corresponde al deductivo que de acuerdo a (Toro & Hurtado, 2007), consiste en:

La deducción es un proceso mental o de razonamiento que va de lo universal o general a lo particular. Consiste en partir de una o varias premisas para llegar a una conclusión. Es usado tanto en el proceso cotidiano de conocer como en la investigación científica.

Es decir, partiendo de la información recaba en el entorno se pueda llegar a conclusiones lógicas en función de los estudios que contemplan el plan de negocio.

Tipo de investigación

La investigación que se aplica es el tipo descriptivo, puesto que este tipo se encarga de puntualizar las características de la población correspondiente al mercado objetivo en el que se pretende ingresar con la oferta del servicio, en otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, a través de la investigación, creación de preguntas y análisis de datos que se lleven cabo sobre el plan de negocio, esto contempla la investigación de mercado, el plan técnico, administrativo, legal y financiero, estudios necesarios para determinar la viabilidad del mismo.

“La investigación descriptiva busca capacitar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de grupo o población” (Cipriano & González, 2016)

Recolección de datos

Se refiere la recolección de datos al uso de técnicas y herramientas que van a ser utilizadas por el investigador para encontrar información relevante, estas suelen ser primarias y secundarias, en las fuentes primarias se tiene la encuesta, y en el caso de las fuentes secundarias toda publicación de entidades gubernamentales del país, donde se pueden conseguir datos que aporten al desarrollo del proyecto.

Instrumento de investigación utilizado

Mediante la encuesta como instrumento de investigación que se basa en preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple, para conocer el criterio de la población objetivo del proyecto, dichos cuestionarios se encuentran en el Anexo 1.

Validación del instrumento utilizado

Para la validación del instrumento se utiliza el método de alfa de cronbach, se presenta a continuación la fórmula a utilizar para validar cada una de las preguntas de la encuesta aplicar en el proyecto.

MÉTODO COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

k:	Es el número de ítems.
$\sum S_i^2$	Sumatoria de varianzas de los ítems.
S_T^2	Varianza de la suma de los ítems
α	Coefficiente de Alfa de cronbach

Ecuación 1 Fórmula de Validación de Encuesta

Para aplicar la validación del método coeficiente alfa de cronbach, se busca la intervención de 6 expertos conformados por: Ing. Santiago Carrillo, Ing. Iván Ruiz, Ing. Carla Gavilanes Ing. Luis Llumiquinga, Ing. Verónica Castillo y Lcdo. Hernán Pilatuña, a quienes se les entrega el cuestionario para que mediante la ponderación de 1 a 5, considerando que la mayor calificación es 5, de esta manera se ingresa los datos en la fórmula obteniendo los siguientes resultados, al aplicar la fórmula se obtiene los siguientes resultados:

$$\alpha = \frac{10}{10 - 1} \left[1 - \frac{1,1 + 2,3 + 2,3 + 1,0 + 1,5 + 0,8 + 2,3 + 0,8 + 2,3 + 2,7}{66,667} \right]$$

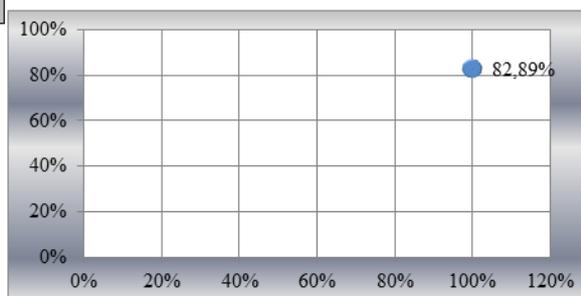
$$\alpha = \frac{10}{9} \left[1 - \frac{16,933}{66,667} \right]$$

$$\alpha = 0,829$$

$$\alpha = 82,89\%$$

Tabla 1 *Validación Encuesta*

No. De Experto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SUMA ITEMS	
	X_i	X_i	X_i	X_i	X_i	X_i	X_i	X_i	X_i	X_i	X_i	X_i^2
1	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	9	9
2	2	4	3	3	2	5	3	5	3	4	4	16
3	3	1	1	2	3	3	3	3	3	1	9	1
4	4	5	4	3	5	4	1	4	1	2	16	25
5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	25	25
6	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	9	9
$\sum X_i$	20	21	21	19	22	24	20	24	20	21	212	7.824
$\sum X_i^2$	72	85	85	65	88	100	78	100	78	87	66,67	
S_i^2	1,1	2,3	2,3	1,0	1,5	0,8	2,3	0,8	2,3	2,7		
$\sum S_i^2$	16,933											
S^2	66,667											
K	10											
a	0,829	82,89%	Validación OK									



Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1 Macro entorno

1.1.1 Factor Político

Una de los aspectos políticos que intervienen en la creación de la ferretería a domicilio corresponde a lo establecido en Artículos 4 y 98 Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno en relación con el Artículo 2 del Reglamento para la aplicación Ley de Régimen Tributario Interno.

Art. 2.- Sujetos pasivos. - Son sujetos pasivos del impuesto a la renta en calidad de contribuyentes:

Las personas naturales, las sucesiones indivisas, las sociedades definidas como tales por la Ley de Régimen Tributario Interno y sucursales o establecimientos permanentes de sociedades extranjeras, que obtengan ingresos gravados.

Son sujetos pasivos del impuesto a la renta en calidad de agentes de retención: las personas naturales y las sucesiones indivisas obligadas a llevar contabilidad, las sociedades definidas como tales por la Ley de Régimen Tributario Interno, las instituciones del Estado y las empresas públicas reguladas por la Ley Orgánica de Empresas Públicas y las sucursales o establecimientos permanentes de sociedades extranjeras, que realicen pagos o acrediten en cuenta valores que constituyan ingresos gravados para quienes lo reciban. (Ecuador, Presidencia de la República, 2010)

Donde se establece como política de estado el cumplimiento obligatorio de personas naturales y sociedades de la declaración de Impuesto a la Renta conforme los resultados de su actividad económica, por lo que se debe considerar el cumplimiento de este rubro.

1.1.2 Factor Económico

En el aspecto económico se puede resaltar:

- Valor Agregado Bruto

El valor agregado bruto, está compuesto por el petrolero y no petrolero, la empresa caso de estudio se encuentra como actividad económica del valor agregado bruto no petrolero.

El Sector Petrolero registró una caída en su Valor Agregado Bruto (VAB) [3] de 4,0% asociado a una disminución en la extracción de petróleo crudo de 3,3%, así como en la refinación de petróleo de 10%, debido a las paralizaciones programadas de las refinerías Esmeraldas, La Libertad y Amazonas, que indujeron a una mayor importación de derivados a fin de atender la demanda interna del país. Por el contrario, el VAB No Petrolero mostró un crecimiento de 2,0%, que se explica por un mayor dinamismo de industrias como: acuicultura y pesca de camarón; enseñanza y servicios sociales y de salud; alojamiento y servicios de comida; suministro de electricidad y agua; comercio y agricultura, principalmente. (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2019)

De acuerdo a lo publicado en el boletín económico de (Ecuador, Banco Central del Ecuador, 2019), en el año 2018 presentó un crecimiento en la actividad de la construcción de 1,24%, de acuerdo a lo expuesto por el Banco Central, siendo atractivo para la creación de empresas que inviertan en la comercialización y distribución de materiales ferreteros y pétreos.

- PIB

El Producto Interno Bruto del Ecuador crecerá un 0,1%, de acuerdo con las últimas proyecciones, presentadas por el Banco Mundial. Será de los más bajos en América del Sur, detrás de Venezuela, que decrecerá un 25% y de Argentina, cuya economía se contraería en 1,3%, según el organismo. (Diario La República, 2019)

Con lo expuesto en este indicador que permite analizar la situación del país en cuanto a la producción total de bienes y servicios, presentando valores favorables para el año 2019 en la economía del Ecuador.

1.1.3 Factor Social

En el aspecto social se encuentra los siguientes aspectos para la creación de la empresa:

- Empleo

La tasa de empleo adecuado en Ecuador pasó del 38,5% en el 2017 al 41,1% en el 2018, según la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo publicada este lunes por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018)

En marzo del 2019, de acuerdo a lo publicado por (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2019), en el Ecuador el 66,5% se encuentra trabajando, siendo favorable para la creación de la empresa, puesto que al tener recursos monetarios pueden ser destinados para la construcción o remodelación de la vivienda, considerando que este es uno de los principales necesidades que debe cubrir las personas de acuerdo a la pirámide de Maslow en su teoría una jerarquía de necesidades humanas.

- Crecimiento poblacional

El Cantón Rumiñahui, ubicado en la Provincia de Pichincha, que limita al norte, este y oeste con el Distrito Metropolitano de Quito y al sur con el cantón Mejía, su cabecera cantonal es Sangolquí, sus parroquias rurales son dos Cotogchoa y Rumipamba y las parroquias urbanas son San Rafael, Sangolquí y San Pedro de Taboada.

Dentro de los estudios realizados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2013 indica:

La concentración poblacional se caracteriza por ser un proceso de aumento de la población en zonas tanto urbanas como rurales. En general, la mayoría de la población se concentra en zonas donde existe disponibilidad de servicios básicos, infraestructura de educación y salud, infraestructura vial; además en la que pueda contar con oportunidades laborales y mejoras en sus ingresos económicos para el hogar. (Ecuador, Instituto Espacial Ecuatoriano, 2013)

Se aprecia un atractivo crecimiento en el Cantón Rumiñahui, tanto así que las constructoras e inmobiliarias, están invirtiendo cada vez más en la edificación de viviendas en este sector, con propuestas financieras para todo tipo de mercado.

1.1.4 Factor Tecnológico

Facebook, Twitter o Instagram son algunas de las redes sociales más reconocidas en el planeta y que une a millones de usuarios. En Ecuador, para muchas personas, su uso es algo normal como un mecanismo de informar e informarse. A nivel urbano se registra que el 92,4% de ciudadanos acceden a redes sociales, por medio de sus teléfonos móviles; mientras que en la zona rural el 82,88% de personas con celular accede a las redes sociales. (Ecuador, Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2019)

El creciente uso de las redes sociales, sitios webs y aplicaciones tecnológicas está abarcando algunos mercados para la oferta de productos y servicios, lo cual es beneficioso para empresas que poseen limitados recursos para publicidad, logística y abastecimiento, siendo una herramienta importante a utilizar en una empresa.

1.2 Micro entorno Análisis Fuerzas de Porter

Para realizar un análisis al micro entorno se utiliza el método de las cinco fuerzas de Porter, de esta manera se pueda conocer el escenario, en donde se pretende desarrollar la ferretería a domicilio, es así que se evalúa cada una de las componentes:

- Rivalidad entre competidores

En cuanto a los competidores, aunque en el mercado no se encuentra un competidor directo que ofrezca un servicio igual, se tiene empresas consolidadas y de franquicias con prestigio, como Ferrisariato, Kywi, Disensa que al ser una franquicia tiene una gran oferta en el mercado, por lo tanto, al evaluar las variables respecto a la rivalidad de competidores, como se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 2 Rivalidad entre competidores

Rivalidad entre competidores	¿Es barrera de entrada para los competidores actuales?	
	Alta	Baja
Concentración de competidores	x	
Diversidad de competidores	x	
Costos de cambio	x	
Condiciones de costos	x	
Costos de almacenamiento	x	
Diferenciación del servicio	x	
Barreras de salida	x	

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Concluyendo que este factor es importante de considerar al momento de penetrar en el mercado puesto que la rivalidad de competidores es alta, siendo importante ofrecer un servicio de calidad para atraer a los clientes que buscan los productos en la competencia.

- Amenaza de entrada de nuevos competidores

Al analizar este factor se evalúa que tan compleja es la barrera de entrada para el nuevo competidor, considerando que opciones de triunfar si existen barreras de entrada fuertes en la industria considerando las regulaciones, conocimientos, y el requerimiento de inversión, por el contrario si en la industria hay pocas barreras de entrada es más fácil que ingresen nuevos competidores, por lo tanto se evalúa en base a los siguientes aspectos.

Tabla 3 Amenaza de entrada de nuevos competidores

Amenaza de entrada de nuevos competidores	¿Es barrera de entrada para el nuevo competidor?	
	Si	No
Necesidad de lograr rápidamente economías de escala.	x	
Necesidad de obtener tecnología y conocimiento especializado.	x	
La falta de experiencia.	x	
Una fuerte lealtad del consumo hacia determinadas marcas.	x	
Elevadas necesidades de capital.	x	
Falta de canales adecuados de distribución.	x	
Políticas reguladoras gubernamentales.	x	
Existencia de barreras arancelarias.	x	
Falta de acceso a materias primas.	x	
Existencia de patentes.	x	
Saturación del mercado.	x	

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

De esta manera, se puede apreciar que existen barreras de entrada para ingresar a nuevos competidores las cuales son limitantes para poder iniciar un negocio similar y por ende se puede atraer al cliente.

- Amenaza de ingreso de servicios sustitutivos

Al evaluar los aspectos que intervienen en el ingreso de servicios sustitutos, se aprecia que no se cuenta con una forma de comercialización similar que pueda cubrir con la necesidad que se pretende cubrir con la creación de la ferretería a domicilio, se presenta a continuación las barreras de entrada respecto a esta fuerza.

Tabla 4 Amenaza de entrada de servicios sustitutos

Amenaza de ingreso de servicios sustitutos	¿Es barrera de entrada para el servicio sustituto?	
	Si	No
Sus precios son más bajos a los productos o servicios existentes.		x
Existe muy poca publicidad de los productos o servicios establecidos.		x
Se observa muy poca lealtad de los clientes.		x
El costo de cambiar de un producto o servicio establecido a uno sustitutivo es bajo para el consumidor.		x

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Se aprecia que la barrera respecto al servicio sustituto es baja, por lo tanto, al no tener una oferta que pueda remplazar lo que se pretende ofrecer con la empresa caso de estudio.

- Poder de negociación con los proveedores

En el caso de la diversidad de proveedores en el mercado, se tiene una atractiva oferta pudiendo negociar los precios y calidad de los productos que debe ofertar la ferretería, pudiendo tener una negociación sólida y que garantice el aprovisionamiento de los productos a la empresa.

- Poder de negociación de los clientes

Los clientes potenciales corresponden a la población del mercado objetivo como es el Cantón Rumiñahui, que tiene un consumo masivo mensual de los productos ferreteros o pétreos, estos tienen un gran poder sobre la empresa, su exigencia se relaciona con calidad, servicio y precio, como principales factores de compra.

1.3 Segmentación de Mercado

Se realiza la segmentación considerando dividir el mercado en grupos con características y necesidades semejantes, de esta manera optimizar recursos, las variables de segmentación de mercado se encuentran agrupadas en variables geográficas y demográficas.

Tabla 5 Segmentación Geográfica

País:	<ul style="list-style-type: none">• Ecuador• Población: 14'306.846 personas
Provincia:	<ul style="list-style-type: none">• Pichincha• Porcentaje Pichincha: 18,01%• Población: 2.576.287 personas
Cantón:	<ul style="list-style-type: none">• Rumiñahui• Porcentaje Rumiñahui: 3,33%• Población: 85.852 personas

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiyinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 6 Segmentación Demográfica

Género:	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino – Femenino
Edad:	<ul style="list-style-type: none"> • De 15 – 65 años • Porcentaje Edad: • 59,49%
Población Edad:	<ul style="list-style-type: none"> • 51.073 personas • Porcentaje PEA: 83,03%
Población económicamente activa:	<ul style="list-style-type: none"> • 42.408 personas

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

1.4 Investigación de Mercado

La investigación de mercado, se basa en la obtención de información del cliente potencial, para conocer los requerimientos respecto al servicio, por lo tanto, los resultados obtenidos al aplicar la encuesta son los siguientes:

1. ¿Ud. adquiere materiales de ferretería y pétreos?

Tabla 7 *Apreciación de compra*

Opción	Cantidad personas	Porcentaje
Si	381	100%
No	0	0%
Total	381	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia



Figura 4 *Apreciación de compra*

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Análisis

Se aprecian que el 100%, es decir las 381 de personas encuestadas indican que adquiere materiales de ferretería y pétreos, indistintamente el tipo de producto que deban adquirir.

Interpretación:

Se razona que la necesidad es permanente por este tipo de productos, sin importar las cantidades de compra que se haga ni la frecuencia en que se realice la gestión.

2. ¿Con que frecuencia Ud. construye o remodela su vivienda?

Tabla 8 Frecuencia de actividad

Opción	Cantidad Personas	Porcentaje
Semestralmente	212	56%
Anualmente	112	29%
Cada 2 años	43	11%
Cada 5 años	14	4%
Total	381	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

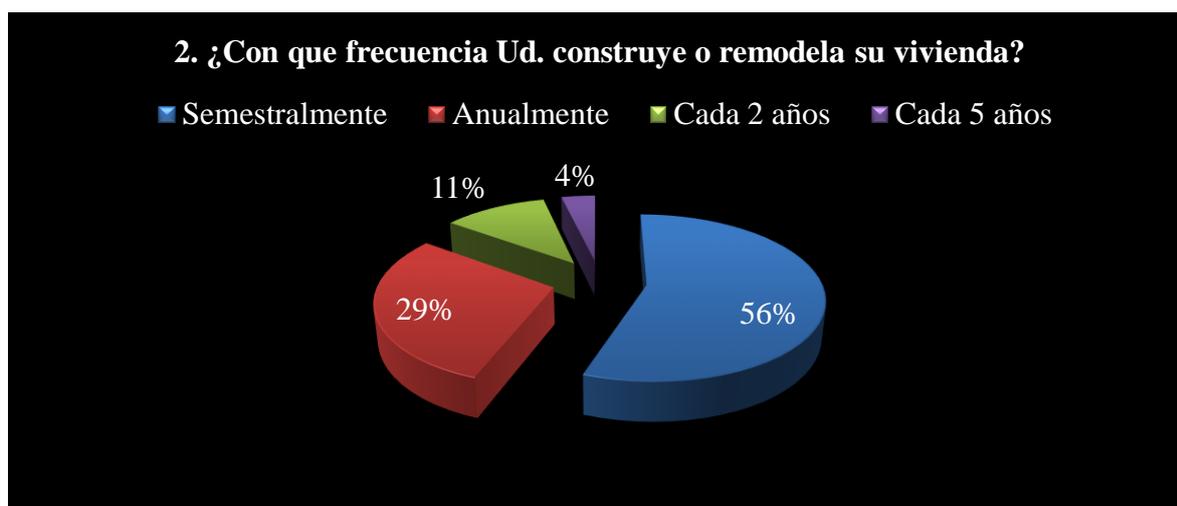


Figura 5 Frecuencia de actividad

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Análisis

Al análisis esta pregunta se puede conocer que la frecuencia con la que se construye o remodela la vivienda en un 56% correspondiente a 212 personas es en forma semestral, el 29% correspondiente a 112 indica en forma anual, el 11% es decir 43 personas lo realiza cada 2 años y el 4% que corresponde a 14 encuestados dicen cada 5 años.

Interpretación:

Se puede concluir que es permanente que los potenciales clientes destinan sus recursos a estas actividades de construcción o remodelación en sus viviendas.

3. En los dos últimos años con qué frecuencia compro materiales de construcción

Tabla 9 *Frecuencia de compra*

Opción	Cantidad Personas	Porcentaje
Semanal	23	6%
Quincenal	67	17%
Mensual	212	56%
Semestral	79	21%
Total	381	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

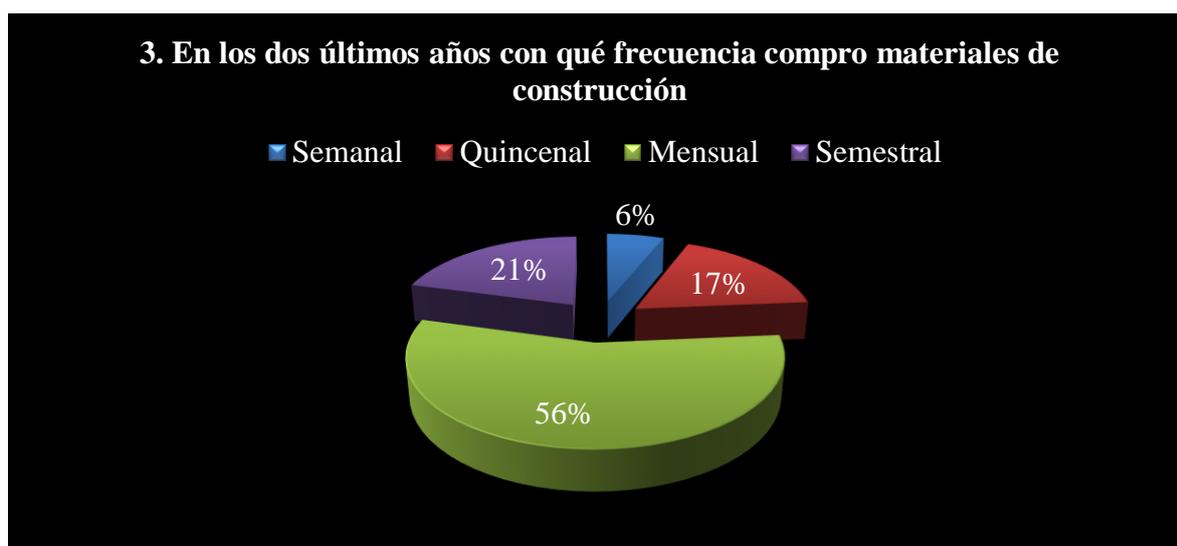


Figura 6 Frecuencia de compra

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Análisis

La frecuencia de compra con un valor de 212 personas correspondiente al 56% lo realizan en forma mensual, el 21% que son 79 personas indican en forma semestral, el 17% es decir 67 personas lo realizan quincenalmente y el 6% son 23 personas en forma semanal.

Interpretación:

Esta información se utiliza posteriormente para determinar la demanda potencial del proyecto.

4. ¿Cuánto de ingresos mensuales destina para la construcción o remodelación?

Tabla 10 Apreciación de gasto

Opción	Cantidad Personas	Porcentaje
De \$50 a \$100	146	38%
De \$101 a \$500	201	53%
De \$501 a \$3.000	34	9%
De \$3001 a \$10.000	0	0%
Total	381	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia



Figura 7 Apreciación de gastos

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Análisis

En cuanto al promedio de ingresos que se destinan para realizar trabajos de construcción se encuentra que el 53% que representa el criterio de 201 personas correspondiente a \$101 a \$500, el 38% correspondiente a 146 encuestados indican de \$50 a \$100 y el 9% son 34 personas el valor es de \$501 a \$3.000.

