



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **CARRERA FINANZAS**

#### **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA FERRETERÍA “FERRIACEROS COTOPAXI”, DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2023.**

#### **Trabajo de Titulación**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

#### **LICENCIADA EN FINANZAS**

**AUTORA:** ESTEFANY DANIELA ICAZA MONTACHANA

**DIRECTOR:** ING. JOSÉ GABRIEL PILAGUANO MENDOZA

Riobamba – Ecuador

2024

**@2024, Estefany Daniela Icaza Montachana**

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

Yo, Estefany Daniela Icaza Montachana, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación.

Riobamba, 21 de febrero de 2024.



**Estefany Daniela Icaza Montachana**

**C.I. 0550007157**

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE FINANZAS**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA FERRETERÍA “FERRIACEROS COTOPAXI”, DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2023.**, realizado por la Srta. **ESTEFANY**

**DANIELA ICAZA MONTACHANA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

**FIRMA**

**FECHA**

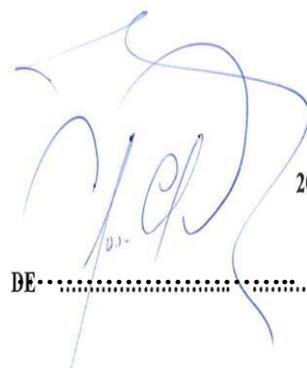
Ing. Carina del Rocío Cevallos Ramos



**2024-02-21**

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza



**2024-02-21**

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Ph.D Liliana Alejandra Funes Samaniego



**2024-02-21**

**ASESORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **AGRADECIMIENTO**

El ser humano siempre será agradecido cuando recibe algo; por tanto, mi agradecimiento profundo a Dios por la vida, salud, sabiduría e inteligencia brindada durante esta etapa de mi vida, a mis padres por el apoyo incondicional, este logro es gracias a ustedes por siempre creer en mí.

A mi querida institución Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por haberme brindado la oportunidad formar parte de la carrera de Finanzas, en la que me he formado académicamente, durante todo el período de estudio. Además, a mis profesores por los conocimientos brindados durante mi vida estudiantil, quienes me inculcaron principios y valores que me servirán durante mi vida profesional y personal.

Daniela

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis a mi amada familia, cuyo apoyo incondicional ha sido mi mayor fortaleza a lo largo de este desafiante pero enriquecedor viaje académico. A mi amada madre, por su amor, sabiduría y constante aliento, por ser mi pilar y mi inspiración de sacrificio y superación; a mi hermano, por compartir alegrías y desafíos que gracias a su amor y apoyo han hecho de este camino más ameno; a mi querida abuelita, que me bendice cada día desde el cielo al ser mi luz y mi guía en este viaje llamado vida; a mi círculo cercano, que han sido mi red de apoyo y me han dado su incondicional cariño. Cada logro alcanzado es también suyo, y cada desafío superado es un testimonio de nuestra unidad. Gracias por ser mi fuente de inspiración y mi refugio en momentos difíciles. Este logro es un tributo a su amor y paciencia. Con cariño y gratitud.

Daniela

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT .....	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. Planteamiento del Problema .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2. Limitaciones y delimitaciones.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3. Problema General de Investigación.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4. Problemas específicos de investigación (Preguntas).....</b>	<b>4</b>
<b>1.5. Objetivos .....</b>	<b>4</b>
<b>1.5.1. Objetivo General.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5.2. Objetivos Específicos.....</b>	<b>4</b>
<b>1.6. Justificación .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6.1. Justificación Teórica.....</b>	<b>5</b>
<b>1.6.2. Justificación Metodológica .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6.3. Justificación Práctica.....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Marco teórico.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.1. Concepto de Proyecto .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2. Tipos de Proyectos .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.3. Alcance del Proyecto .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.4. Ciclo de vida de un Proyecto .....</b>	<b>8</b>