Interpretación:

El propietario de viviendas destina un valor atractivo para el efecto considerando que el mantener una infraestructura es elemento de bienestar.

5. ¿Cuál es su forma de pago?

Tabla 11 Forma de pago

Opción	Cantidad Personas	Porcentaje
Contado	190	50%
Transferencia electrónica	24	6%
Crédito directo	0	0%
Cheque	0	0%
Tarjeta de crédito	167	44%
Otra	0	0%
Total	381	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

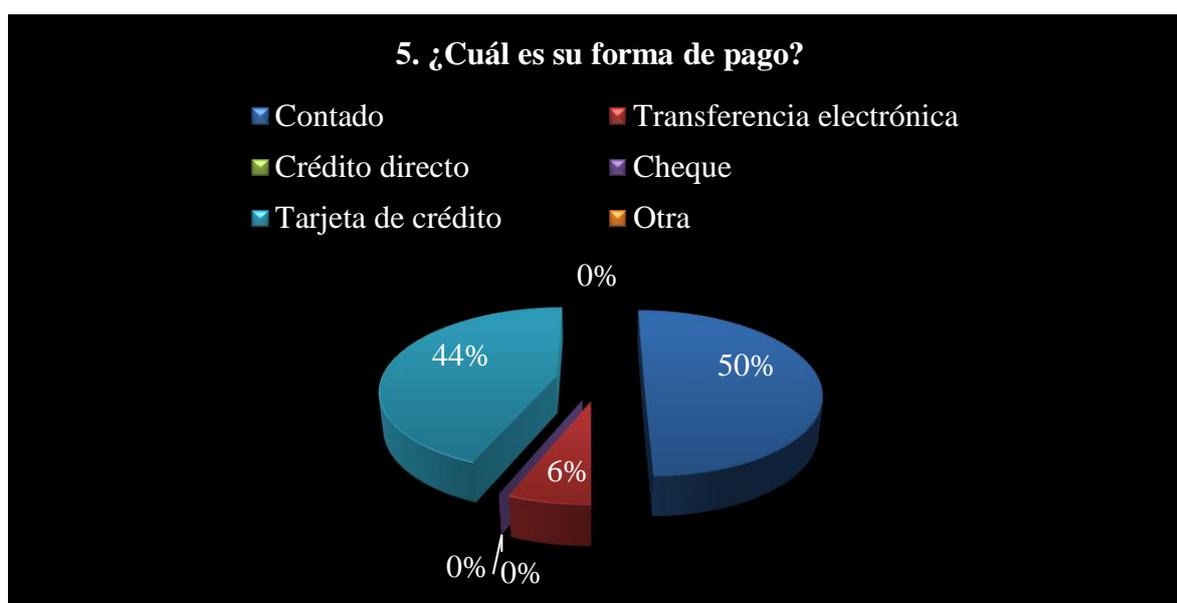


Figura 8 Forma de pago

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Análisis

Al evaluar la forma de pago se puede conocer que el potencial cliente realiza en un 50% que corresponde a 190 personas lo hace al contado, el 44% son 167 personas con tarjeta de crédito y el 6% que son 24 personas lo hacen con transferencia electrónica.

Interpretación:

Es importante considerar estas formas de pago para incorporarlas en el negocio, de esta manera ofrecer medios de pago cómodos para el cliente.

6. ¿Cuál es la razón de mayor importancia por la que compra en su ferretería de confianza?

Tabla 12 Importancia de compra

Opción	Cantidad Personas	Porcentaje
Precio	78	20%
Calidad y Garantía	98	26%
Tiempo de entrega	123	32%
Variedad	48	13%
Atención	34	9%
Total	381	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia



Figura 9 Importancia de compra

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Análisis

En cuanto a la razón de mayor importancia para la compra en la ferretería de preferencia del encuestado, se encuentra que el 32% correspondiente a 123 personas manifiesta que una de las razones es el tiempo de entrega, el 26% es decir 98 encuestados consideran importante un lugar donde le ofrezca calidad y garantía, el 20% que son 78 personas considera fundamental el precio, el 13% son 48 personas indican que el lugar designado es por la variedad de productos o materiales que oferta, y el 9% son 34 personas se inclinan por la atención del personal.

Interpretación:

De lo cual, se debe considerar como aspectos importantes el tiempo de entrega, la calidad y garantía y el precio para tener satisfechos a los clientes.

7. ¿Qué materiales de ferretería y pétreos adquiere con mayor frecuencia?

Tabla 13 Tipo de materiales de preferencia de compra

Opción	Cantidad Personas	Porcentaje
Albañilería	68	18%
Grifería	88	23%
Electricidad	34	9%
Carpintería	21	6%
Pintura	35	9%
Cerrajería y Soldadura	32	8%
Seguridad Industrial	13	3%
Materiales Pétreos	90	24%
Total	381	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

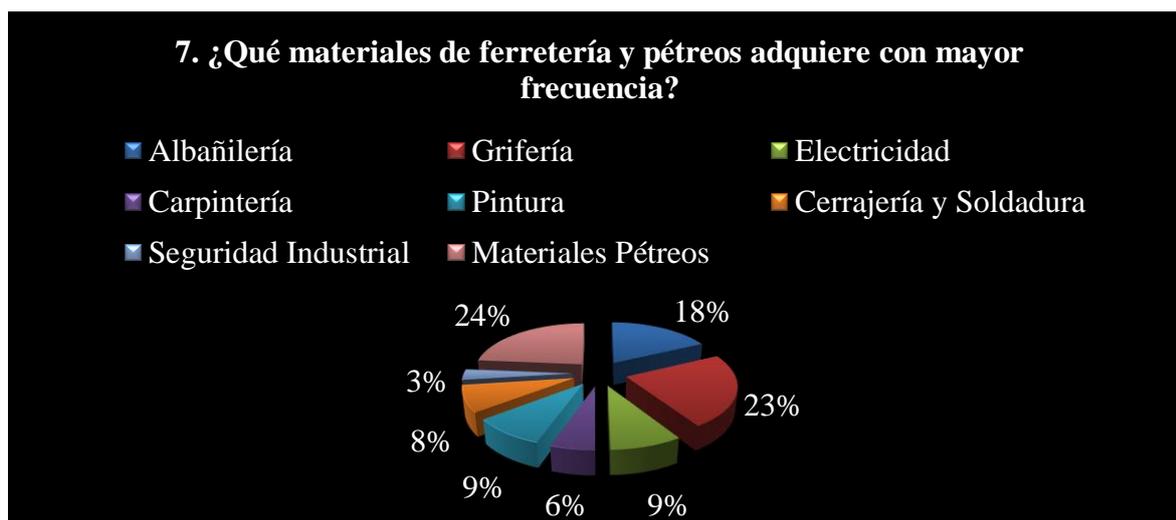


Figura 10 Tipo de materiales de preferencia de compra

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Análisis

Se indicó al encuestado señalar el tipo de material ferretero o pétreos que adquiere con mayor frecuencia, de lo cual, se tiene que el 24% es decir 90 personas se inclinan por materiales pétreos, el 23% correspondiente 88 personas indican grifería, el 18% que son 68 personas de albañilería, por lo que la mayor aceptación corresponde a materiales para renovar la casa y mantenerle adecuada.

Interpretación:

Lo que indica que los materiales de mayor demanda que deben contarse en el inventario de la empresa son los productos derivados de materiales pétreos, grifería y artículos de albañilería, al ser materiales que por su complejidad de traslado hace que sea un limitante para el cliente al momento de adquirirlo.

8. ¿Adquiriría materiales de ferretería y pétreos en una empresa que le ofrezca servicio a domicilio?

Tabla 14 Aceptación del servicio

Opción	Cantidad Personas	Porcentaje
Si	230	60%
No	151	40%
Total	381	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia



Figura 11 Aceptación del servicio

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Análisis e Interpretación:

Se tiene una aceptación importante del 60% es decir 230 personas indican respecto a la creación de la distribuidora de materiales de ferretería y pétreos a domicilio, apenas el 40% que son 151 personas mencionan lo contrario, este factor es importante considerar al momento de detectar la demanda potencial del proyecto.

9. ¿Cuál es la mejor opción de su preferencia para la comunicación con la empresa de materiales de ferretería y pétreos a domicilio para la gestión de compra?

Tabla 15 Medio de comunicación

Opción	Cantidad Personas	Porcentaje
Directa o personal	22	6%
Whatsapp	101	27%
Facebook	23	6%
App	110	29%
Página web	77	20%
Llamada telefónica	48	13%
Otro	0	0%
Total	381	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia



Figura 12 Medio de comunicación

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Análisis

En cuanto a la forma de preferencia de comunicación con la empresa se tiene que la mayor aceptación es por medio de una App al tener un 29% que representa el criterio de 110 encuestados, con un menor porcentaje de 26% correspondiente a 101 personas por medio de whatsapp, el 20% que son 77 personas por medio de la página web, el 13% que son 48 encuestados indica mediante llamada telefónica y el 6% correspondiente a 22 personas en forma directa o personal.

Interpretación:

Por lo tanto, considerando la evolución de la tecnología en lo que respecta al uso de la telefonía, la utilización de una aplicación para la gestión de compra es la de mayor uso.

10. ¿Qué servicio extra le gustaría recibir de la empresa de materiales de ferretería y pétreos a domicilio?

Tabla 16 Servicio de preferencia

Opción	Cantidad Personas	Porcentaje
Asesoría	120	31%
Crédito	44	12%
Servicio Post-Venta	166	44%
Descuentos y Promociones	51	13%
Otro	0	0%
Total	381	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia



Figura 13 Servicio de preferencia

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Análisis

Los encuestados manifiestan que el servicio extra que les gustaría percibir por parte de la empresa distribuidora de material de ferretería y pétreos a domicilio es el servicio de post venta con un 44% es decir 166 personas, en otra parte de la población considera que es importante recibir asesoría corresponde al 31% es decir 120 encuestados, el 12% que son 44 personas indica el crédito en la forma de pago.

Interpretación:

Es importante ofrecer un servicio de post venta puesto que es un valor agregado que no debe ser pagado por el cliente si no que permite atraer a usuarios potenciales.

1.5 Oferta

Partiendo del concepto de la oferta, la misma que se define como la cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a un determinado precio, como se mencionó anteriormente de acuerdo a los registros del Clasificación Uniforme de Actividades Económicas (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010), se tiene 5.374 el total de establecimientos de venta al por menor de artículos de ferretería en el país, por lo tanto, se investiga los establecimientos en el Cantón Rumiñahui y de acuerdo a (Ecuador, Gobierno Municipal Rumiñahui, 2012), obteniendo que en el último censo realizado se cuenta con 513 establecimientos económicos categorizados, de los cuales el 39% corresponden al comercio de la construcción, lo cual representa una cantidad de 200 establecimientos.

Al partir de una cantidad de 200 establecimientos en el 2010, que fue el último censo se proyecta utilizando la tasa de crecimiento económico del país, de acuerdo Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), el ente proyecta que la economía del Ecuador tendrá un crecimiento de 0,9% el próximo 2019, por lo que la oferta histórica se presenta en la siguiente tabla.

El cálculo efectuado para proyectar la oferta se basa en la regresión lineal partiendo de la información del año 2010.

$$\textit{Oferta futura} = \textit{Oferta año anterior} + \textit{Oferta año anterior}(\% \textit{ de crecimiento})$$

Ejemplo:

$$\textit{Oferta 2011} = 200 + 202(0,9\%)$$

$$\textit{Oferta 2011} = 202 \textit{ ferreterias}$$

Tabla 17 Oferta Histórica

Año	Oferta (Ferreterías)
2011	202
2012	204
2013	205
2014	205
2015	207
2016	207
2017	209
2018	209

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: (Ecuador, Gobierno Municipal Rumiñahui, 2012)

Por lo tanto, se realiza utilizando la regresión línea la proyección para los 5 años posteriores en los que se evaluará la oferta existente, es decir la cantidad de empresas ferreteras en el sector obteniendo los resultados que se presenta en la tabla.

Tabla 18 Proyección Ofertantes

AÑO	Oferta (Ferreterías)
2018	209
2019	211
2020	213
2021	215
2022	217
2023	219

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Al estimar una cantidad de ofertantes correspondiente a 211 para el año 2019, sin embargo se debe considerar la cantidad de personas que compran en dichos lugares, por lo que al entrevistar algunos centros ferreteros del sector, se solicita el promedio diario de clientes que adquieren productos obteniendo, por parte del criterio de dichos propietarios un promedio de 100 clientes mensuales aproximadamente y de acuerdo a la pregunta N.4 referente a los ingresos mensuales que las personas destinan como gasto para la construcción es de 300 dólares promedio, se calcula la oferta en dólares, dicho cálculo se lo evidencia a continuación.

Oferta futura \$

$$= \text{Cantidad de ferreterías} * 100 \text{ clientes mensuales} * 12 \text{ meses} \\ * \$300 \text{ dólares de gasto}$$

Ejemplo:

$$\text{Oferta 2019} = 211 * 100 * 12 * 300$$

$$\text{Oferta 2019} = \$75.960.000$$

Tabla 19 Proyección Oferta

AÑO	Oferta \$
2018	\$ 75.240.000
2019	\$ 75.960.000
2020	\$ 76.680.000
2021	\$ 77.400.000
2022	\$ 78.120.000
2023	\$ 78.823.080

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

1.6 Demanda

De acuerdo al concepto de la demanda, es la cantidad de bienes o servicios que desean en un determinado mercado, se puede apreciar que al tener una población económicamente activa en el Cantón Rumiñahui de 42.408 personas de acuerdo al último censo realizado a nivel nacional, por lo que es importante realizar la proyección considerando la tasa de crecimiento del país de 1,56%.

Demanda futura

$$= \text{Demanda año anterior}$$

$$+ \text{Demanda año anterior}(\% \text{ de crecimiento})$$

Ejemplo:

$$\text{Demanda 2011} = 42.408 \text{ personas} + 42.408 \text{ personas}(1,56\%)$$

$$\text{Demanda 2011} = 43.070 \text{ personas}$$

Tabla 20 Demanda

Años	Demanda Población Económicamente Activa Personas
2010	42.408
2011	43.070
2012	43.741
2013	44.424
2014	45.117
2015	45.821
2016	46.535
2017	47.261
2018	47.999

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: (Ecuador, Gobierno Municipal Rumiñahui, 2012)

Con la demanda correspondiente al año 2018 de 47.999 personas quienes son las personas que requieren de algún tipo de material ferretero o para la construcción, se hace necesario determinar la demanda potencial, es decir las personas que cumplen con el perfil de compra, utilizando las preguntas de la encuesta realizada al potencial cliente se determina la cantidad.

Tabla 21 Demanda Potencial

Preguntas Encuesta	Si	Si	12	\$101 a \$500
2018	100%	60%	56%	53%
Demanda (Personas)	1. ¿Ud. adquiere materiales de ferretería y pétreos?	8. ¿Adquiriría materiales de ferretería y pétreos en una empresa que le ofrezca servicio a domicilio?	3. En los dos últimos años con qué frecuencia compro materiales de construcción	4. ¿Cuánto de ingreso mensual destina para la construcción o remodelación?
47.999 personas	47.999 personas	28.975 personas	347.700 personas	\$104.310.000

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Los cálculos anteriores se presentan a continuación:

$$\text{Demanda de personas} = 47.999 \text{ personas}$$

$$\text{Demanda de personas adquieren el servicio} = 47.999 * 100\% = 47.999 \text{ personas}$$

$$\text{Demanda de personas aceptan el servicio} = 47.999 * 60\% = 28.975 \text{ personas}$$

Demanda de personas aceptan el servicio frecuencia de compra

$$= 28.975 * 12 \text{ veces en el año} = 347.700 \text{ personas}$$

$$\text{Demanda en dólares} = 347.700 \text{ personas} * \$300 \text{ gasto promedio} = \$104.310.000$$

Con la información anterior se proyecta la demanda para los siguientes cinco años, de tal manera se pueda obtener la demanda insatisfecha.

Tabla 22 Demanda Proyectada

AÑO	Demanda (\$)
2019	\$ 104.310.000
2020	\$ 105.937.236
2021	\$ 107.589.857
2022	\$ 109.268.259
2023	\$ 110.972.843
2024	\$ 112.704.020

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiyinga Caiza

Fuente: Investigación propia

1.7 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha, corresponde a la demanda que no ha sido cubierta en el mercado, por lo tanto, puede ser cubierta por el proyecto al menos una parte, con los datos obtenidos en la oferta y demanda se obtiene los siguientes resultados.

Para el cálculo de la demanda se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{Demanda Proyectada} - \text{Oferta Proyectada}$$

$$\text{Demanda insatisfecha 2019} = \$104.310.000 - \$75.240.000 = \$29.070.000$$

$$\text{Demanda insatisfecha 2020} = \$105.937.236 - \$75.960.000 = \$29.977.236$$

$$\text{Demanda insatisfecha 2021} = \$107.589.857 - \$76.680.000 = \$30.909.857$$

$$\text{Demanda insatisfecha 2022} = \$109.268.259 - \$ 109.268.259 = \$31.868.259$$

$$\text{Demanda insatisfecha 2023} = \$110.972.843 - \$78.120.000 = \$32.852.843$$

Tabla 23 Demanda Insatisfecha Proyectada

AÑOS	OFERTA PROYECTADA \$	DEMANDA TOTAL \$	DEMANDA INSATISFECHA \$
2019	\$ 75.240.000	\$ 104.310.000	\$ 29.070.000
2020	\$ 75.960.000	\$ 105.937.236	\$ 29.977.236
2021	\$ 76.680.000	\$ 107.589.857	\$ 30.909.857
2022	\$ 77.400.000	\$ 109.268.259	\$ 31.868.259
2023	\$ 78.120.000	\$ 110.972.843	\$ 32.852.843

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiyinga Caiza

Fuente: Investigación propia

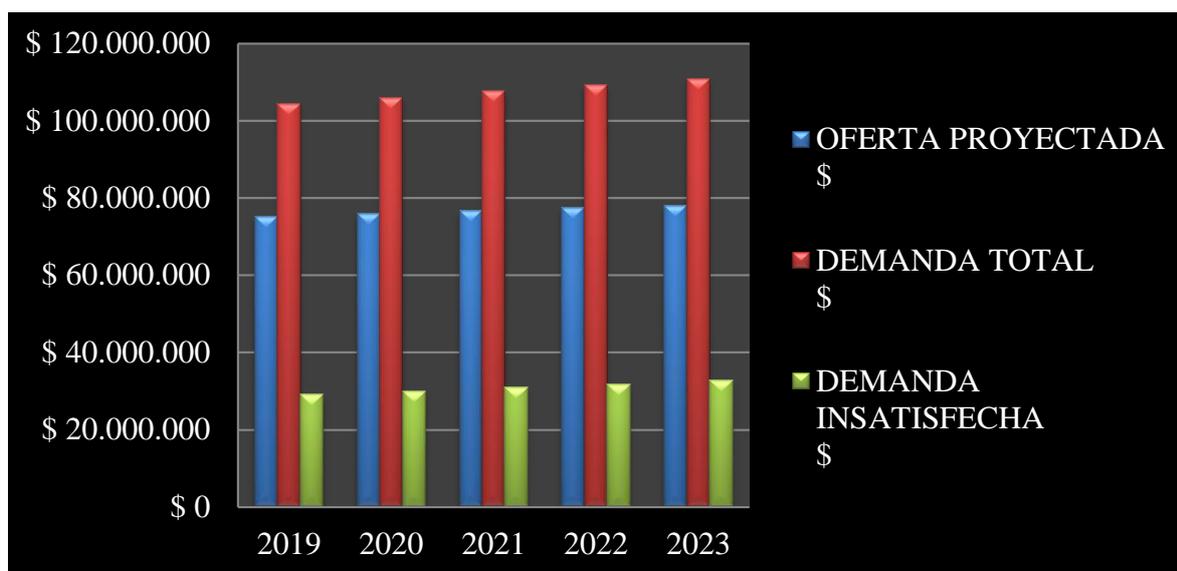


Figura 14 Demanda Proyectada

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiyinga Caiza

Fuente: Investigación propia

CAPITULO II

2. PLAN ADMINISTRATIVO, TÉCNICO, LEGAL Y FINANCIERO

2.1 Plan Administrativo

2.1.1 Tipo de empresa

El tipo de empresa que se establece para creación de una empresa distribuidora de materiales de ferretería y pétreos a domicilio, Cantón Rumiñahui, corresponde a una compañía de responsabilidad limitada, para cumplir con lo establecido por este tipo de organizaciones se tiene dos socios, quien contribuye con el capital mínimo para constituir este tipo de compañías correspondiente a \$400.

Además, la administración está establecida mediante una Junta General de Socios, constituido legalmente como el órgano supremo de la compañía, además que contará con un Gerente General, en la representación legal de la misma.

2.1.2 Misión y Visión

Para la elaboración de la misión y visión se utiliza las siguientes matrices las mismas que permiten formular y definir lo que se desea ofrecer en el servicio de la empresa.

Tabla 24 Variables de la Misión

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
Naturaleza del Negocio	Servicio a domicilio de materiales de ferretería y pétreos
Razón para existir:	Satisfacer de una manera efectiva y eficaz las necesidades del cliente en un tiempo determinado.
Mercado al que sirve:	Cantón Rumiñahui
Características generales del servicio:	Plataforma web, IOS y/o Android para la prestación de servicios a domicilio en productos ferreteros.
Posición deseada en el Mercado:	Líder en este tipo de servicios.
Principios y Valores:	Profesionalismo, responsabilidad, puntualidad, eficiencia, calidad de producto y servicio.

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Por lo tanto, la misión se establece de la siguiente manera:

Ferromundo, su ferretería a domicilio es una plataforma dedicada a satisfacer las necesidades de los usuarios de forma efectiva y eficaz dentro del Cantón Rumiñahui entregando un servicio con eficiencia y calidad y poder llegar a ser líderes en este tipo de servicios a la comunidad.

Tabla 25 Variables de la Visión

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
Posición en el Mercado:	Competitiva
Tiempo:	2 años
Producto:	Aplicación multiplataforma con prestación de servicios de ferretería a domicilio.
Valores:	Responsabilidad, profesionalismo, puntualidad.
Principio organizacional:	Calidad del producto y servicio.

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

La visión que se pretende alcanzar queda establecida de la siguiente manera:

Posicionar hasta el 2024, el servicio de ferretería a domicilio en el Cantón Rumiñahui, como líder en este tipo de servicio, sobresaliendo gracias a la calidad de producto y servicio presentada dentro del mercado ya existente.

2.1.3 Identidad Corporativa

Partiendo que la identidad corporativa de una empresa, es parte del proceso de creación de una marca, con la cual la ferretería a domicilio se identifica ante sus clientes, con la finalidad de instalarse en la mente del público objetivo, por tales razones se plantea el siguiente logotipo.



Figura 15 Logotipo de la empresa

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

En cuanto al slogan, se establece la siguiente frase:

La tienda de la construcción en la comodidad de su hogar

2.1.4 Organigrama

Se elabora el organigrama considerando la estructura de la empresa con la finalidad de presentar las relaciones de jerarquía y las funciones de cada una de ellas, como se presenta en el organigrama departamental y funcional.

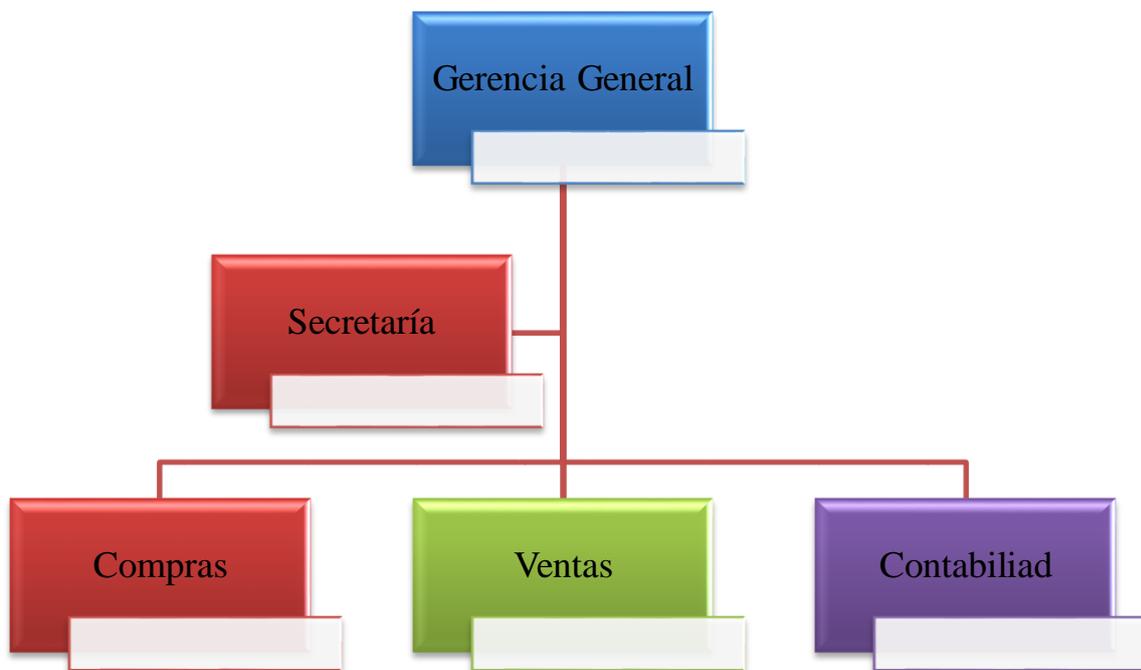


Figura 16 Organigrama Departamental

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

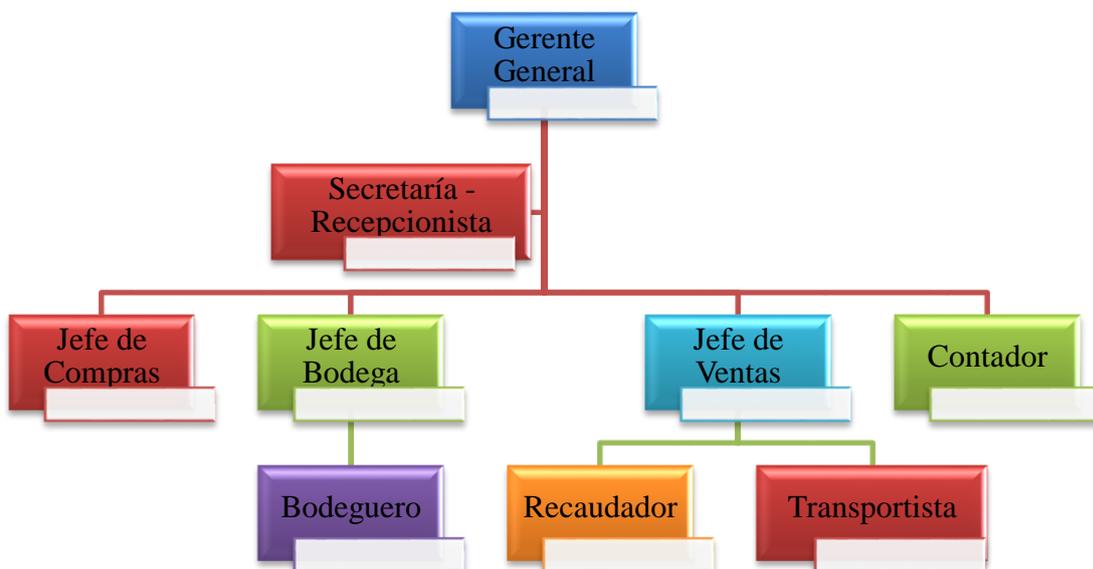


Figura 17 Organigrama Funcional

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

2.1.5 Manual de Funciones

Se desarrolla el Manual de Funciones con la finalidad de determinar las responsabilidades y las funciones de los empleados de la empresa distribuidora de materiales ferreteros y pétreos, de acuerdo al modelo propuesto por (Publicaciones Vértice, 2009), donde se plantea que la ficha del puesto de trabajo debe contener los siguientes aspectos:

- Título del puesto
- Departamento al que pertenece el puesto
- Fecha en la que se hace el análisis
- Nombre del analista
- Resumen del puesto (Descripción general del puesto indicando sólo las funciones o actividades principales).
- Relaciones (Interacciones del puesto con otros puestos, ya fueran dentro o fuera de la organización).
- Responsabilidades (Lista detallada de responsabilidades del puesto hacia: personas, recursos monetarios, información, herramientas).
- Autoridad (Definición de los límites de autoridad del ocupante del puesto).
- Condiciones de trabajo y ambiente (descripción del nivel de ruido, temperatura ambiental, condiciones peligrosas, etc.).
- Conocimientos
- Habilidades
- Actitudes y Aptitudes
- Experiencia

Considerando lo anterior se detalla el manual de funciones para los puestos que requiere la empresa.

Título del puesto: Gerente General

Departamento al que pertenece el puesto: Gerencia General

Fecha: 2019-mayo-12

Nombre del analista: Mayra Alexandra Llumiyinga Caiza

Resumen del puesto:

Relaciones:

- Jefaturas de las áreas de la empresa.
- Proveedores

Responsabilidades:

- Coordinación de todas las actividades gerenciales de la distribuidora de material ferretero y pétreo.
- Representar legalmente a la empresa.
- Realizar negociaciones con los proveedores.
- Autorizar pagos a proveedores y personal de la empresa.

Autoridad: A toda la organización siendo la mayor autoridad de la empresa.

Condiciones de trabajo y ambiente:

- Nivel de ruido bajo
- Temperatura ambiental media
- No tiene condiciones peligrosas de trabajo

Conocimientos: Nivel educativo Licenciatura o Ingeniería en Administración.

Habilidades:

Planificar, dirigir y controlar.

Actitudes y Aptitudes:

- Persona dinámica y proactiva.
- Liderazgo
- Con capacidad de análisis, solución de conflictos y toma de decisiones.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Capacidad para comunicarse a distintos niveles.

Experiencia: Experiencia mínima de cinco (5) años ejerciendo cargos similares.

Título del puesto: Secretaría-Recepcionistas

Departamento al que pertenece el puesto: Gerencia General

Fecha: 2019-mayo-12

Nombre del analista: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Resumen del puesto:

Colaborar con el Gerente General en el área administrativa, su responsabilidad comprende en la salvaguardar la documentación de la empresa.

Relaciones:

- Gerente y Jefaturas de las áreas de la empresa.
- Proveedores y Clientes

Responsabilidades:

- Tomar apuntes de las indicaciones que le entregue su superior.
- Elaborar certificados y otros documentos relacionados con los procesos de la empresa.
- Recibir la documentación que llega a la empresa.
- Atender al público, en forma personal o vía telefónica.

Autoridad: Ninguna.

Condiciones de trabajo y ambiente:

- Nivel de ruido bajo
- Temperatura ambiental media
- No tiene condiciones peligrosas de trabajo

Conocimientos: Nivel educativo Secretariado Bilingüe.

Habilidades:

- Buen lenguaje.
- Desenvolvimiento adecuado a su cargo

Actitudes y Aptitudes:

- Persona dinámica y proactiva
- Buena capacidad de comunicación
- Buena actitud para solucionar conflictos
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Capacidad para comunicarse a distintos niveles.
- Orientación al Logro.

Experiencia: Experiencia mínima de cinco (2) años ejerciendo cargos similares.

Título del puesto: Jefe de Compras

Departamento al que pertenece el puesto: Compras

Fecha: 2019-mayo-12

Nombre del analista: Mayra Alexandra Llumiyinga Caiza

Resumen del puesto:

Planificar y gestionar las adquisiciones que se realicen en la empresa en base a un presupuesto y a los requerimientos de los clientes.

Relaciones:

- Gerente y Jefaturas de las áreas de la empresa.
- Proveedores y Clientes

Responsabilidades:

- Planificar la estructura del departamento de compras y buscar los proveedores.
- Negociar y pactar las condiciones de suministro y tener en mente el stock.
- Controlar la calidad de los productos suministrados.
- Gestionar los documentos relativos a la compra.

Autoridad: Ninguna

Condiciones de trabajo y ambiente:

- Nivel de ruido bajo
- Temperatura ambiental media

Conocimientos: Nivel educativo Ingeniero en Administración de Empresas, Logística o Gerencia Empresarial.

Habilidades:

- Excelente habilidad de comunicación oral y escrita.
- Autoconfianza y capacidad de negociación.
- Una mente analítica para interpretar las cifras y otra información.
- Habilidades numéricas.
- Habilidades de gestión del tiempo y habilidades de planificación.

Actitudes:

- Aptitudes para gestionar el tiempo y planificación
- Aptitudes para las lenguas extranjeras y bien organizadas.
- Destrezas en informática.

Experiencia: Experiencia mínima de cinco (2) años ejerciendo cargos similares.

Título del puesto: Jefe de Bodega

Departamento al que pertenece el puesto: Bodega

Fecha: 2019-mayo-12

Nombre del analista: Mayra Alexandra Llumiyinga Caiza

Resumen del puesto:

Mantener el control total de todas las actividades relacionadas con el área de bodega así como responsabilizarse del control de la calidad de los productos que se encuentran en la misma.

Relaciones:

- Gerente y Jefaturas de las áreas de la empresa.
- Proveedores y Clientes

Responsabilidades:

- Planificar, organizar, dirigir, programar y controlar las actividades del departamento de bodega.
- Proactivo y con capacidad de resolución de problemas de respuesta inmediata.
- Elaborar informes semanales de gestión de las actividades en bodegas.
- Levantamiento y control de procesos internos de bodega incluyendo seguridad industrial básica.
- Coordinación de despachos hasta destino final y con intermediarios de transporte.
- Recepción de contenedores.
- Recepción de material de los diferentes proveedores y control de los estándares de calidad establecidos.
- Mantener el control de inventarios y el stock en bodega.

Autoridad: Hacia el Bodeguero.

Condiciones de trabajo y ambiente:

- Nivel de ruido bajo
- Temperatura ambiental media
- Tiene condiciones peligrosas de trabajo
- Uso de equipo de seguridad permanente

Conocimientos: Nivel educativo Tecnólogo en Administración de Empresas o Logística.

Habilidades:

- Buen lenguaje.
- Desenvolvimiento adecuado a su cargo

Actitudes y Aptitudes:

- Proactivo
- Trabajar bajo presión
- Capacidad para liderar equipos de trabajo
- Tener una buena orientación al logro.

Experiencia: Experiencia mínima de cinco (3) años ejerciendo cargos similares.

Título del puesto: Jefe de Ventas

Departamento al que pertenece el puesto: Ventas

Fecha: 2019-mayo-12

Nombre del analista: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Resumen del puesto:

Maximizar las ventas de la empresa, alcanzado las metas propuestas con la finalidad de lograr el aumento de los ingresos de la corporación.

Relaciones:

- Gerente
- Jefaturas de las áreas de la empresa.
- Proveedores
- Clientes

Responsabilidades:

- Coordinar las operaciones del departamento de Ventas.
- Definir e implementar políticas y procedimientos de ventas.
- Diseñar planes y estrategias de ventas para nuevos productos.
- Desarrollar estrategias nuevas e innovadoras para la consecución de metas.
- Elaborar y hacer entrega de informes de ventas diarios.

Autoridad: Ninguna.

Condiciones de trabajo y ambiente:

- Nivel de ruido bajo
- Temperatura ambiental media
- No tiene condiciones peligrosas de trabajo

Conocimientos: Nivel educativo Ingeniero en Marketing o Ventas.

Habilidades:

- Buen lenguaje.
- Desenvolvimiento adecuado a su cargo
- Habilidad de adaptarse, aprender y aplicar nuevas estrategias de ventas.

Actitudes y Aptitudes:

- Buena comunicación
- Amigable para interaccionar con los clientes
- Brindar un alto nivel de servicio al cliente
- Dinámico y rápido
- Trabajar sin supervisión
- Trabajar en equipo

Experiencia: Experiencia mínima de cinco (3) años ejerciendo cargos similares.

Título del puesto: Contador

Departamento al que pertenece el puesto: Contabilidad

Fecha: 2019-mayo-12

Nombre del analista: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Resumen del puesto:

Generar la información financiera de la empresa para la adecuada toma de decisiones de la Gerencia, cumpliendo en tiempo con las obligaciones fiscales de las cuales sea sujeto.

Relaciones:

- Gerente
- Jefaturas de las áreas de la empresa.
- Proveedores
- Clientes

Responsabilidades:

- Revisar y mantener actualizados los libros contables.
- Analizar las ganancias y gastos efectuados en un periodo de tiempo en la empresa.
- Elaborar el balance de los libros financieros.
- Redactar informes sobre el estado financiero de los clientes.
- Realizar auditorías financieras.
- Verificar libros contables cumplan con la legislación aplicada en función de los movimientos de la empresa.

- Preparar presupuestos
- Manejar la nómina de la empresa.
- Realizar roles y pagar a empleados.

Autoridad: Ninguna.

Condiciones de trabajo y ambiente:

- Nivel de ruido bajo
- Temperatura ambiental media
- No tiene condiciones peligrosas de trabajo

Conocimientos: Nivel educativo Contador y Auditoría CPA.

Habilidades:

- Buen habilidades de lenguaje
- Habilidad numérica y matemática
- Tener buena habilidad analítica

Actitudes y Aptitudes:

- Alto nivel de integridad y honestidad.
- Ser detallista
- Ser organizado
- Trabajar a presión
- Saber cumplir con los tiempos de entrega

Experiencia: Experiencia mínima de cinco (2) años ejerciendo cargos similares.

Aptitudes:

- Persona dinámica y proactiva.
- Capacidad para comunicarse a distintos niveles.
- Orientación al Logro.

Título del puesto: Bodeguero

Departamento al que pertenece el puesto: Bodega

Fecha: 2019-mayo-12

Nombre del analista: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Resumen del puesto:

Llevar a cabo el inventario de bodega y el ingreso y salida de mercadería, además recibir y chequear la mercadería para la bodega, como también el buen despacho del producto.

Relaciones:

- Gerente
- Jefaturas de las áreas de la empresa.
- Proveedores
- Clientes

Responsabilidades:

- Controlar la rotación de los productos de bodega.
- Llevar a cabo el inventario de bodega y el ingreso y salida de mercadería.
- Verificar que el pedido que esté recibiendo vaya acorde a lo que está estipulado en la factura de la empresa.
- Verificar que cada producto venga con la garantía y sus estándares de calidad 100% cumplidos.
- Lograr que la bodega esté en condiciones óptimas para guardar el producto
- Limpiar las áreas y mantener ordenada para que pueda encontrar el producto que se necesite de una forma más rápida.

Autoridad: Ninguna.

Condiciones de trabajo y ambiente:

- Nivel de ruido bajo
- Temperatura ambiental media
- No tiene condiciones peligrosas de trabajo
- Uso de equipo de seguridad permanente

Conocimientos: Nivel educativo Bachiller en cualquier especialidad.

Habilidades:

- Responsable
- Ser comprometido y responsable

- Saber cumplir con los procedimientos
- Desenvolvimiento adecuado a su cargo

Actitudes y Aptitudes:

- Atención al orden y calidad
- Tener iniciativa
- Ser ordenado
- Preocupado en el cumplimiento de sus actividades
- Comportamiento social asertivo

Experiencia: Experiencia mínima de cinco (1) años ejerciendo cargos similares.

Título del puesto: Recaudador

Departamento al que pertenece el puesto: Ventas

Fecha: 2019-mayo-12

Nombre del analista: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Resumen del puesto:

Atender los requerimientos de venta y servicio al cliente solicitados, así como responder por el recaudo en los sistemas transaccionales de pagos efectuados por los clientes.

Relaciones:

- Gerente
- Jefaturas de las áreas de la empresa.
- Proveedores
- Clientes

Responsabilidades:

- Atender los requerimientos de venta de los productos y servicios que oferta la empresa.
- Negociar las ventas con los clientes y verificar la factibilidad de la entrega del producto.
- Verificar la documentación para débito automático de ser el caso u otras formas de pago.
- Registrar el canal de pago, confirmar el pedido con el cliente, receptar la conformidad del cliente y solicitar despacho.
- Realizar facturas, retenciones y guía de remisión para el despacho de los productos al cliente.
- Dar seguimiento de las peticiones de venta de los clientes.

- Consolidar y hacer el cuadro de caja diaria, emitir el reporte respectivo del sistema transaccional y entregar el balance de caja.
- Emitir el reporte en los sistemas transaccionales de tarjetas de crédito/débito y transferencias respectivamente de la recaudación diaria.

Autoridad: Ninguna.

Condiciones de trabajo y ambiente:

- Nivel de ruido bajo
- Temperatura ambiental media
- No tiene condiciones peligrosas de trabajo

Conocimientos: Nivel educativo Tecnóloga en Administración de Empresas.

Habilidades:

- Comunicación
- Enfoque en resultado
- Trabajo en equipo e integridad
- Orientación de servicio

Actitudes y Aptitudes:

- Preocupación por el orden y la calidad
- Orientación al cliente interno y externo
- Buena iniciativa
- Trabajo en equipo
- Saber cooperar con los demás departamentos

Experiencia: Experiencia mínima de cinco (2) años ejerciendo cargos similares.

Título del puesto: Transportista

Departamento al que pertenece el puesto: Ventas

Fecha: 2019-mayo-12

Nombre del analista: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Resumen del puesto:

Trasladar los productos adquiridos por el cliente cumpliendo con las normas de seguridad en los tiempos pautados con el mismo.

Relaciones:

- Gerente
- Jefaturas de las áreas de la empresa.
- Proveedores
- Clientes

Responsabilidades:

- Cargar y descargar mercadería en Camiones.
- Dar mantenimiento a los vehículos y maquinaria de la empresa.
- Asegurar que las actividades de su área de competencia se lleven a cabo respetando las normas de seguridad.

Autoridad: Ninguna.

Condiciones de trabajo y ambiente:

- Nivel de ruido bajo
- Temperatura ambiental media
- Uso de equipo de seguridad permanente

Conocimientos: Nivel educativo Chofer profesional con licencia tipo D.

Habilidades:

- Detallista
- Respetuoso
- Ordenado

Actitudes y Aptitudes:

- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Habilidades comunicativas.
- Responsabilidad.
- Capacidad para trabajar bajo presión

- Conocer rutas de fácil movilidad

Experiencia: Experiencia mínima de cinco (2) años ejerciendo cargos similares.

2.1.6 Estrategias de Marketing

Se plantea las estrategias en función del marketing mix, considerando que las actividades que deben realizarse son necesarias para ingresar en la mente del comprador.

- Estrategias Producto o Servicio:
 - a. Seleccionar los mejores proveedores de marcas reconocidas y que ofrezcan garantía en los productos, gestionando con empresas como Edesa, Plastigama, Rival, Minería Roca Azul, Fabrica Ladexsa, Importador Ferretero Trujillo.
 - b. Capacitar al personal en atención al cliente
 - c. Poseer una plataforma eficiente y efectiva en la comunicación con el cliente para la gestión de compra.
 - d. Realizar alianzas estratégicas con volquetas para trasladar los materiales pétreos.
- Estrategia de Plaza
 - a. Al ser un canal de distribución indirecto, teniendo intermediarios entre el fabricante y el consumidor final, abasteciéndose con un inventario mínimo para evitar no cumplir con lo requerido por el cliente.
- Estrategia de Precio
 - a. Se manejará con precios similares de los precios fijados por la competencia para ingresar al mercado.
 - b. El precio por el transporte no será cobrado, asumiendo este valor por la empresa.
 - c. Se ofrecerá una App de descarga gratuita para el cliente.
- Estrategia de Promoción

- a. Publicidad por medio de la página web y redes sociales, en donde se promocionará los productos de material ferretero y pétreos.
- b. Se entregará volantes en ciudadelas, conjuntos y urbanizaciones del Cantón Rumiñahui, de esta manera dar a conocer los medios por donde pueden contactar el servicio.

2.2 Plan Técnico

2.2.1 Descripción del Servicio

El servicio que se pretende ofrecer consiste en la oferta de materiales de ferretería y pétreos, mediante una aplicación o sitio web, que permita enlazar la comunicación con el cliente potencial, y mediante la entrega a domicilio se pueda llegar a satisfacer al cliente.

La línea de productos corresponde a todo material ferretero como:

- Material de la construcción
- Material Pétreo
- Material de Plomería
- Grifería

En cuanto a material pétreo se tiene:

- Granito
- Piedra caliza
- Mármol
- Piedra caliza
- Mármol

Considerando que el medio de comunicación de mayor apogeo en estos tiempos es el internet se plantea realiza una página web y una aplicación App, para que el cliente pueda adquirir por este medio los productos ofrecidos por la empresa. Por lo tanto, se establece llegar al cliente

mediante este medio tecnológico, la misma que cubrirá el mercado potencial que corresponde al Cantón Rumiñahui, como se evidencia a continuación.

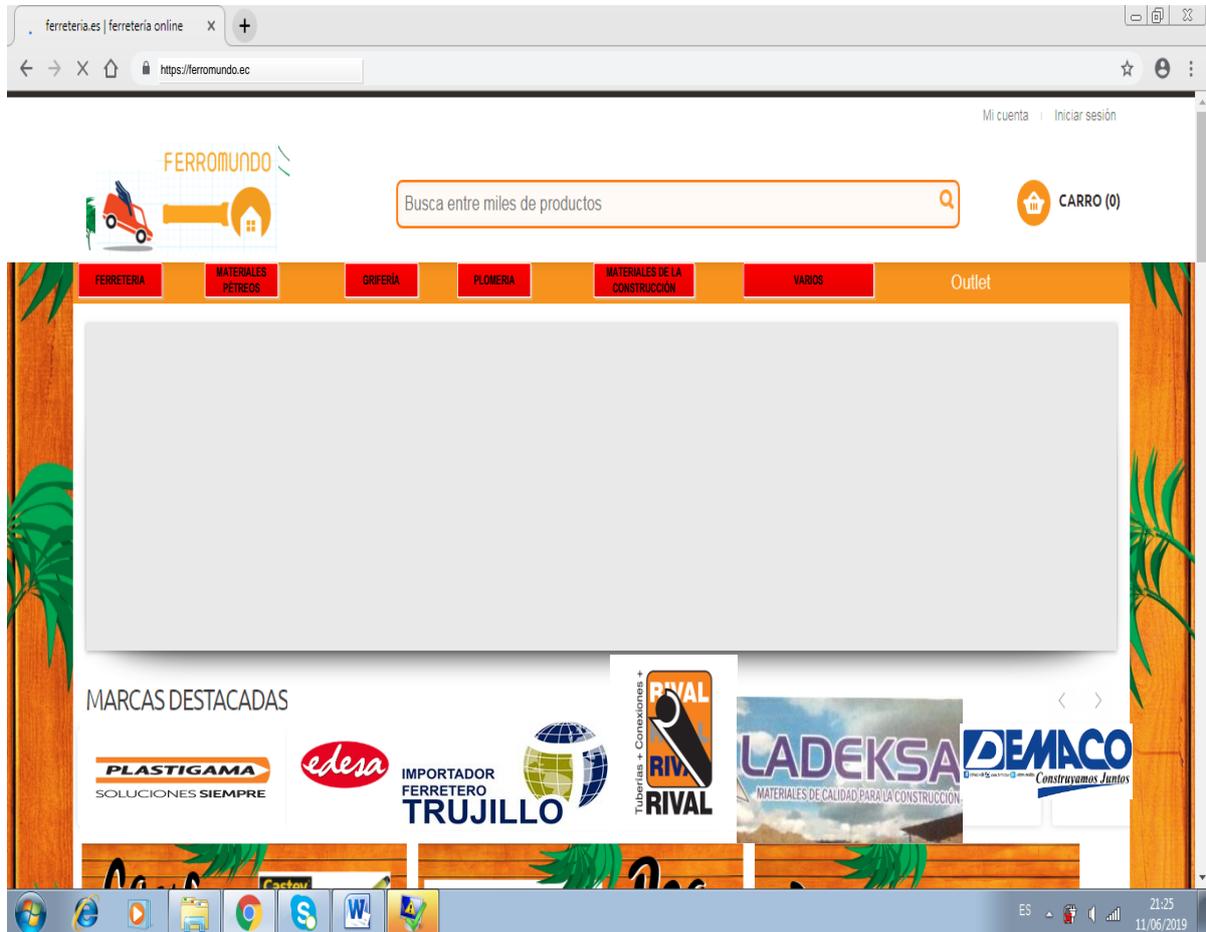


Figura 18 App
Fuente: Investigación propia

Figura 19 Sitio Web



Figura 20 App

Fuente: Investigación propia

2.2.2 Macro y Micro Localización

La Macro localización del proyecto corresponde a la Provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, al tener una superficie de 139 km², se plantea ofrecer el servicio a las parroquias urbanas y rurales que lo componen.

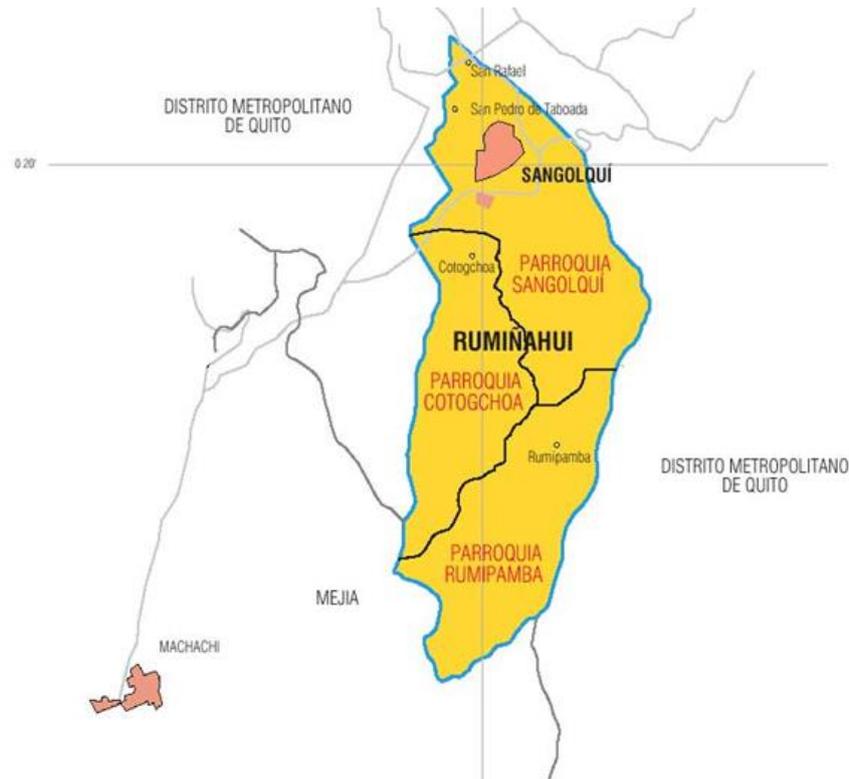


Figura 21 Organigrama Funcional

Fuente: (Promorumiñahui, 2011)

Al realizar el análisis de la micro localización se utiliza una matriz de priorización y mediante los siguientes factores se evalúa el lugar más propicio para colocar a la empresa, de esta manera se pueda ofrecer un servicio de calidad:

- Costo de arriendo
- Acceso a servicios básicos (agua, luz, internet)
- Cercanía a proveedores
- Cercanía a clientes potenciales

Para evaluar el lugar más adecuado en donde se debe instalar la empresa se asigna un peso a cada aspecto que son importantes para definir la localización del centro de acopio de la distribuidora, y se da una calificación de 1 a 5, a los tres lugares seleccionados:

- Cotogchoa
- Sangolquí
- San Pedro de Taboada

Tabla 26 Micro Localización

Factores críticos para el éxito	Peso Puntos	Cotogchoa		Sangolquí		San Pedro de Taboada	
		Calificación (Puntos)	Peso ponderado (Puntos)	Calificación (Puntos)	Peso ponderado (Puntos)	Calificación (Puntos)	Peso ponderado (Puntos)
Costo de arriendo	0,3	5	1,5	4	1,2	4	1,2
Acceso a servicios básicos (agua, luz, internet)	0,3	5	1,5	3	0,9	4	1,2
Cercanía a proveedores	0,2	5	1	3	0,6	4	0,8
Cercanía a clientes potenciales	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
TOTAL	1		4,6 Puntos		3,3 Puntos		3,8 Puntos

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Estableciendo que el lugar más adecuado para colocar el centro de acopio es Cotogchoa, al ser un sector que actualmente se ha extendido como un parque industrial, al ubicarse bodegas de reconocidas empresas multinacionales como Supermaxi, Danec, General Motors, entre otras.



Figura 22 Micro localización

Fuente: (Google Map, 2019)

Por lo tanto, se ubicará la distribuidora de materiales de ferretería y pétreos en las Calles Fernando Daquilema y Kurrumba, donde existen bodegas de arriendo aptas para el servicio que se pretende ofrecer.

2.2.3 Gestión de Procesos

Para definir como se desarrollarán las actividades se constituye realizar la cadena de valor en donde se identifican los procesos que engloban a la empresa, también se desarrolla el diagrama de flujo del proceso productivo con el que se pueda generar el servicio.

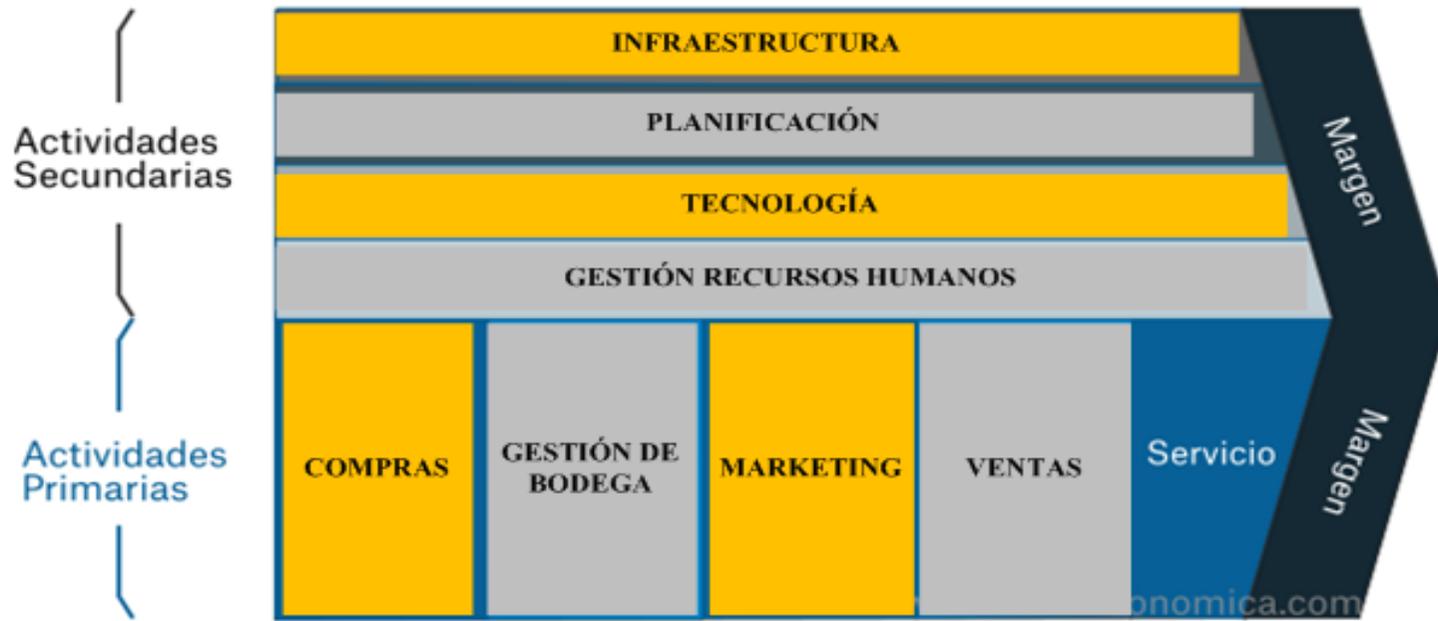


Figura 23 Cadena de Valor
Fuente: Investigación propia

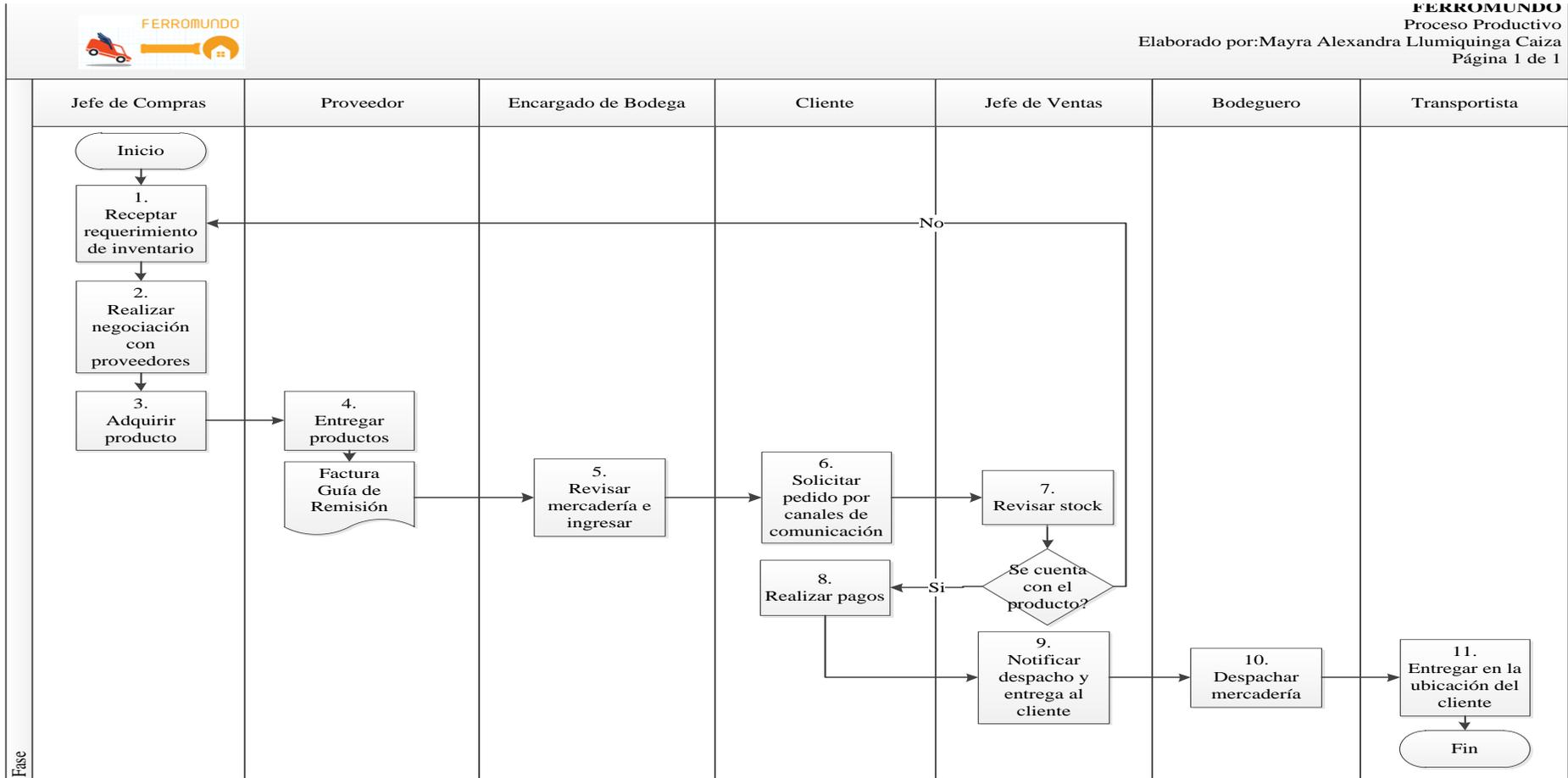


Figura 24 Diagrama de Flujo

Fuente: Investigación propia

2.2.4 Ingeniería del proyecto

En la ingeniería del proyecto se parte de organizar como se encuentra distribuida la empresa, por lo tanto, se elabora el plano de instalaciones apoyándose del programa Home by me, que es un programa virtual en el cual se puede desarrollar el mapa.

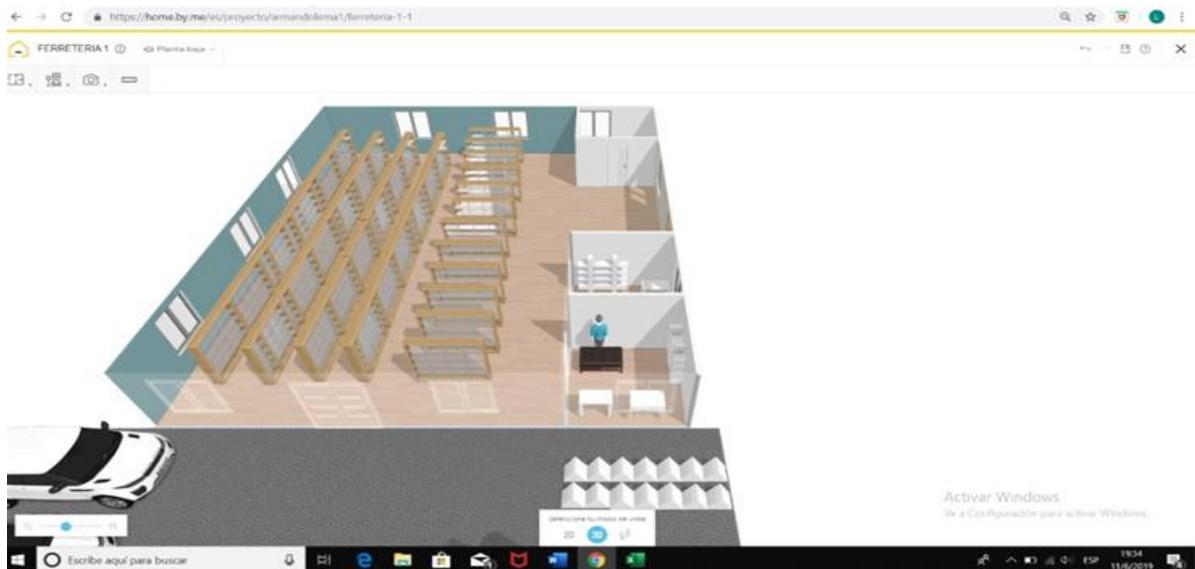


Figura 25 Plano de Instalaciones Frontal

Fuente: Investigación propia

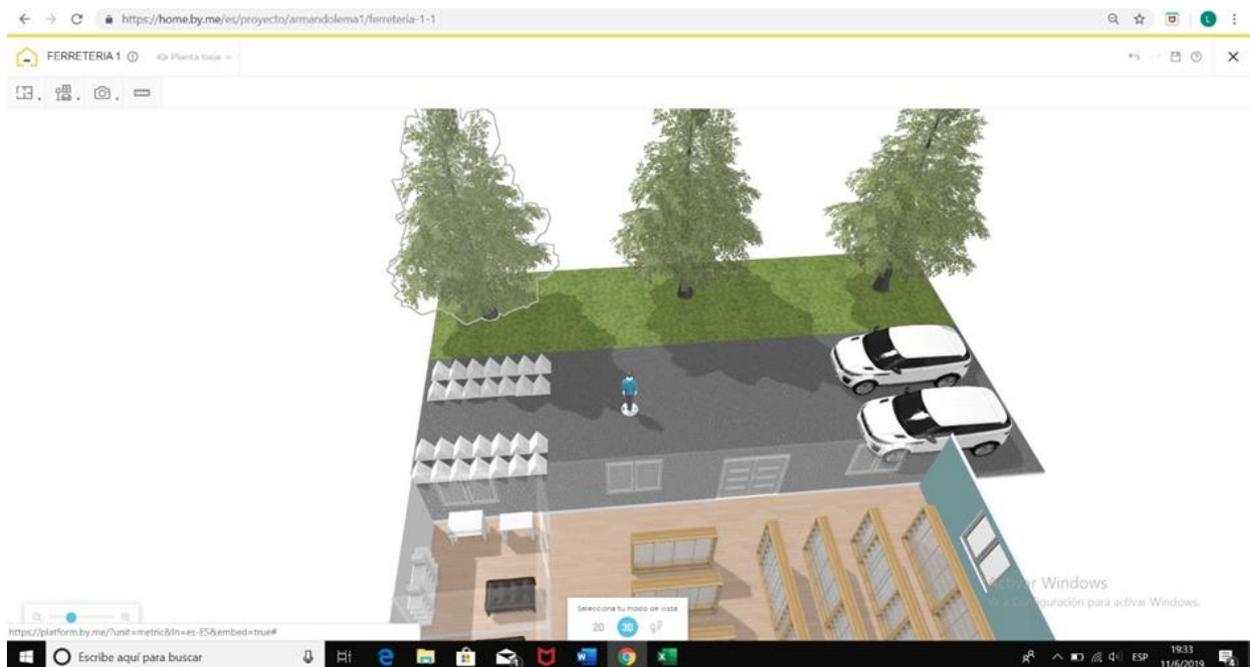


Figura 26 Plano de Instalaciones Superior

Fuente: Investigación propia

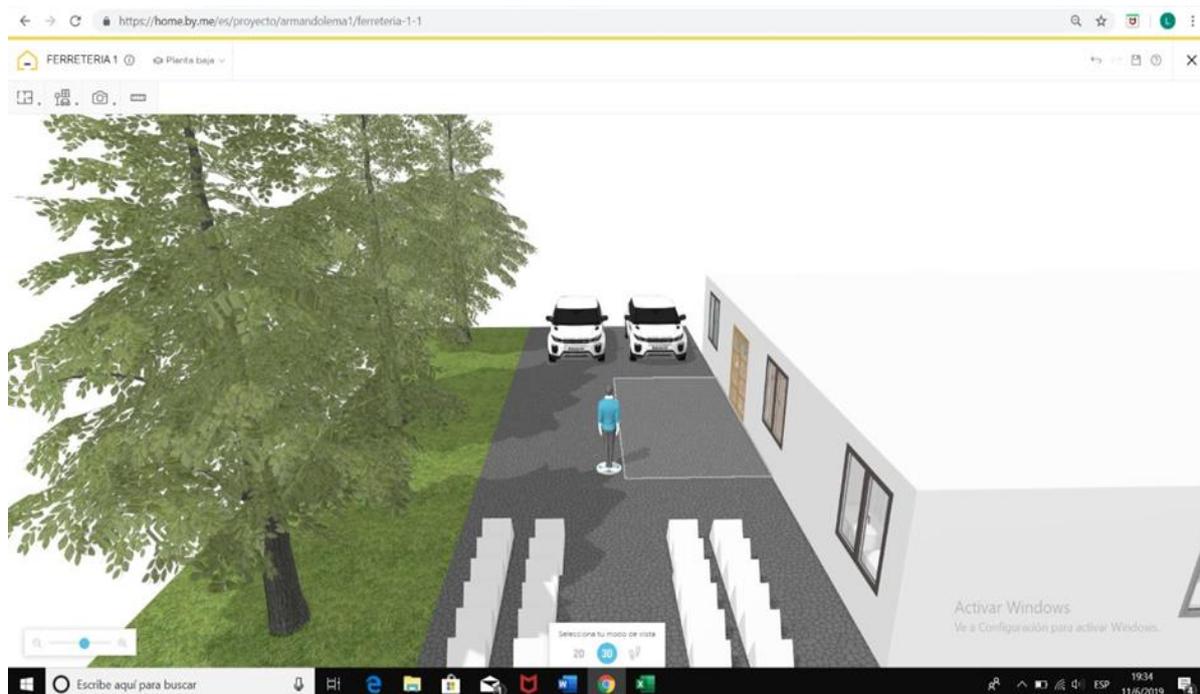


Figura 27 Plano de Instalaciones

Fuente: Investigación propia

La infraestructura corresponde a un área de 500 metros cuadrados que se encuentran distribuidos 250 metros cuadrados de área para oficina y bodega central, y los restantes 250 metros cuadrados donde se encontrará el material pétreo y la maquinaria necesaria para la recolección y traslado de este de la mina a las instalaciones y posterior al cliente.

Para la oferta del servicio se cuenta con la siguiente maquinaria, equipos, herramientas, muebles y enseres.

Tabla 27 Maquinaria

DESCRIPCION	CANTIDAD
Camión DongFeng 7 Toneladas 2013	1 und
Balanza Electrónica Industrial Jontex 100 Kg / 220 Libras	1 und
Carro Carretilla Transporte Mercadería 2r	3 und
Minicargadora Case 220	1 und
Volqueta Hino FF 2000	1 und

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 28 Herramientas

DESCRIPCION	CANTIDAD
Herrajes para colgar	10 und
Extintor 10 lbs.	3 und
Flexómetro	3 und
Cizalla para cortar barrilla	1 und
Tijera industrial	1 und
Balanza	1 und
Escalera	3 und

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 29 Equipo de computación

DESCRIPCION	CANTIDAD
Computador	8 und
Impresora	4 und
Software contable	1 und
Software App	1 und
Página web y mantenimiento	1 und

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 30 Muebles y Enseres

DESCRIPCION	CANTIDAD
Modulares de escritorio	8 und
Archivador	5 und
Sillas	8 und
Estanterías	20 und
Vitrinas	5 und

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

2.3 Plan Legal

En el plan legal se establece los requisitos legales que debe cumplir la empresa para el funcionamiento en el mercado, considerando las normativas que regulan a este tipo de establecimientos.

2.3.1 Requisitos Legales

Los requisitos legales que debe cumplir la distribuidora de materiales pétreos son:

- Obtención del Registro Único de Contribuyente, el mismo que es otorgado en el Servicio de Rentas Internas con la siguiente documentación:
 - a. Original y copia de la cédula de identidad del representante legal de la compañía de responsabilidad limitada.
 - b. Original y copia del certificado de votación del representante legal.
 - c. Copia de un servicio básico de la dirección del domicilio fiscal.

- Obtención del Certificado único de funcionamiento CUF:
 - a. Copia del RUC
 - b. Copia del predio urbano
 - c. Cedula de identidad
 - d. Certificado de votación

- Sacar el permiso de Bomberos: Se necesita la inspección por parte del Cuerpo de los Bomberos.

2.4 Plan Financiero

2.4.1 Inversión Inicial

La inversión inicial para el proyecto está compuesta por:

- Inversión en Activos Fijos
- Inversión en Activos Diferidos
- Inversión en Capital de trabajo

Tabla 31 Inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL DE INVERSIÓN	% DE INVERSIÓN
Inversión en Activos Fijos	\$97.197,33	60,2%
Inversión en Activos Diferidos	\$1.800,00	1,1%
Inversión en Capital de trabajo	\$62.368,78	38,7%
INVERSIÓN TOTAL	\$161.366,11	100%

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Como se puede apreciar el valor es significativo puesto que se requiere adquirir maquinaria, equipos y un inventario inicial importante para ofrecer el servicio de ferretería y material pétreo a domicilio.

En el activo fijo se ha contemplado los siguientes rubros:

- Infraestructura
- Maquinaria y Herramientas
- Equipos de Computación
- Muebles y Enseres

Tabla 32 Inversión Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	TOTAL	
Infraestructura		\$14.250,00
Arriendo	\$12.000,00	
Adecuación del local	\$2.250,00	
Maquinaria y Herramientas		\$72.260,33
Maquinaria	\$71.108,96	
Herramientas	\$1.151,37	
Equipos de Computación		\$6.616,00
Muebles y Enseres		\$4.071,00
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS		\$97.197,33

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Cada una de estas cuentas se desglosa a continuación, de esta manera obtener el costo que representa en lo que respecta activo fijo, en el caso del arriendo se consiguió un local de 500

metros cuadrados, que cumple con las adecuaciones necesarias para el área de bodega y para la administración, en un precio de 1.000 dólares.

Tabla 33 Adecuación del local

DESCRIPCION	CANTIDAD Unidades	COSTO	TOTAL
Pintura Interior	250	\$2,80	\$700,00
Pintura Exterior	250	\$3,00	\$750,00
Instalaciones mobiliario y estanterías	1	\$300,00	\$300,00
Instalación iluminaria	20	\$10,00	\$200,00
Instalación cableado	1	\$300,00	\$300,00
TOTAL			\$2.250,00

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 34 Maquinaria

DESCRIPCION	CANTIDAD Unidades	COSTO	TOTAL
Camión DongFeng 7 Toneladas 2013	1	\$22.850,00	\$22.850,00
Balanza Electrónica Industrial Jontex 100 Kg / 220 Libras	1	\$78,99	\$78,99
Carro Carretilla Transporte Mercadería 2r	3	\$59,99	\$179,97
Minicargadora Case 220	1	\$20.000,00	\$20.000,00
Volqueta Hino FF 2000	1	\$28.000,00	\$28.000,00
TOTAL			\$71.108,96

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 35 Herramientas

DESCRIPCION	CANTIDAD Unidades	COSTO	TOTAL
Herrajes para colgar	10	\$15,00	\$150,00
Extintor 10 lbs	3	\$33,00	\$99,00
Flexómetro	3	\$2,64	\$7,92
Cizalla para cortar barrilla	1	\$300,00	\$300,00
Tijera industrial	1	\$39,48	\$39,48
Balanza	1	\$120,00	\$120,00
Escalera	3	\$144,99	\$434,97
TOTAL			\$1.151,37

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 36 Equipos de computación

DESCRIPCION	CANTIDAD Unidades	COSTO	TOTAL
Computador	8	\$489,00	\$3.912,00
Impresora	4	\$139,00	\$556,00
Software contable	1	\$590,00	\$590,00
Software App	1	\$558,00	\$558,00
Página web y mantenimiento	1	\$1.000,00	\$1.000,00
TOTAL			\$6.616,00

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 37 Muebles y Enseres

DESCRIPCION	CANTIDAD Unidades	COSTO	TOTAL
Modulares de escritorio	8	\$200,00	\$1.600,00
Archivador	5	\$115,00	\$575,00
Sillas	8	\$32,00	\$256,00
Estanterías	20	\$40,00	\$800,00
Vitrinas	5	\$168,00	\$840,00
TOTAL			\$4.071,00

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Los activos diferidos también conocidos como intangibles son bienes que requiere la empresa y que no pueden ser percibidos físicamente, pero son necesarios para la ejecución del proyecto.

Tabla 38 Activos Diferidos

DESCRIPCION	CANTIDAD Unidades	COSTO	TOTAL
Trámites notariados y legalizados Superintendencia de Compañías	1	\$500,00	\$500,00
Notaría	1	\$200,00	\$200,00
Registro mercantil	1	\$80,00	\$80,00
Servicios de Rentas Internas	1	\$0,00	\$0,00
Abogado	1	\$600,00	\$600,00
Permisos de funcionamiento Cuerpo de Bomberos	1	\$20,00	\$20,00
Otros (Estudio del proyecto, viáticos y copias de documentos)	1	\$400,00	\$400,00
TOTAL			\$1.800,00

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

El Capital de Trabajo, está compuesto por:

- Inventario
- Mano de Obra
- Costos Indirectos

Tabla 39 Capital de Trabajo

Descripción	Valor Anual	Requerimiento Trimestral
Inventario	\$171.775,80	\$42.943,95
Mano de Obra	\$70.545,67	\$17.636,42
Costos Indirectos	\$7.153,64	\$1.788,41
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$249.475,11	\$62.368,78

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Se considera que el capital de trabajo un aprovisionamiento para un trimestre por lo que el valor anual se lo divide para 4 veces que tendría en un año, obteniendo la inversión de 62.368.8 dólares que se debe hacer respecto a este rubro.

De la misma manera se detalla las cuentas que conforman el Capital de Trabajo, iniciando con el inventario requerido, para lo cual se cotiza con los principales proveedores ferreteros como:

- Importadora Ferretero Trujillo
- Demaco
- Intaco
- Pinturas Unidas
- Cóndor

Dichas proformas y facturas se presentan en el Anexo 3, se resalta que dependiendo del tipo de material ferretero o pétreo que se desea adquirir, se puede obtener un descuento del 5% hasta el 20% al comprar al por mayor, en el caso particular del material pétreo la ganancia está en un 40% a 60%, debido a que se cuenta con el equipo para la excavación y traslado del material. Para determinar el inventario con que se iniciara se basa en la información obtenida en la

investigación de mercado, las cantidades que se estiman están consideradas mensualmente para luego proyectar al año, como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 40 Detalle de Inventario

Tipo	Descripción de Inventario	Unidad	Cantidad mensual Unidades	Cantidad Anual Unidades	Precio unitario	Precio Total
Material de la construcción	Resina Resaflex	Caneca	30	360	\$53,42	\$19.231,2
	Resina Resaflex	Galón	30	360	\$13,02	\$4.687,2
	Yeso andino extrafino	Libras	500	6000	\$10,67	\$64.020,0
	Cemento Blanco 25 Kg	Saco	30	360	\$8,63	\$3.106,8
	Cemento Asfáltico	Kg	30	360	\$3,78	\$1.360,8
	Cemento Asfáltico	4 Kg	30	360	\$11,39	\$4.100,4
	Sellante PP 25 cm3	Unidad	30	360	\$2,88	\$1.036,8
	Chova Al frio Rollo 20 cmx10 cm	Unidad	10	120	\$18,21	\$2.185,2
	Sikafil 5 Gris	Kg	10	120	\$5,53	\$663,6
	Sikafil 5 Gris	4 Kg	10	120	\$19,16	\$2.299,2
	Sikafil 5 Blanco	Kg	10	120	\$5,73	\$687,6
	Sikafil 5 Blanco	4 Kg	10	120	\$19,16	\$2.299,2
	Sika Mata Hongos	4 Kg	10	120	\$21,1	\$2.532,0
	Varrilla 8,10, 12, 14 pulgadas	Quintal	50	600	\$7,8	\$4.680,0
	Bloque	Unidad	500	6000	\$1	\$6.000,0
Ladrillo	Unidad	500	6000	\$0,5	\$3.000,0	
Material Petreo	Arena fina	Volqueta	10	120	\$65	\$7.800,0
	Piedra	Volqueta	10	120	\$45	\$5.400,0
	Ripio	Volqueta	10	120	\$40	\$4.800,0
	Polvo Azul	Volqueta	10	120	\$65	\$7.800,0
	Lastre	Volqueta	10	120	\$60	\$7.200,0
Material de Plomería	Tapón Hembra Rival Desague 110 mm	Unidad	25	300	\$0,88	\$264,0
	Tee Rival Desague 110 mm	Unidad	25	300	\$0,77	\$231,0
	Tee Rosca 3/4 pulgada Plastigama	Unidad	25	300	\$1,02	\$306,0
	Neplo Rosca 1/2 pulgada x 10 cm Plastigama	Unidad	25	300	\$0,36	\$108,0
	Neplo Tuerca Rosca 1/2 pulgada Plastigama	Unidad	25	300	\$0,36	\$108,0
	Unión Universal Rosca 3/4 pulgada	Unidad	25	300	\$1,87	\$561,0
	Cod Rosca 3/4 x 90 Plastigama	Unidad	25	300	\$0,57	\$171,0
	Sifon y Desague	Unidad	20	240	\$6,11	\$1.466,4
	Llave de manguera de 1/2 FV	Unidad	20	240	\$10,19	\$2.445,6
Llave angular inodoro manguera 16	Unidad	20	240	\$10,96	\$2.630,4	
Grifería	Juego de Lavavo Edesa	Unidad	10	120	\$22,24	\$2.668,8
	Ducha Crein autolimpiante	Unidad	10	120	\$11,19	\$1.342,8
	Inodoro Edesa	Unidad	10	120	\$30,66	\$679,2
Material Varios	Cinta doble faz 2x2metros	Unidad	10	120	\$1,12	\$134,4
	Kalipega 125 cc	Unidad	10	120	\$2,1	\$252,0
	Cinta aislante 3M 20YD Negro	Unidad	10	120	\$0,73	\$87,6
	Cinta aislante 3M 10YD Azul	Unidad	10	120	\$0,53	\$63,6
	Cinta aislante 3M 10YD Blanco	Unidad	10	120	\$0,57	\$68,4
	Silicona transparente 1200	Cartucho	10	120	\$2,48	\$297,6
Total Inventario						\$171.775,8

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Para el cálculo de la mano de obra se considera la directa e indirecta, además se contempla todos los rubros de beneficio que deben tener los empleados de acuerdo a la legislación ecuatoriana.

Tabla 41 Mano de Obra

Descripción Mano de Obra	Total
Mano de obra	\$70.545,67
Costos Indirectos	\$70.545,67

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 42 Rol de Pagos

	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
Sueldo Básico	\$53.808,00	\$55.960,32	\$58.198,73	\$60.526,68	\$62.947,75
Aporte Patronal	\$6.537,67	\$6.799,18	\$7.071,15	\$7.353,99	\$7.648,15
Décimo Tercer Sueldo	\$4.484,00	\$4.663,36	\$4.849,89	\$5.043,89	\$5.245,65
Décimo Cuarto Sueldo	\$3.474,00	\$3.612,96	\$3.757,48	\$3.907,78	\$4.064,09
Vacaciones	\$2.242,00	\$2.331,68	\$2.424,95	\$2.521,95	\$2.622,82
Fondos de Reserva	-	\$4.661,49	\$4.847,95	\$5.041,87	\$5.243,55
Total	\$70.545,67	\$78.028,99	\$81.150,15	\$84.396,16	\$87.772,01

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Considerando que el sueldo percibido para cada uno de los colaboradores de la empresa se detalla en la siguiente tabla, dependiendo del cargo, se detalla también el aporte patronal, el décimo tercer sueldo, décimo cuarto y las vacaciones.

Tabla 43 Rol de Pagos 1 Año (mes)

CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES
Gerente general	\$800,00	\$97,20	\$66,67	\$32,17	\$33,33
Secretaría Recepcionista	\$392,00	\$47,63	\$32,67	\$32,17	\$16,33
Jefe de Compras	\$500,00	\$60,75	\$41,67	\$32,17	\$20,83
Jefe de Bodega	\$500,00	\$60,75	\$41,67	\$32,17	\$20,83
Jefe de Ventas	\$500,00	\$60,75	\$41,67	\$32,17	\$20,83
Contador	\$600,00	\$72,90	\$50,00	\$32,17	\$25,00
Bodeguero	\$392,00	\$47,63	\$32,67	\$32,17	\$16,33
Recaudador	\$400,00	\$48,60	\$33,33	\$32,17	\$16,67
Transportista	\$400,00	\$48,60	\$33,33	\$32,17	\$16,67
TOTAL MES	\$4.484,00	\$544,81	\$373,67	\$289,50	\$186,83
TOTAL AÑO	\$53.808,00	\$6.537,67	\$4.484,00	\$3.474,00	\$2.242,00

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 44 Rol de Pagos 2 Año (mes)

CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA
Gerente general	\$832,00	\$101,09	\$69,33	\$33,45	\$34,67	\$69,31
Secretaría Recepcionista	\$407,68	\$49,53	\$33,97	\$33,45	\$16,99	\$33,96
Jefe de Compras	\$520,00	\$63,18	\$43,33	\$33,45	\$21,67	\$43,32
Jefe de Bodega	\$520,00	\$63,18	\$43,33	\$33,45	\$21,67	\$43,32
Jefe de Ventas	\$520,00	\$63,18	\$43,33	\$33,45	\$21,67	\$43,32
Contador	\$624,00	\$75,82	\$52,00	\$33,45	\$26,00	\$51,98
Bodeguero	\$407,68	\$49,53	\$33,97	\$33,45	\$16,99	\$33,96
Recaudador	\$416,00	\$50,54	\$34,67	\$33,45	\$17,33	\$34,65
Transportista	\$416,00	\$50,54	\$34,67	\$33,45	\$17,33	\$34,65
TOTAL MES	\$4.663,36	\$566,60	\$388,61	\$301,08	\$194,31	\$388,46
TOTAL AÑO	\$55.960,32	\$6.799,18	\$4.663,36	\$3.612,96	\$2.331,68	\$4.661,49

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 45 Rol de Pagos 3 Año (mes)

CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA
Gerente general	\$ 865,28	\$ 105,13	\$ 72,11	\$ 34,79	\$ 36,05	\$ 72,08
Secretaría Recepcionista	\$ 423,99	\$ 51,51	\$ 35,33	\$ 34,79	\$ 17,67	\$ 35,32
Jefe de Compras	\$ 540,80	\$ 65,71	\$ 45,07	\$ 34,79	\$ 22,53	\$ 45,05
Jefe de Bodega	\$ 540,80	\$ 65,71	\$ 45,07	\$ 34,79	\$ 22,53	\$ 45,05
Jefe de Ventas	\$ 540,80	\$ 65,71	\$ 45,07	\$ 34,79	\$ 22,53	\$ 45,05
Contador	\$ 648,96	\$ 78,85	\$ 54,08	\$ 34,79	\$ 27,04	\$ 54,06
Bodeguero	\$ 423,99	\$ 51,51	\$ 35,33	\$ 34,79	\$ 17,67	\$ 35,32
Recaudador	\$ 432,64	\$ 52,57	\$ 36,05	\$ 34,79	\$ 18,03	\$ 36,04
Transportista	\$ 432,64	\$ 52,57	\$ 36,05	\$ 34,79	\$ 18,03	\$ 36,04
TOTAL MES	\$ 4.849,89	\$ 589,26	\$ 404,16	\$ 313,12	\$ 202,08	\$ 404,00

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 46 Rol de Pagos 4 Año (mes)

CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA
Gerente general	\$ 899,89	\$ 109,34	\$ 74,99	\$ 36,18	\$ 37,50	\$ 74,96
Secretaría Recepcionista	\$ 440,95	\$ 53,58	\$ 36,75	\$ 36,18	\$ 18,37	\$ 36,73
Jefe de Compras	\$ 562,43	\$ 68,34	\$ 46,87	\$ 36,18	\$ 23,43	\$ 46,85
Jefe de Bodega	\$ 562,43	\$ 68,34	\$ 46,87	\$ 36,18	\$ 23,43	\$ 46,85
Jefe de Ventas	\$ 562,43	\$ 68,34	\$ 46,87	\$ 36,18	\$ 23,43	\$ 46,85
Contador	\$ 674,92	\$ 82,00	\$ 56,24	\$ 36,18	\$ 28,12	\$ 56,22
Bodeguero	\$ 440,95	\$ 53,58	\$ 36,75	\$ 36,18	\$ 18,37	\$ 36,73
Recaudador	\$ 449,95	\$ 54,67	\$ 37,50	\$ 36,18	\$ 18,75	\$ 37,48
Transportista	\$ 449,95	\$ 54,67	\$ 37,50	\$ 36,18	\$ 18,75	\$ 37,48
TOTAL MES	\$ 5.043,89	\$ 612,83	\$ 420,32	\$ 325,65	\$ 210,16	\$ 420,16
TOTAL AÑO	\$ 60.526,68	\$ 7.353,99	\$ 5.043,89	\$ 3.907,78	\$ 2.521,95	\$ 5.041,87

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 47 Rol de Pagos 5 Año (mes)

CARGO	SUELDO	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA
Gerente general	\$ 935,89	\$ 113,71	\$ 77,99	\$ 37,63	\$ 39,00	\$ 77,96
Secretaría Recepcionista	\$ 458,58	\$ 55,72	\$ 38,22	\$ 37,63	\$ 19,11	\$ 38,20
Jefe de Compras	\$ 584,93	\$ 71,07	\$ 48,74	\$ 37,63	\$ 24,37	\$ 48,72
Jefe de Bodega	\$ 584,93	\$ 71,07	\$ 48,74	\$ 37,63	\$ 24,37	\$ 48,72
Jefe de Ventas	\$ 584,93	\$ 71,07	\$ 48,74	\$ 37,63	\$ 24,37	\$ 48,72
Contador	\$ 701,92	\$ 85,28	\$ 58,49	\$ 37,63	\$ 29,25	\$ 58,47
Bodeguero	\$ 458,58	\$ 55,72	\$ 38,22	\$ 37,63	\$ 19,11	\$ 38,20
Recaudador	\$ 467,94	\$ 56,86	\$ 39,00	\$ 37,63	\$ 19,50	\$ 38,98
Transportista	\$ 467,94	\$ 56,86	\$ 39,00	\$ 37,63	\$ 19,50	\$ 38,98
TOTAL MES	\$ 5.245,65	\$ 637,35	\$ 437,14	\$ 338,67	\$ 218,57	\$ 436,96
TOTAL AÑO	\$ 62.947,75	\$ 7.648,15	\$ 5.245,65	\$ 4.064,09	\$ 2.622,82	\$ 5.243,55

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Finalmente el último aspecto de la inversión inicial correspondiente al capital de trabajo, los costos indirectos, los mismos que contemplan:

- Suministros y materiales de oficina
- Servicios Básicos
- Útiles de Limpieza
- Uniformes
- Mantenimiento

Tabla 48 Costos Indirectos

Descripción Costos Indirectos	Total
Suministros y materiales de oficina	\$322,10
Servicios Básicos	\$3.780,00
Útiles de Limpieza	\$347,70
Uniformes	\$903,84
Mantenimiento	\$1.800,00
Costos Indirectos	\$7.153,64

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

El detalle de los costos indirectos se presenta a continuación donde se exponen las cantidades que se requieren en un año con los precios de cada rubro.

Tabla 49 Suministros y materiales de oficina

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Carpetas	100	\$ 0,50	\$ 50,00
Bolígrafos	50	\$ 0,25	\$ 12,50
Factureros	12	\$ 14,00	\$ 168,00
Grapadora	8	\$ 5,60	\$ 44,80
Fechador	2	\$ 4,20	\$ 8,40
Perforadora	8	\$ 4,80	\$ 38,40
TOTAL			\$ 322,10

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 50 Servicios Básicos

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Agua	12	\$ 60,00	\$ 720,00
Energía Eléctrica	12	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Telefonía	12	\$ 80,00	\$ 960,00
Internet	12	\$ 55,00	\$ 660,00
TOTAL			\$ 3.780,00

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 51 Utiles de Limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Cloro	12	\$ 1,50	\$ 18,00
Detergente	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Pinoklin	12	\$ 1,50	\$ 18,00
Escoba	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Trapeador	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Paños limpiador	12	\$ 2,40	\$ 28,80
Limpia Vidrios	6	\$ 3,45	\$ 20,70
Papel Higienico Industrial	72	\$ 2,70	\$ 194,40
Funda de Basura	6	\$ 0,90	\$ 5,40
Guantes	72	\$ 0,45	\$ 32,40
TOTAL			\$ 347,70

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 52 Uniformes

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Camiseta	7	\$ 3,49	\$ 24,43
Gorras	7	\$ 3,50	\$ 24,50
Cascos de seguridad	9	\$ 37,99	\$ 341,91
Chalecos con cinta reflectiva	9	\$ 7,00	\$ 63,00
Zapatos puntos de acero	9	\$ 28,00	\$ 252,00
Chaqueta	9	\$ 22,00	\$ 198,00
TOTAL			\$ 903,84

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 53 Mantenimiento

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Edificio	2	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00
Maquinaria y Equipo	6	\$ 300,00	\$ 1.800,00
TOTAL			\$ 4.800,00

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

2.4.2 Financiamiento

Con un valor significativo de inversión de 161.366,11 dólares se hace necesario realizar un préstamo bancario a pesar que se cuenta con tres inversionistas que aportaran al proyecto una cantidad de 111.366,11 dólares, por lo que se busca el financiamiento a una entidad bancaria como es BAN Ecuador, que ofrece una tasa de interés de 11,83% a 5 años plazo, por la suma de 50.000 dólares, la tabla de amortización se presenta a continuación.

Tabla 54 Tabla de Amortización

CAPITAL					\$ 50.000,00
PLAZO/ MESES					60,00
INTERES ANUAL					11,83%
INTERES MENSUAL					0,99%
CUOTA MENSUAL					\$ 1.107,93
AÑO	VALOR	CAPITAL	INTERES	TOTAL	SALDO
0					\$ 50.000,00
1	\$ 50.000,00	\$ 7.793,79	\$ 5.501,39	\$ 13.295,18	\$ 42.206,21
2	\$ 42.206,21	\$ 8.767,46	\$ 4.527,72	\$ 13.295,18	\$ 33.438,75
3	\$ 33.438,75	\$ 9.862,78	\$ 3.432,40	\$ 13.295,18	\$ 23.575,97
4	\$ 23.575,97	\$ 11.094,94	\$ 2.200,24	\$ 13.295,18	\$ 12.481,03
5	\$ 12.481,03	\$ 12.481,03	\$ 814,15	\$ 13.295,18	\$ 0,00
TOTAL		\$ 50.000,00	\$ 16.475,91	\$ 66.475,91	

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

2.4.3 Precio

Para establecer el precio de los materiales ferreteros y pétreos que se comercializará a domicilio se considera el porcentaje de ganancia establecido por el proveedor mayorista de cada tipo de material, como se enlista en la siguiente tabla.

Tabla 55 Precios

Tipo	Descripción de Inventario	Unidad	Cantidad mensual	Cantidad Anual	Precio unitario	Margen de ganancia	Precio de Venta
Material de la construcción	Resina Resaflex	Caneca	30	360	53,42	5%	\$ 53,47
	Resina Resaflex	Galón	30	360	13,02	5%	\$ 13,07
	Yeso andino extrafino	Libras	500	6000	10,67	5%	\$ 10,72
	Cemento Blanco 25 Kg	Saco	30	360	8,63	5%	\$ 8,68
	Cemento Asfáltico	Kg	30	360	3,78	5%	\$ 3,83
	Cemento Asfáltico	4 Kg	30	360	11,39	5%	\$ 11,44
	Sellante PP 25 cm ³	Unidad	30	360	2,88	5%	\$ 2,93
	Chova Al frío Rollo 20 cmx10 cm	Unidad	10	120	18,21	5%	\$ 18,26
	Sikafil 5 Gris	Kg	10	120	5,53	5%	\$ 5,58
	Sikafil 5 Gris	4 Kg	10	120	19,16	5%	\$ 19,21
	Sikafil 5 Blanco	Kg	10	120	5,73	5%	\$ 5,78
	Sikafil 5 Blanco	4 Kg	10	120	19,16	5%	\$ 19,21
	Sika Mata Hongos	4 Kg	10	120	21,1	5%	\$ 21,15
	Varrilla 8,10, 12, 14 pulgadas	Quintal	50	600	7,8	40%	\$ 8,20
	Bloque	Unidad	500	6000	1	30%	\$ 1,30
	Ladrillo	Unidad	500	6000	0,5	30%	\$ 0,80
Material Petreo	Arena fina	Volqueta	10	120	65	40%	\$ 65,40
	Piedra	Volqueta	10	120	45	55%	\$ 45,55
	Ripio	Volqueta	10	120	40	60%	\$ 40,60
	Polvo Azul	Volqueta	10	120	65	40%	\$ 65,40
	Lastre	Volqueta	10	120	60	40%	\$ 60,40
Material de Plomería	Tapón Hembra Rival Desague 110 mm	Unidad	25	300	0,88	5%	\$ 0,93
	Tee Rival Desague 110 mm	Unidad	25	300	0,77	5%	\$ 0,82
	Tee Rosca 3/4 pulgada Plastigama	Unidad	25	300	1,02	5%	\$ 1,07
	Neplo Rosca 1/2 pulgada x 10 cm Plastigama	Unidad	25	300	0,36	5%	\$ 0,41
	Neplo Tuerca Rosca 1/2 pulgada Plastigama	Unidad	25	300	0,36	5%	\$ 0,41
	Unión Universal Rosca 3/4 pulgada	Unidad	25	300	1,87	5%	\$ 1,92
	Cod Rosca 3/4 x 90 Plastigama	Unidad	25	300	0,57	5%	\$ 0,62
	Sifon y Desague	Unidad	20	240	6,11	5%	\$ 6,16
	Llave de manguera de 1/2 FV	Unidad	20	240	10,19	5%	\$ 10,24
	Llave angular inodoro manguera 16	Unidad	20	240	10,96	5%	\$ 11,01
Grifería	Juego de Lavavo Edesa	Unidad	10	120	22,24	20%	\$ 22,44
	Ducha Crein autolimpiante	Unidad	10	120	11,19	20%	\$ 11,39
	Inodoro Edesa	Unidad	10	120	30,66	20%	\$ 30,86
Material Varios	Cinta doble faz 2x2metros	Unidad	10	120	1,12	5%	\$ 1,17
	Kalipega 125 cc	Unidad	10	120	2,1	5%	\$ 2,15
	Cinta aislante 3M 20YD Negro	Unidad	10	120	0,73	5%	\$ 0,78
	Cinta aislante 3M 10YD Azul	Unidad	10	120	0,53	5%	\$ 0,58
	Cinta aislante 3M 10YD Blanco	Unidad	10	120	0,57	5%	\$ 0,62
	Silicona transparente 1200	Cartucho	10	120	2,48	5%	\$ 2,53

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

2.4.4 Ingresos

El cálculo del ingreso se lo realiza tomando en cuenta la cantidad adquirida para el inventario inicial y el precio establecido anteriormente, no se aumenta el pago por el servicio a domicilio debido que este es el valor agregado que diferencia de la competencia para poder ingresar al mercado.

Tabla 56 Ingresos

Tipo	Descripción de Inventario	Unidad	Cantidad mensual	Cantidad Anual	Precio unitario	Margen de ganancia	Precio de Venta	Ingreso por material
Material de la construcción	Resina Resaflex	Caneca	30	360	53,42	5%	\$ 53,47	\$ 19.249,20
	Resina Resaflex	Galón	30	360	13,02	5%	\$ 13,07	\$ 4.705,20
	Yeso andino extrafino	Libras	500	6000	10,67	5%	\$ 10,72	\$ 64.320,00
	Cemento Blanco 25 Kg	Saco	30	360	8,63	5%	\$ 8,68	\$ 3.124,80
	Cemento Asfáltico	Kg	30	360	3,78	5%	\$ 3,83	\$ 1.378,80
	Cemento Asfáltico	4 Kg	30	360	11,39	5%	\$ 11,44	\$ 4.118,40
	Sellante PP 25 cm3	Unidad	30	360	2,88	5%	\$ 2,93	\$ 1.054,80
	Chova Al frio Rollo 20 cmx10 cm	Unidad	10	120	18,21	5%	\$ 18,26	\$ 2.191,20
	Sikafil 5 Gris	Kg	10	120	5,53	5%	\$ 5,58	\$ 669,60
	Sikafil 5 Gris	4 Kg	10	120	19,16	5%	\$ 19,21	\$ 2.305,20
	Sikafil 5 Blanco	Kg	10	120	5,73	5%	\$ 5,78	\$ 693,60
	Sikafil 5 Blanco	4 Kg	10	120	19,16	5%	\$ 19,21	\$ 2.305,20
	Sika Mata Hongos	4 Kg	10	120	21,1	5%	\$ 21,15	\$ 2.538,00
	Varrilla 8,10, 12, 14 pulgadas	Quintal	50	600	7,8	40%	\$ 8,20	\$ 4.920,00
	Bloque	Unidad	500	6000	1	30%	\$ 1,30	\$ 7.800,00
	Ladrillo	Unidad	500	6000	0,5	30%	\$ 0,80	\$ 4.800,00
Material Pétreo	Arena fina	Volqueta	10	120	65	40%	\$ 65,40	\$ 7.848,00
	Piedra	Volqueta	10	120	45	55%	\$ 45,55	\$ 5.466,00
	Ripio	Volqueta	10	120	40	60%	\$ 40,60	\$ 4.872,00
	Polvo Azul	Volqueta	10	120	65	40%	\$ 65,40	\$ 7.848,00
	Lastre	Volqueta	10	120	60	40%	\$ 60,40	\$ 7.248,00
Material de Plomería	Tapón Hembra Rival Desague 110 mm	Unidad	25	300	0,88	5%	\$ 0,93	\$ 279,00
	Tee Rival Desague 110 mm	Unidad	25	300	0,77	5%	\$ 0,82	\$ 246,00
	Tee Rosca 3/4 pulgada Plastigama	Unidad	25	300	1,02	5%	\$ 1,07	\$ 321,00
	Neplo Rosca 1/2 pulgada x 10 cm Plastigama	Unidad	25	300	0,36	5%	\$ 0,41	\$ 123,00
	Neplo Tuerca Rosca 1/2 pulgaa Plastigama	Unidad	25	300	0,36	5%	\$ 0,41	\$ 123,00
	Unión Universal Rosca 3/4 pulgada	Unidad	25	300	1,87	5%	\$ 1,92	\$ 576,00
	Cod Rosca 3/4 x 90 Plastigama	Unidad	25	300	0,57	5%	\$ 0,62	\$ 186,00
	Sifon y Desague	Unidad	20	240	6,11	5%	\$ 6,16	\$ 1.478,40
	Llave de manguera de 1/2 FV	Unidad	20	240	10,19	5%	\$ 10,24	\$ 2.457,60
	Llave angular inodoro manguera 16	Unidad	20	240	10,96	5%	\$ 11,01	\$ 2.642,40
Grifería	Juego de Lavavo Edesa	Unidad	10	120	22,24	20%	\$ 22,44	\$ 2.692,80
	Ducha Crein autolimpiante	Unidad	10	120	11,19	20%	\$ 11,39	\$ 1.366,80
	Inodoro Edesa	Unidad	10	120	30,66	20%	\$ 30,86	\$ 3.703,20
Material Varios	Cinta doble faz 2x2metros	Unidad	10	120	1,12	5%	\$ 1,17	\$ 140,40
	Kalipega 125 cc	Unidad	10	120	2,1	5%	\$ 2,15	\$ 258,00
	Cinta aislante 3M 20YD Negro	Unidad	10	120	0,73	5%	\$ 0,78	\$ 93,60
	Cinta aislante 3M 10YD Azul	Unidad	10	120	0,53	5%	\$ 0,58	\$ 69,60
	Cinta aislante 3M 10YD Blanco	Unidad	10	120	0,57	5%	\$ 0,62	\$ 74,40
	Silicona transparente 1200	Cartucho	10	120	2,48	5%	\$ 2,53	\$ 303,60
Total de Ingresos								\$ 176.590,80

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

2.4.5 Gastos

El presupuesto de gastos se lo proyectan para los siguientes 5 años, estos comprenden a los gastos de operación y financieros, como se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 57 Gastos

DESCRIPCION	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
GASTOS DE OPERACIÓN					
Sueldos y Salarios	\$ 53.808,00	\$ 55.960,32	\$ 58.198,73	\$ 60.526,68	\$ 62.947,75
Aporte Patronal	\$ 6.537,67	\$ 6.799,18	\$ 7.071,15	\$ 7.353,99	\$ 7.648,15
Décimo Tercer Sueldo	\$ 4.484,00	\$ 4.663,36	\$ 4.849,89	\$ 5.043,89	\$ 5.245,65
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 3.474,00	\$ 3.612,96	\$ 3.757,48	\$ 3.907,78	\$ 4.064,09
Vacaciones	\$ 2.242,00	\$ 2.331,68	\$ 2.424,95	\$ 2.521,95	\$ 2.622,82
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 4.661,49	\$ 4.847,95	\$ 5.041,87	\$ 5.243,55
Agua	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
Energía Eléctrica	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Telefonía	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
Internet	\$ 660,00	\$ 693,00	\$ 727,65	\$ 764,03	\$ 802,23
Mantenimiento de Edificio	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
Mantenimiento de Equipos	\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91
Útiles de limpieza	\$ 4.172,40	\$ 4.381,02	\$ 4.600,07	\$ 4.830,07	\$ 5.071,58
Arriendo	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00
Uniformes	\$ 903,84	\$ 949,03	\$ 996,48	\$ 1.046,31	\$ 1.098,62
Trámites Legales y Notariales	\$ 780,00	\$ 819,00	\$ 859,95	\$ 902,95	\$ 948,09
Permisos de funcionamiento	\$ 20,00	\$ 21,00	\$ 22,05	\$ 23,15	\$ 24,31
Otros	\$ 1.000,00	\$ 1.050,00	\$ 1.102,50	\$ 1.157,63	\$ 1.215,51
Suministros de materiales y oficina	\$ 236,00	\$ 247,80	\$ 260,19	\$ 273,20	\$ 286,86
Capacitación	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
Depreciaciones	\$ 10.381,55	\$ 10.900,63	\$ 11.445,66	\$ 12.017,94	\$ 12.618,84
Amortizaciones	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 109.399,46	\$ 118.216,47	\$ 123.338,01	\$ 128.054,41	\$ 133.604,16
GASTOS FINANCIEROS					
INTERESES BANCARIOS	\$ 5.501,39	\$ 4.527,72	\$ 3.432,40	\$ 2.200,24	\$ 814,15
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 5.501,39	\$ 4.527,72	\$ 3.432,40	\$ 2.200,24	\$ 814,15
TOTAL GASTOS	\$ 114.900,86	\$ 122.744,19	\$ 126.770,41	\$ 130.254,65	\$ 134.418,32

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

2.4.6 Estados Financieros

Se elabora los siguientes estados financieros como es el flujo de caja y el estado de resultados, con la finalidad de ordenar los ingresos y egresos de efectivo que tiene la empresa, además de conocer el desempeño del negocio que permita saber si han conseguido resultados positivos o si han sufrido pérdidas a causa de su actividad económica

Tabla 58 Flujo de Caja

DESCRIPCION	INVERSIÓN	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
INGRESOS						
VENTAS		\$ 176.590,80	\$ 185.420,34	\$ 194.691,36	\$ 204.425,92	\$ 214.647,22
APORTE DE CAPITAL	\$ 111.366,11					
PRESTAMO BANCARIO	\$ 50.000,00					
TOTAL INGRESOS	\$ 50.000,00	\$ 176.590,80	\$ 185.420,34	\$ 194.691,36	\$ 204.425,92	\$ 214.647,22
EGRESOS						
COSTO DE VENTAS		\$ 42.943,95	\$ 45.091,15	\$ 47.345,70	\$ 49.712,99	\$ 52.198,64
Sueldos y Salarios		\$ 53.808,00	\$ 55.960,32	\$ 58.198,73	\$ 60.526,68	\$ 62.947,75
Aporte Patronal		\$ 6.537,67	\$ 6.799,18	\$ 7.071,15	\$ 7.353,99	\$ 7.648,15
Décimo Tercer Sueldo		\$ 4.484,00	\$ 4.663,36	\$ 4.849,89	\$ 5.043,89	\$ 5.245,65
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 3.474,00	\$ 3.612,96	\$ 3.757,48	\$ 3.907,78	\$ 4.064,09
Vacaciones		\$ 2.242,00	\$ 2.331,68	\$ 2.424,95	\$ 2.521,95	\$ 2.622,82
Fondos de Reserva		\$ 0,00	\$ 4.661,49	\$ 4.847,95	\$ 5.041,87	\$ 5.243,55
Agua		\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
Energía Eléctrica		\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Telefonía		\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
Internet		\$ 660,00	\$ 693,00	\$ 727,65	\$ 764,03	\$ 802,23
Mantenimiento de Edificio		\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
Mantenimiento de Equipos		\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91
Útiles de limpieza		\$ 4.172,40	\$ 4.381,02	\$ 4.600,07	\$ 4.830,07	\$ 5.071,58
Arriendo		\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00
Uniformes		\$ 903,84	\$ 949,03	\$ 996,48	\$ 1.046,31	\$ 1.098,62
Trámites Legales y Notariales		\$ 780,00	\$ 819,00	\$ 859,95	\$ 902,95	\$ 948,09
Permisos de funcionamiento		\$ 20,00	\$ 21,00	\$ 22,05	\$ 23,15	\$ 24,31
Otros		\$ 1.000,00	\$ 1.050,00	\$ 1.102,50	\$ 1.157,63	\$ 1.215,51
Suministros de materiales y oficina		\$ 236,00	\$ 247,80	\$ 260,19	\$ 273,20	\$ 286,86
Capacitación		\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
Depreciaciones		\$ 10.381,55	\$ 10.900,63	\$ 11.445,66	\$ 12.017,94	\$ 12.618,84
Amortizaciones		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
CAPITAL + INTERESES BANCARIOS		\$ 13.295,18	\$ 13.295,18	\$ 13.295,18	\$ 13.295,18	\$ 13.295,18
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES			\$ 2.811,90	\$ 2.637,75	\$ 3.086,29	\$ 3.668,74
IMPUESTO RENTA			\$ 3.505,50	\$ 3.288,40	\$ 3.847,57	\$ 4.573,70
TOTAL EGRESOS	\$ 0,00	\$ 165.658,59	\$ 182.940,20	\$ 189.925,04	\$ 198.016,44	\$ 207.360,43
FLUJO NETO		\$ 10.932,21	\$ 2.480,14	\$ 4.766,32	\$ 6.409,49	\$ 7.286,79
(+) DEPRECIACIONES		\$ 10.381,55	\$ 10.900,63	\$ 11.445,66	\$ 12.017,94	\$ 12.618,84
(+) AMORTIZACIONES		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
FLUJO NETO DE CAJA	-\$ 50.000,00	\$ 21.513,76	\$ 13.580,77	\$ 16.411,98	\$ 18.627,43	\$ 20.105,63

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Tabla 59 Estado de Resultados

DESCRIPCIÓN	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
(+) INGRESOS	\$ 176.590,80	\$ 185.420,34	\$ 194.691,36	\$ 204.425,92	\$ 214.647,22
VENTAS	\$ 176.590,80	\$ 185.420,34	\$ 194.691,36	\$ 204.425,92	\$ 214.647,22
(-) COSTOS	\$ 42.943,95	\$ 45.091,15	\$ 47.345,70	\$ 49.712,99	\$ 52.198,64
COSTOS DE VENTAS	\$ 42.943,95	\$ 45.091,15	\$ 47.345,70	\$ 49.712,99	\$ 52.198,64
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 133.646,85	\$ 140.329,19	\$ 147.345,65	\$ 154.712,93	\$ 162.448,58
(-) GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 109.399,46	\$ 118.216,47	\$ 123.338,01	\$ 128.054,41	\$ 133.604,16
GASTOS DE ADM. Y VENTAS	\$ 109.399,46	\$ 118.216,47	\$ 123.338,01	\$ 128.054,41	\$ 133.604,16
(=) UTILIDAD EN OPERACIÓN	\$ 24.247,39	\$ 22.112,72	\$ 24.007,65	\$ 26.658,53	\$ 28.844,42
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 5.501,39	\$ 4.527,72	\$ 3.432,40	\$ 2.200,24	\$ 814,15
INTERESES BANCARIOS	\$ 5.501,39	\$ 4.527,72	\$ 3.432,40	\$ 2.200,24	\$ 814,15
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	\$ 18.745,99	\$ 17.585,00	\$ 20.575,25	\$ 24.458,29	\$ 28.030,26
(-) PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 2.811,90	\$ 2.637,75	\$ 3.086,29	\$ 3.668,74	\$ 4.204,54
(-) IMPUESTO RENTA	\$ 3.505,50	\$ 3.288,40	\$ 3.847,57	\$ 4.573,70	\$ 5.241,66
(=) UTILIDAD NETA	\$ 12.428,59	\$ 11.658,86	\$ 13.641,39	\$ 16.215,84	\$ 18.584,06

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

2.4.7 Indicadores Financieros

Se evalúa financieramente utilizando los criterios de los siguientes indicadores:

- Valor Actual

$$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$$

$$VA = \frac{\$ 21.513,76}{(1 + 11,83\%^1)} + \frac{\$ 13.580,77}{(1 + 11,83\%^2)} + \frac{\$ 16.411,98}{(1 + 11,83\%^3)} + \frac{\$ 18.627,43}{(1 + 11,83\%^4)} + \frac{\$ 20.105,63}{(1 + 11,83\%^5)}$$

$$VA = \$ 19.237,91 + \$ 13.580,77 + \$ 16.411,98 + \$ 18.627,43 + \$ 20.105,63$$

$$VA = \$ 87.963,72$$

- VAN (Valor Actual Neto)

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

$$VAN = -\$50.000 + \frac{\$ 21.513,76}{(1 + 11,83\%^1)} + \frac{\$ 13.580,77}{(1 + 11,83\%^2)} + \frac{\$ 16.411,98}{(1 + 11,83\%^3)} \\ + \frac{\$ 18.627,43}{(1 + 11,83\%^4)} + \frac{\$ 20.105,63}{(1 + 11,83\%^5)}$$

$$VAN = -\$50.000 + \$ 19.237,91 + \$ 13.580,77 + \$ 16.411,98 + \$ 18.627,43 \\ + \$ 20.105,63$$

$$VAN = \$15.238,10$$

- TIR (Tasa interna de retorno)

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

$$TIR = -\$50.000 + \frac{\$ 21.513,76}{(1 + 11,83\%^1)} + \frac{\$ 13.580,77}{(1 + 11,83\%^2)} + \frac{\$ 16.411,98}{(1 + 11,83\%^3)} \\ + \frac{\$ 18.627,43}{(1 + 11,83\%^4)} + \frac{\$ 20.105,63}{(1 + 11,83\%^5)} = 0$$

$$TIR = 23,54\%$$

- Costo Beneficio

$$B/C = \frac{\sum_{t=0}^n B / (1 + td)^t}{\sum_{t=0}^n C / (1 + td)^t}$$

$$\begin{aligned} \text{Flujo actualizado} &= \frac{\$ 21.513,76}{(1+11,83\%^1)} + \frac{\$ 13.580,77}{(1+11,83\%^2)} + \frac{\$ 16.411,98}{(1+11,83\%^3)} + \frac{\$ 18.627,43}{(1+11,83\%^4)} + \\ &\quad \frac{\$ 20.105,63}{(1+11,83\%^5)} = \$ 87.963,72 \end{aligned}$$

$$COSTO BENEFICIO = \frac{\$ 87.963,72}{\$ 161.366,11} - 1$$

$$COSTO BENEFICIO = 1,83 - 1$$

$$COSTO BENEFICIO = \$0,83$$

Al aplicar las fórmulas de los respectivos indicadores financieros se obtiene los siguientes resultados que se resumen en la siguiente tabla.

Tabla 60 Indicadores financieros

TASA DE DESCUENTO	11,83%					
TIR	23,54%					
VA	-\$50.000,00	\$19.237,9 1	\$13.580,77	\$16.411,98	\$18.627,4 3	\$20.105,63
VAN	\$15.238,10					
SUMA DE FLUJO ACTUALIZADO	\$87.963,72					
INVERSIÓN	\$161.366,11					
COSTO BENEFICIO		\$1,83	\$0,83			

Elaborado por: Mayra Alexandra Llumiquinga Caiza

Fuente: Investigación propia

Los indicadores financieros indican que el VAN es de 15.238,10 dólares al ser mayor a cero el proyecto es viable, el valor de la TIR es 23,54%, esta tasa tiene un valor atractivo para la inversión, el costo beneficio al ser mayor a uno, en 83 centavos de dólar implica una atrayente ganancia.

CONCLUSIONES

- Es importante realizar un diagnóstico del entorno donde se encuentra la empresa de materiales de ferretería y pétreos, puesto que los resultados obtenidos permitieron conocer las oportunidades y amenazas que puede enfrentar el negocio una vez puesto en marcha, como las acciones que pueden emprender las cadenas comercializadoras reconocidas en el mercado.
- La investigación de mercado permitió recabar información necesaria respecto a los requerimientos del cliente, de esta manera orientar las actividades para satisfacer la compra del usuario del servicio.
- La aceptación del servicio en el mercado objetivo, es así que de acuerdo a la encuesta realizada se tiene que el 60% de aceptación por parte del cliente objetivo al adquirir materiales de ferretería y pétreos en una empresa que le ofrezca servicio a domicilio, además se determinó que tipo de materiales son los de mayor consumo que se debe abastecer la empresa para iniciar con la venta.
- La puesta en marcha de la empresa distribuidora de materiales de ferretería y pétreos tiene como propuesta de valor el servicio a domicilio, de acuerdo a la información financiera obtenida se pudo determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable una vez implementado el negocio, el aprovisionamiento de mercadería que demande el cliente, de esta manera poder satisfacer al usuario del servicio y cumplir con los requerimientos solicitados, por lo tanto la implementación de una encuesta de satisfacción del cliente puede permitir conocer aspectos de mejora.
- Una vez recuperada la inversión se debe adquirir maquinaria y equipo para ofrecer un servicio de calidad, como también promocionar a la empresa para atraer a una mayor cantidad de clientes que permitan incrementar las ventas.
- Al ser un nuevo servicio en el mercado se recomienda implementa un plan de marketing que mediante a las estrategias de ventas propuestas se pueda llegar a la mente de comprador y así posicionar a la empresa en el mercado objetivo.
- Se recomienda implementar el proyecto en el Cantón Rumiñahui, ya que permitirá aportar a la matriz productiva del país, y apoyar a los compradores que no tienen tiempo para trasladarse a lugares de oferta para adquirir los productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

- Baena, D. (2014). *Análisis financiero Enfoque y proyecciones*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Baena, V. (2011). *Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*. Barcelona: Editorial UOC.
- Cipriano, L., & González, A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Patria.
- De Cabo, C. (2014). *Pensamiento crítico, constitucionalismo crítico*. Madrid: Trotta.
- Diario El Telégrafo. (26 de julio de 2016). *El 76% de la población de Rumiñahui proviene de otras zonas del Ecuador*. Recuperado el 30 de marzo de 2019, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/el-76-de-la-poblacion-de-ruminahui-proviene-de-otras-zonas-del-ecuador>
- Diario La República. (5 de abril de 2019). *Ecuador crecerá 0.1% en 2019, según el Banco Mundial*. Recuperado el 12 de abril de 2019, de <https://www.larepublica.ec/blog/economia/2019/04/05/ecuador-crecera-0-1-2019-segun-banco-mundial/>
- Ecuador, Banco Central del Ecuador. (29 de marzo de 2019). *Cuentas Nacionales*. Recuperado el 10 de abril de 2019, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>
- Ecuador, Gobierno Municipal Rumiñahui. (2012). *Plan de Ordenamiento Cantón Rumiñahui*. Recuperado el 14 de Abril de 2019, de http://www.ruminahui.gob.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=2&Itemid=159&lang=es
- Ecuador, Gobierno Municipal Rumiñahui. (2019). *Datos estadísticos*. Recuperado el 30 de marzo de 2019, de http://www.ruminahui.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=33:datos-estadisticos&catid=10&Itemid=108&lang=es
- Ecuador, Instituto Espacial Ecuatoriano. (abril de 2013). *Memoría Técnica Cantón Rumiñahui*. Recuperado el 12 de abril de 2019, de

http://ideportal.iee.gob.ec/geodescargas/ruminahui/mt_ruminahui_socioeconomico.pdf

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (junio de 2018). *Reporte de Economía Laboral*. Recuperado el 30 de marzo de 2019, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Junio-2018/Informe_Economia_laboral-jun18.pdf

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (marzo de 2019). *Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo*. Recuperado el 12 de abril de 2019, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/032019_Mercado%20Laboral_final.pdf

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Recuperado el 12 de Abril de 2019, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/modulo_cpv/CIU4.0.pdf

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Encuesta de Edificaciones*. Recuperado el 1 de mayo de 2019, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2016/2016_EDIFICACIONES_PRESENTACION.pdf

Ecuador, Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2 de abril de 2019). *91% de ecuatorianos utiliza las redes sociales en su teléfono inteligente*. Recuperado el 2 de abril de 2019, de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/91-de-ecuatorianos-utiliza-las-redes-sociales-en-su-telefono-inteligente/>

Ecuador, Presidencia de la República. (8 de junio de 2010). *Decreto Ejecutivo 374*. Recuperado el 2 de abril de 2019, de Registro Oficial Suplemento 209 de 08-jun.-2010. Modificado el 26 de abril de 2018: http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/Archivos/Transparencia/2018/04abril/A2/ANEXOS/PROCU_REGLAMENTO_PARA_APLICACION_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO.pdf

- El Oficial. (2018). *Significativo avance del sector Ferretero Nacional*. Recuperado el 12 de Abril de 2019, de <http://www.eloficial.ec/significativo-avance-del-sector-ferretero-nacional/>
- Fernández, G. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Galeano, M. (2004). *Diseño de proyecto en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Galindo, C. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocio*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Gavilanes, J. (2013). *Plan de Negocio para la Ferretería Fegacon, con la finalidad de posicionarla comercialmente en la Ciudad de Ambato*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Google Map. (12 de junio de 2019). *Ubicación* . Recuperado el 22 de junio de 2019, de <https://www.google.com/search?q=bodegas+de+supermaxi&npsic=0&rflfq=1&rldoc=1&rlha=0&rllag=-332250,-78455054,3583&tbn=lcl&sa=X&ved=2ahUKEwizvZjppajjAhWswFkKHX-sCC8QtgN6BAgLEAU&biw=1366&bih=608>
- Luna, A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Distrito Federal, México: Grupo Editorial Patria.
- Martínez, D. (2016). Factores Clave en Marketing Enfoque: Empresas de Servicios. *Orbis Revista Científica Ciencias Humanas*, 18.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos (SIL) (3a. ed.)*. México: Ecoe Ediciones.
- Pérez, F. (2017). *Marketing y plan de negocio de la microempresa: UF1820*. Madrid: Editorial CEP.
- Publicaciones Vértice. (2009). *Planificación de los recursos humanos*. México: Publicaciones Vértice.

- Pugo, R. (20 de Julio de 2015). *Plan de Negocio para la Ferretería Estación de Cumbe*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el 30 de Julio de 2018, de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4627/1/UDLA-EC-TIC-2015-34.pdf>
- Sulser, R., & Pedroza, J. (2004). *Exportación Efectiva. Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediando empresario*. México: Empresa Lier.
- Toro, I., & Hurtado, J. (2007). *Métodos de Investigación*. México: Universidad de México.
- Yazbek, T. (2017). *Propuesta de Plan de Negocio para la creación de una empresa dedicada al servicio de distribución de productos en el Canton Rumiñahui*. Quito: Universidad Metropolitana.

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta al potencial Cliente



PROYECTO: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES DE FERRETERÍA Y PÉTREOS A DOMICILIO, CANTÓN RUMIÑAHUI.

El objetivo de la presente encuesta consiste en “Determinar el grado de aceptación de una empresa distribuidora de materiales de ferretería y pétreos a domicilio, ubicada para el servicio en el Cantón Rumiñahui, de esta manera conocer los principales atributos en la decisión de compra por parte del cliente.

Instrucciones: Marque con una x la opción de su preferencia.

Género:

MASCULINO	FEMENINO

Dirección: _____

Edad: _____

1. ¿Ud. adquiere materiales de ferretería y pétreos?

SI	NO

2. ¿Con que frecuencia Ud. construye o remodela su vivienda?

Semestralmente	Anualmente	Cada 2 años	Cada 5 años

8. ¿Adquiriría materiales de ferretería y pétreos en una empresa que le ofrezca servicio a domicilio?

SI	NO

9. ¿Cuál es la mejor opción de su preferencia para la comunicación con la empresa de materiales de ferretería y pétreos a domicilio para la gestión de compra?

Directa o Personal	Whatsapp	Facebook	App	Página web	Llamada telefónica	Otro

¿Indique cuál?: _____

10. ¿Qué servicio extra le gustaría recibir de la empresa de materiales de ferretería y pétreos a domicilio?

Asesoría	Crédito	Servicio Post-Venta	Descuentos y Promociones	Otro

¿Indique cuál?: _____

Anexo 2 Proformas Maquinaria, Equipos, Herramientas, Muebles y Enseres

Minicargadora Cat

Publicado hace 2 meses
Portoviejo, Manabí

\$20.000



Hermosa Volqueta Hino

Publicado hace 5 días
Ambato, Tungurahua

\$28.000



Ver imagen siguiente

1 / 7

DongFeng 7 Toneladas

2013 15000 Kms. - Quito

\$22.850

Negociable



Nuevo - 56 vendidos

Balanza Electrónica Industrial Jontex 100 Kg / 220 Libras

U\$S 78⁹⁹

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

📍 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Consultar costos](#)

Cantidad: 1 unidad (997 disponibles)



Nuevo - 9 vendidos

Carro Carretilla Transporte Mercadería 2r, oficina, bodega Cas

U\$S 59⁹⁹

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

📍 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Consultar costos](#)

Cantidad: 1 unidad (91 disponibles)

Comprar



Nuevo - 769 vendidos

Computadora Cpu Intel Core I5 3.0 7ma Gen 2tb 4gb Led 20, I7



U\$S 489

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

📍 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Consultar costos](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ (902 disponibles)

EPSON EXCEED YOUR VISION Impresora-Escaner - Copiadora con Sistema Continuo



Nuevo - 2941 vendidos

Impresora Epson Xp440 Mejor Q La L380 + Wifi.



U\$S 139⁹⁹

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta efectivo.

[Más información](#)

📍 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)

[Consultar costos](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ (79 disponibles)

Comprar




**ENTRENAMIENTOS
CONTINUOS
GRATUITOS**

Dirigido a:
-Vendedores
-Técnicos informáticos
-Contadores
-Administradores
-Comerciantes

TEMA

Funcionamiento:
Anfibius Vrs. CONTABLE

*Abs, *Estado de situación inicial, *Libro diario, *Balances, *Mayorización, *Reportes contables, *Referencias, *Parametrización.

Regístrate **GRATIS** en
administración@anfibius.net
(02) 2735-0002 (099) 367-9932 (099) 370-9111

Lugar: Edificio Anfibius,
Av. la Lorena y Av. de las Américas,
Urb. Plaza Asturias, calle 10 y calle H.

Lunes, 13 Mayo 2019
08:00 AM a 11:00 AM

Nuevo - 45 vendidos

Sistema Administrativo Contable Anfibius, factura Electrónica



U\$S 590

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.

[Más información](#)

📦 Envío gratis a todo el país

Santo Domingo, Santo Domingo de los Tsáchilas
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ (15 disponibles)

Comprar



Curso Online Crea Tus Apps Para Android N De Cero A Experto



U\$S 558

👤 Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ (2000 disponibles)

Comprar



Diseño De Paginas Web / Tiendas Online / Publicidad Digital



★★★★★ 2 opiniones

U\$S 199

Escribe una pregunta...

Preguntar

Información sobre el vendedor

Nombre
 Diferenmarket

Nuevo - 5 vendidos

Escritorios,estaciones De Trabajo En L Modulares De Oficina



U\$S 200

👤 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
 Cayambe, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ (88 disponibles)

Comprar





Nuevo - 31 vendidos

Archivadores,cajoneras,e... ♥ Muebles De Oficina

U\$S 115

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

🔍 Entrega a acordar con el vendedor
Cayambe, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ (969 disponibles)

Comprar



Nuevo - 21 vendidos

Silla De Espera Secretaria ♥ Oficina Escritorio Ática

U\$S 32

🔍 Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

🔍 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Consultar costos](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ (179 disponibles)



Estanteria Percha Gondola ♥ Metalica 5 Niveles Barata Oficina

U\$S 40

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

🔍 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ (83 disponibles)



Vitrina Mostrador



U\$S 168

👤 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Consultar costos](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ (18 disponibles)

Comprar



Nuevo - 49 vendidos

Escalera Multifuncional, Altura Maxima 6 Metros



U\$S 144⁹⁹

👤 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1 unidad ▾ (69 disponibles)

Comprar



Nuevo

Flexómetro De 5 Metros Ancho De La Cinta: 19mm Escala Métric

U\$S 2⁶⁴

👤 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Consultar costos](#)



Nuevo
Cizalla Para Cortar Varilla 28mm Marca Somar #3 ♥

U\$S 300

- 🔍 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)
- 🔍 Entrega a acordar con el vendedor
 Guayaquil, Guayas
[Consultar costos](#)

¡Único disponible!

Comprar



Nuevo - 670 vendidos
Balanza Electronica Digital De 5g A 40kg Potente Profesional

U\$S 39⁴⁸

- 🔍 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)
- 🔍 Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Consultar costos](#)

Cantidad: 1 unidad ▼ (329 disponibles)



Nuevo - 355 vendidos
Camisetas Para Sublimación,tacto Algodón, Desde 3,49 X Myr .

U\$S 3⁴⁹

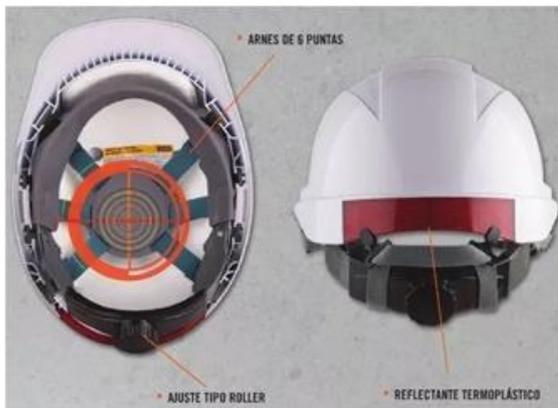
- 🔍 Pago a acordar con el vendedor
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)
- 🔍 Entrega a acordar con el vendedor
 Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad ▼ (986 disponibles)

Gorras Promocionales Personalizadas Sublimadas.



Cant.	Precio U.
1	\$4,50
12	\$3,50
36	\$3,25
50	\$3,00
100	\$2,75
500	\$2,50
1000	\$2,25



Nuevo - 15 vendidos

Seguridad Industrial Cascos Normados

U\$S 37⁹⁹

👤 Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Tulcán, Carchi
[Consultar costos](#)

¡Único disponible!

Comprar



Nuevo - 17 vendidos

Chaleco Con Doble Cinta Reflectiva De Seguridad Industrial

U\$S 7

👤 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario.
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Consultar costos](#)

¡Único disponible!



Nuevo - 1 vendido

Botin Bota Seguridad Dielectrico Alto Voltaje Punta De Acero

U\$S 28

👤 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Color: cafe



Uniformes Para Empresas

U\$S 22

-  Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)
-  Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Consultar costos](#)

Cantidad: 1 unidad  (9 disponibles)

Comprar

EMACO
Construyamos Juntos

FACTURA # 003002000116314
Nro. De Autorización: 2103201901099062169100120030920001163146780751416
Clave de Acceso: 2103201901099062169100120030920001163146780751416
Fecha de Impresión: 2019-03-21 10:08:52
Fecha Factura: 2019-03-21

DISTRIBUIDORA DE EQUIPOS Y MATERIALES DE CONSTRUCCION GOMEZ C LTDA.
CALLE PANAMERICANA NOROCCIDENTAL Y MIGUEL ANTONIO GARCIA
TEL: 0985736039

DIRECCIÓN DE ENTREGA: ESPIN ESPIN EDDY ABDON
CONOCOTO- MARQUESA DE SOLANDA 203 Y ABDON CALDERON A DOS CUADRAS DEL PARQUE 8 DE JUNIO QUITO P QUITO
TELEFONO: 0985736039
Bodega: B10

Cant. Lin.	Codigo articulo	Descripcion	Cantidad	U.M	P.V.P	% Dcto.	Total
10.000	5296/NE	CINTA AISLANTE 3M 20YD NEGRO	20.00	UN	7391	12.70	12.90
10.000	5295/AZ	CINTA AISLANTE 3M 10YD AZUL	10.00	UN	5600	12.70	4.80
10.000	5295/BL	CINTA AISLANTE 3M 10YD BLANCO	20.00	UN	6152	12.70	10.74
10.000	S1107058	SIKAFILL 5 GRIS 1KG IMPERMEABILIZANTE TECHOS TC/6M	4.00	UN	5.5390	19.20	17.90
10.000	S1107059	SIKAFILL 5 GRIS 4KG IMPERMEABILIZANTE TECHOS TC/6M	3.00	UN	19.1650	19.20	48.48
10.000	S1107012	SIKAFILL 5 BLANCO 1KG IMPERMEABILIZANTE TECHOS TC/6M	4.00	UN	5.7338	19.20	18.53
10.000	S1106305	SIKA PLASTOCRETE 181 HE 2KG ACCELERANTE HORMIGON TC/10M	2.00	UN	2.9754	24.85	4.47
10.000	S1106645	SIKA MATA HONGOS 2kg. (FUNGICIDA) TC/10M	2.00	UN	7.8797	23.00	12.13
10.000	S1107022	SIKA EMPASTE CORRIDO 1 Kg P/PAREDES Y TUMBADOS TC/6M	4.00	UN	3.4811	23.00	10.72
10.000	DW-170532B	BROCAS ACERO RAPIDO 5/32"x75mm PARA METAL MADERA DEWALT	20.00	UN	4856	18.25	7.94
10.000	DW-170332B	BROCAS ACERO RAPIDO 3/32"x57mm PARA METAL MADERA DEWALT	20.00	UN	2308	18.28	3.77
10.000	DW-170018B	BROCAS ACERO RAPIDO 1/8"x65mm PARA METAL MADERA DEWALT	20.00	UN	2597	18.25	4.25
10.000	DW-170014B	BROCAS ACERO RAPIDO 1/4"x101mm PARA METAL MADERA DEWALT	10.00	UN	5417	18.24	4.43
10.000	DW-170516B	BROCAS ACERO RAPIDO 5/16"x117mm PARA METAL MADERA	6.00	UN	7273	18.25	3.57

INTACO
Km 5.5 vía a Daule - Km 14.5 vía a Daule - PBX: (04)-373-1850
Oficio: Antonio basantes E6-106 y av. Eloy Alfaro
Teléfono al Cliente: 1700-100-200 - Zona Austral: (04) 370 - 1400
Clientes.ec@intaco.com - www.intaco.ec

FACTURA
R.U.C.: 0990015449001
No. 019-010-000102719
NÚMERO DE AUTORIZACIÓN: 2504201901099001544900120190100001027190000000110
FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN: 2019-04-25T14:41:43-05:00
AMBIENTE: PRODUCCIÓN
EMISIÓN: NORMAL
CLAVE DE ACCESO

Identificación: 1802098358001
Guía Remisión: 019-010-000106714

Cant	Descripción	Información hoja/costeo			Costo del bien o servicio			Precio total
		Precio unitario con descuento	Servicio incluido unitario	Precio unitario bien y servicio	Precio unitario	% Descuento Desde subtotal	Descuento	
10	GROUTEX NEGRO FINO 2KG	2.2400	0.0194	2.2594	2.80	0.00	5.60	22.40
10	GROUTEX PLATA FINO 2KG	2.2400	0.0194	2.2594	2.80	0.00	5.60	22.40
10	GROUTEX TERRACOTA FINO 2KG	1.5000	0.0194	1.8994	2.10	0.00	4.20	16.80
10	GROUTEX BLANCO FINO 2KG	1.4320	0.0194	1.4514	1.79	0.00	3.58	14.32
10	GROUTEX BLANCO FINO 2KG	5.4320	0.2425	5.6745	6.79	0.00	84.32	217.28
40	BONDEX PLUS CERAMICA 25KG	3.7440	0.2425	3.9865	4.88	0.00	37.44	149.76
40	BONDEX STANDARD CERAMICA 25KG	1.7790	0.0485	1.8245	2.40	0.00	1.25	3.55
2	CEMENTO BLANCO TOLTECA 9KG	1.4320	0.0194	1.4514	1.79	0.00	3.58	14.32
10	GROUTEX CREMA FINO 2KG	3.7950	0.2425	3.0375	3.25	0.00	2.73	16.78
5	ENLUMAX CAPA GRUESA 25KG	2.2400	0.0194	2.2594	2.80	0.00	5.60	22.40
10	GROUTEX GRAFITO FINO 2KG	1.4320	0.0194	1.4514	1.79	0.00	3.58	14.32
10	GROUTEX MARFIL FINO 2KG	14.8900	0.1940	14.6940	20.70	0.00	37.26	86.94
6	MAXEMPASTE EXTER BLANCO 20KG	6.7410	0.1940	6.9358	9.63	0.00	28.89	67.41
10	MAXEMPASTE INTER BLANCO 20KG	6.0000	0.0000	0.0000	25.38	0.00	0.00	25.38
1	SERVICIO LOGISTICO							

FAC REC INT. 807202 002-000-000000000

0003903 1802088288001
 ESPIN ESPIN EDDY ARDON
 ARQUERA DE SOLANDA 203 Y ARDON CALDERON
 QUITO. ANOCUADRAS FAROUZ SEIZ JUNIO
 EL ANOCRO
 QUITO
 CLIENTE: 683-123

EDUCADO 12/03/19
 COPPAGO

12/03/19
 FRANKLIN UNIVIAN
 000000

DIAS 12/03/19
 PUNT. 0

2.00	UNICOLAT AMAR REFLEJO	9.30	18.60	24.00 / 10.00		
2.00	UNICOLATEX MARFIL	9.30	18.60	24.00 / 10.00		
1.00	UNICOLATEX TURQUESA	9.30	9.30	24.00 / 10.00	3.88	11.72
1.00	UNICOLATEX TURQUESA	9.30	9.30	24.00 / 10.00	3.88	11.72
1.00	UNICOLATEX BRISA	9.30	9.30	24.00 / 10.00	3.88	11.72
2.00	UNICOLATEX CAÑELA	9.30	9.30	24.00 / 10.00	3.88	11.72
2.00	UNICOLAT AMAR REFLEJO	3.25	6.45	24.00 / 10.00	2.94	8.10
6.00	ESH UNICO BLANCO	4.25	6.45	24.00 / 10.00	2.94	8.10
6.00	ESH UNICO NEGRO	4.52	6.45	24.00 / 10.00	2.94	8.10
3.00	Free: ESH UNICO CAJEA	4.52	27.12	24.00 / 10.00	2.94	8.10
2.00	Free: UNICOLATEX DURAZNO	0.01			8.57	25.35
1.00	Free: UNICOLATEX VERDE CLARO	0.01			0.00	18.00
					0.00	0.00
					0.00	0.00

DESCUENTO: 2

SUB-TOTAL 96.58
 IVA 12% 11.85
 TOTAL 108.43

UNIDAS
 CANCELADO
 FRANKLIN UNIVIAN

MERCADERÍA ENTREGADA
 13 MAR, 2019 SUS EXISTENCIAS.
 NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES

Jaime Yungán
 DIRECTOR DE VENTAS

RedColor

88818 RUC CI 1802080358001
 ESPIN ESPIN EDDY ARDON
 ARQUERA DE SOLANDA 203 ARDON DE CALDERON

FORMULA PURIT D1-03-01 DSCTO SUBTOTAL

CANT	PRODUCTO	FORMULA PURIT	D1-03-01	DSCTO	SUBTOTAL
5	CARBONATO A 25RL	7.25	24		
3	PLASMONT FIBRA ELAST 800.750ML	5.77	16		
6	CINTA FILCRACK DE 45mmx45mm	9.75	16	3.03	18.39
12	SPRAY EVANS BLANCO BRILL	1.85	20	0.20	19.90
12	SPRAY EVANS NEGRO BRILL	1.85	20	0.20	19.90
		1.85	20	0.20	19.90

RED COLOR
 CANCELADO
 01-03-2019



PINTURAS CONDOR S.A.

Dirección: CUSUBAMBA DE 1-365 MANGLAR ALTO QUITO PICHINCHA QUITO Ecuador

Dirección Subofic: Cusubamba DE 1-365 Manglaralto PICHINCHA QUITO QUITO Ecuador

Contribuyente Especial Nro: 5368

DELEGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

R.U.C.: 1790013561001

FACTURA

No. 001-501-000164853

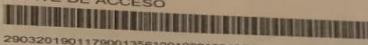
NÚMERO DE AUTORIZACIÓN: 2903201901179001356100120015010001648532410208618

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN: 2019-03-29T07:37:49-05:00

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

EMISIÓN: NORMAL

CLAVE DE ACCESO



2903201901179001356100120015010001648532410208618

Razón Social / Nombre y Apellidos: **ESPIN ESPIN EDDY ABDON** RUC/CI: 1802098358001

Fecha Emisión: 29/03/2019 Guía Remisión: 001-501-000210924

Cod. Precios	Cod. Auxiliar	Cant.	Descripción	Detalle Adicional	Detalle Adicional	Presentación	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
104SM-50	02	1.00	THINNER LACA 104SM			90 GAL US	196.43	0.00	196.43

Información Adicional

Term Pago: EC 45 CM 1-4% 13/05/2019

Vencimiento: 13/05/2019

Dirección Cliente: MARQUESA DE SOLANDA 203 Y ABDON DE CALDERON QUITO CONOCOTO PICHINCHA Ecuador

Nota: Debo y pagare al emisor incondicionalmente y sin protesto el total de este pagaré más los cargos por servicios. En el caso de mora pagaré la tasa máxima autorizada para el emisor 1400850

O. Venta Compensado 2%

Ley Solidaria Compensado 2%

Pinuras Condor Shervin Williams pone a su disposición en su portal web, la opción de consultar documentos tributarios en formatos electrónicos en la siguiente dirección: pinturascondor.e-custodia.com.ec

SUBTOTAL 12%	196.43
SUBTOTAL 0%	0.00
SUBTOTAL No objeto de IVA	0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	196.43
DESCUENTO	0.00
ICE	0.00
IVA 12%	23.57
IRBPNR	0.00
PROPIA	0.00
VALOR TOTAL	220.00
(-)Descuento Solidario 2% IVA	0.00
VALOR A PAGAR	220.00



Km 5.5 vía a Daule - Km 14.5 vía a Daule - PBX: (04)-373-1850

Quito: Antonio basantes E5-106 y av. Eloy Alfaro

Servicio al Cliente: 1700-100-200 - Zona Austral (04) 370 - 1400

Clientes.ec@intaco.com - www.intaco.ec

INTACO ECUADOR S.A.

DIRECCIÓN: VIA A DAULE KM 5.5 S/N. MAPASINGUE OESTE

PARQUE INDUSTRIAL DE QUITO-PIQ LOTE3 S/NKM.5 VIA PIFO. SANGOLQUILINTERESTATAL E35

Contribuyente Especial Nro: 8925

DELEGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

R.U.C.: 0990015449001

FACTURA

No. 019-010-000101315

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN: 0804201901099001544900120190100001013150000000112

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN: 2019-04-09T09:10:23-05:00

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

EMISIÓN: NORMAL

CLAVE DE ACCESO



0804201901099001544900120190100001013150000000112

Razón Social / Nombres y Apellidos: **ESPIN ESPIN EDDY ABDON** Identificación: 1802098358001

Fecha Emisión: 08/04/2019 Guía Remisión: 019-010-000105409

Cant	Descripción	Información hoja/costeo			Costo del bien o servicio			
		Precio unitario con descuentos	Servicio logístico unitario	Precio unitario bien y servicio	Precio unitario	% Descuento	Descuento	Precio total
40	BONDEX PREMIUM PORCE 25KG	9.6012	0.2425	9.8437	11.43	0.00	73.15	364.05
40	BONDEX STANDARD CERAMICA 25KG	3.7440	0.2425	3.9865	4.65	0.00	37.44	149.76
10	MAXEMASTE INTER BLANCO 20KG	6.7410	0.1940	6.9350	9.63	0.00	28.89	67.41
10	GROUTEX PLOMO FINO 2KG	2.2400	0.0194	2.2594	2.80	0.00	5.80	22.40
10	GROUTEX BEIGE FINO 2KG	1.4200	0.0194	1.4394	1.79	0.00	3.58	14.32
1	SERVICIO LOGISTICO	0.0000	0.0000	0.0000	21.72	0.00	0.00	21.72

Información Adicional

S1 19023610

Cliente: MARQUESA DE SOLANDA 203 Y ABDON CALDERON

Obra: ESPIN ESPIN EDDY ABDON-MARQUESA DE SOLANDA 203 Y

Teléfono: 5839 85736039

Celular: 0

Correo Pago: 45

Contacto: labalcorro@hotmail.com

Contacto: BARRERA YESENIA ING

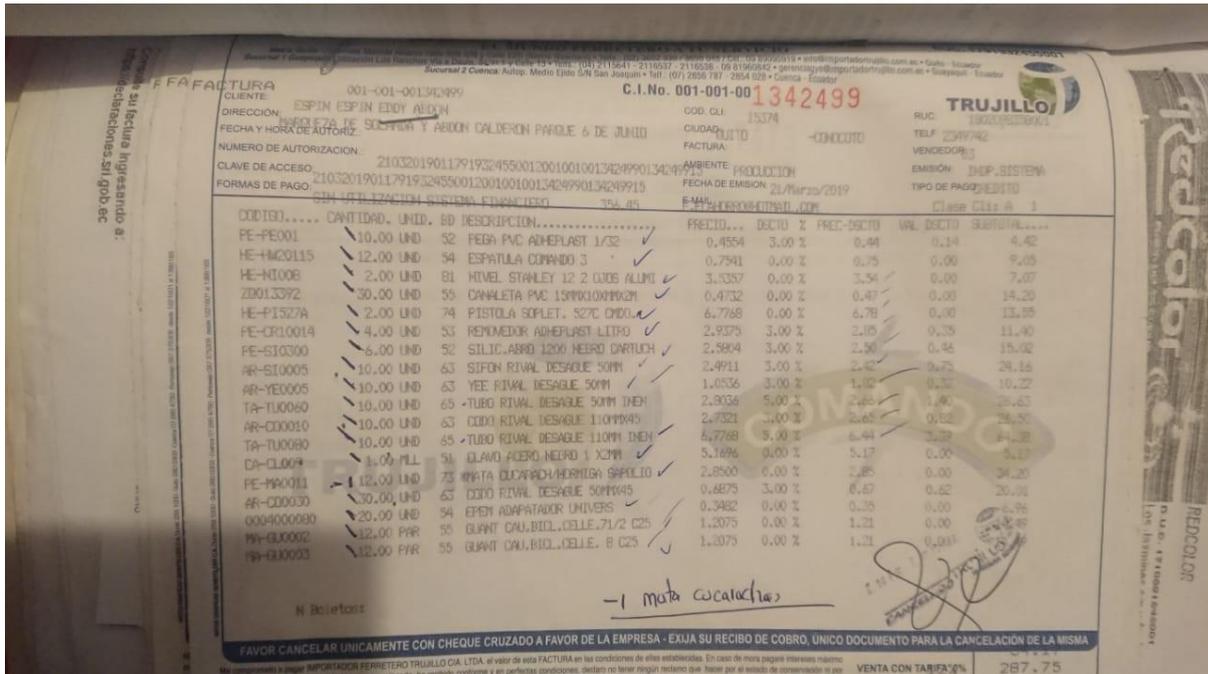
Contacto Logístico: Cantidad * Servicio logístico

Servicio: 21.72

Valor: 837.94

SUBTOTAL 12%	659.66
SUBTOTAL 0%	0.00
SUBTOTAL No objeto de IVA	0.00
SUBTOTAL Exento de IVA	0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	659.66
TOTAL DESCUENTO	148.66
ICE	0.00
IVA 12%	79.16
IRBPNR	0.00
PROPIA	0.00
VALOR TOTAL	738.82

Valor	Plazo	Tiempo
738.82	45	días



ALQUILER DE MAQUINARIA PESADA PARA LA CONSTRUCCIÓN



PROFORMA

Contratista: Marcia Caiza Gualotuña
Fecha: 15 de mayo del 2019

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO
8M3	Polvo azul,	65.00
8M3	Arena fina	65.00
8M3	Piedra	45.00
8M3	Ripio	40.00
8M3	Lastre	60.00

Elaborado por:
 Sra. Marcia Caiza G.

FACTURA N° 001-001-000226942
AUTORIZACIÓN N° 112361323

FECHA: 12/08/2018
CLIENTE: ESPIN, EDDY ARDON
TELÉFONO: 2342742
DIRECCIÓN: CONDOTO-FRENTE URB 8 DE JUNIO
FORMAS DE PAGO: 30 DIAS
R.U.C./C.I.: 1802098358001
CÓDIGO: 190209835
VENCIMIENTO: 12/08/2018
CONTACTO: ESPIN
VENDEDOR: RAUL TORRES (2342742)
ZONA: 4

CÓDIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	DESCUENTO	TOTAL
E282.00	10.00	JGO ANG LAVABO 16 CMANGUERA /	0.900	10.00	88.78
E289.01	8.00	LLAVE ANGULAR P/MANG C/NEPLO /	0.900	10.00	83.34
E288.03	10.00	JGO ANGULAR INODORO MANG 16 /	0.900	10.00	88.78
E488.04 BR	15.00	LLAVE MANGUERA 1/2 F.V. /	0.190	10.00	103.81
E488.13 BR	15.00	LLAVE MANGUERA GRANALLADA	0.980	0.00	84.81

CANCELADO
FERRETERIA TOBAR
16/04/2019

DEBO Y PAGARE incondicionalmente a la orden de FERRETERIA TOBAR NOLIVOS E HIJOS CIA. LTDA. El valor expresado en este documento más el impuesto interno que por ahora, según en el Sistema Financiero Nacional, desde la fecha de vencimiento, SIN PROTESTO exonerado de presentación para el pago del monto de estos que todo de estos hechos. Remisión fuera y depósito y me someto a los jueces competentes de la ciudad de Guayaquil, Ecuador Metropolitanos, y centro de arbitraje en ejecución de FERRETERIA TOBAR NOLIVOS E HIJOS CIA. LTDA. o de sus representantes. Acepto que FERRETERIA TOBAR NOLIVOS E HIJOS CIA. LTDA. emita y transfiera en cualquier momento los derechos que emanan de la presente factura pagará sin que sea necesaria notificación alguna ni muestra aceptación de mi parte. Suscribo el presente pagare en conformidad con todos sus términos. Fecha al suero.

CONDOR, Adalca, FR, S, GINTACO, Eternit

CLIENTE: _____

SUBTOTAL: 397.91
DESCUENTO: 40.00
BASE 0%: 0.00
IVA 0%: 0.00
TOTAL: 357.91

FACTURA N° 001-001-000220523
AUTORIZACIÓN N° 1123561323

FECHA: 09/05/17
CLIENTE: ESPIN, EDDY ARDON
TELÉFONO: 2342742
DIRECCIÓN: CONDOTO-FRENTE URB 8 DE JUNIO
FORMAS DE PAGO: CREDITO 30 DIAS
R.U.C./C.I.: 1802098358001
CÓDIGO: 190209835
VENCIMIENTO: 11 Enero 2019
CONTACTO: EDDY ESPIN
VENDEDOR: RAUL TORRES (2342742)
ZONA: 4

CÓDIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	DESCUENTO	TOTAL
EHE.1.15	24.00	FLAPPER ESTANDAR FV...	1.180	10.00	25.48

FERRETERIA TOBAR
CANCELADO
ING. RAUL MUÑOZ

DEBO Y PAGARE incondicionalmente a la orden de FERRETERIA TOBAR NOLIVOS E HIJOS CIA. LTDA. El valor expresado en este documento más el impuesto interno que por ahora, según en el Sistema Financiero Nacional, desde la fecha de vencimiento, SIN PROTESTO exonerado de presentación para el pago del monto de estos que todo de estos hechos. Remisión fuera y depósito y me someto a los jueces competentes de la ciudad de Guayaquil, Ecuador Metropolitanos, y centro de arbitraje en ejecución de FERRETERIA TOBAR NOLIVOS E HIJOS CIA. LTDA. o de sus representantes. Acepto que FERRETERIA TOBAR NOLIVOS E HIJOS CIA. LTDA. emita y transfiera en cualquier momento los derechos que emanan de la presente factura pagará sin que sea necesaria notificación alguna ni muestra aceptación de mi parte. Suscribo el presente pagare en conformidad con todos sus términos. Fecha al suero.

CONDOR, Adalca, FR, S, GINTACO, Eternit

CLIENTE: _____

SUBTOTAL: 25.48
DESCUENTO: 2.00
BASE 0%: 0.00
IVA 0%: 0.00
TRANSPORTE: 0.00
TOTAL: 23.48

FORMA DE PAGO

ESPINO EDDY ABOON 09 31 23

CONVOCOTO-FRENTE URB 8 DE JUNIO RUC / CI 1802098256001

FORMAS DE PAGO PAGO DE CONTADO VENCIMIENTO 12 Diciembre 2018 CONTACTO EDDY ESPINO ZONA Pagaduría

CÓDIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	DESCUENTO	TOTAL
E289 20 03	12.00	MANGUERA LAVABO 16 DIRECTA /			
E282 05	20.00	JGO ANG LAVABO 16 CMANGUERA /	4 450	19.00	43.25
E286 03	10.00	JGO ANGULAR INODORO MANG 16 /	10 950	19.00	177.55
9126 10	8.00	DUCHA CREIN AUTOUMPIANTE	10 950	19.00	89.78
E471 04 10	10.00	KITVOLANTE PLASTICO ESTRIBADO	11 190	19.00	54.28
E246 00 01 P	10.00	SIFON Y DESAGUE 11/4 BLANCO /	1 850	19.00	15.06
E246 00 01	8.00	SIFON Y DESAGUE 11/2 BLANCO /	6 110	19.00	40.40
E246 00 1 0	8.00	JUEGO FLEXIBLE SIFON Y DESAGUE 11/2 PV	7 770	19.00	37.76
E246 00 2U	8.00	JUEGO FLEXIBLE SIFON Y DESAGUE 11/4 PV	5 900	19.00	28.87
E246 RA 11	8.00	SIFON 11/2 RECINA	6 700	19.00	32.58
E246 RA 11	8.00	SIFON 11/4 RECINA	3 880	19.00	18.88
E246 01	10.00	LLAVE ANGULAR PIMANG CINEPLO /	3 880	19.00	18.78
			8 880	19.00	55.57

1802098256001

1102098256001

CLIENTE

Subtotal 789.29
DESCUENTO 179.83
BASE 0% 0.00
IVA % 70.76
TRANSPORTE 0.00
TOTAL 609.42

FERRETERIA TOBAR CANCELADO ING. RAYMUNO MUÑOZ

Fecha de emisión: 0004
Fecha de autorización: 30/12/2018

FORMA DE PAGO

ESPINO EDDY ABOON 09 31 23

CONVOCOTO-FRENTE URB 8 DE JUNIO RUC / CI 1802098256001

FORMAS DE PAGO CREDITO 30 DIAS VENCIMIENTO 11 Enero 2019 CONTACTO EDDY ESPINO ZONA Pagaduría

CÓDIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	DESCUENTO	TOTAL
E190 71	2.00	JGO CENTER 4 CAPRI /	30 880	19.00	40.87
E190 74	1.00	JGO LAVABO 4 CRUX	30 880	19.00	34.83
E420 00 113	4.00	LLAVE PARED P/ALTO CRUZ FIJA /	22 240	19.00	72.08

1802098256001

1102098256001

CLIENTE

Subtotal 187.78
DESCUENTO 21.71
BASE 0% 16.71
IVA % 0.00
TRANSPORTE 0.00
TOTAL 166.04

FERRETERIA TOBAR CANCELADO ING. RAYMUNO MUÑOZ

Fecha de emisión: 0004
Fecha de autorización: 30/12/2018