2.1.5.	<i>Factibilidad</i> .....	8
2.1.6.	<i>Objetivos que determinan la Factibilidad</i> .....	9
2.1.7.	<i>Estudio de Factibilidad</i> .....	12
2.1.8.	<i>Estudio de Mercado</i> .....	15
2.1.9.	<i>Demanda</i> .....	16
2.1.10.	<i>Oferta</i> .....	18
2.1.11.	<i>Marketing Mix</i> .....	20
2.1.12.	<i>Comercialización</i> .....	21
2.1.13.	<i>Canales de Comercialización</i> .....	21
2.1.14.	<i>Estudio Técnico</i> .....	22
2.1.15.	<i>Estudio Legal</i> .....	23
2.1.16.	<i>Estudio Administrativo</i> .....	24
2.1.17.	<i>Estudio Económico</i> .....	26
2.1.18.	<i>Evaluación Financiera</i> .....	27
 <b>CAPÍTULO III</b>		
<b>3.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>29</b>
3.1	<b>Enfoque de la Investigación</b> .....	<b>29</b>
3.2	<b>Nivel de Investigación</b> .....	<b>30</b>
2.2.1	<i>Descriptiva</i> .....	<b>30</b>
3.3	<b>Diseño de la Investigación</b> .....	<b>30</b>
3.4	<b>Tipo de Investigación</b> .....	<b>30</b>
3.4.1	<i>Investigación de Campo</i> .....	<b>30</b>
3.4.2	<i>Investigación Documental</i> .....	<b>31</b>
3.5	<b>2.3 Población y Muestra</b> .....	<b>31</b>
3.5.1	<i>Población</i> .....	<b>31</b>
3.5.2	<i>Muestra</i> .....	<b>32</b>
3.6	<b>Métodos, Técnicas e Instrumentos</b> .....	<b>33</b>
3.6.1	<i>Métodos</i> .....	<b>33</b>

3.6.2	<i>Técnica</i> .....	34
3.6.3	<i>Instrumentos</i> .....	34
<b>CAPÍTULO IV</b>		
<b>4. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b> .....		<b>36</b>
4.1	<b>Resultados</b> .....	<b>36</b>
<b>CAPÍTULO V</b>		
5.2	<b>Título</b> .....	<b>52</b>
5.3	<b>Introducción</b> .....	<b>52</b>
5.4	<b>Estructura de la propuesta</b> .....	<b>52</b>
5.4.1	<i>Estudio de mercado</i> .....	<b>53</b>
5.4.2	<i>Estudio técnico</i> .....	<b>59</b>
5.4.3	<i>Estudio legal - organizacional</i> .....	<b>65</b>
5.4.4	<i>Estudio Económico-Financiero</i> .....	<b>71</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....		<b>94</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		<b>95</b>
<b>GLOSARIO</b>		
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>		
<b>ANEXOS</b>		

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 3-1:</b> Población .....	31
<b>Tabla 4- 1:</b> Edad .....	38
<b>Tabla 4- 2:</b> Género .....	<b>39</b>
<b>Tabla 4- 3:</b> Demanda de artículos de ferretería .....	<b>40</b>
<b>Tabla 4- 4:</b> Servicios de ferretería.....	<b>41</b>
<b>Tabla 4- 5:</b> Características del sector .....	42
<b>Tabla 4- 6:</b> Modalidades de venta .....	43
<b>Tabla 4- 7:</b> Demanda de productos .....	44
<b>Tabla 4- 8:</b> Productos adquiridos en otro cantón.....	45
<b>Tabla 4- 9:</b> Frecuencia de compra.....	46
<b>Tabla 4- 10:</b> Forma de pago .....	47
<b>Tabla 4- 11:</b> Criterios en los materiales .....	48
<b>Tabla 4- 12:</b> Necesidad de una ferretería .....	49
<b>Tabla 4- 13:</b> Ubicación.....	50
<b>Tabla 4- 14:</b> Ingresos que destina a la compra .....	51
<b>Tabla 5-1:</b> Demanda actual .....	53
<b>Tabla 5-2:</b> Demanda.....	54
<b>Tabla 5-3:</b> Oferta.....	55
<b>Tabla 5-4:</b> Demanda insatisfecha.....	55
<b>Tabla 5-5:</b> Ferretería/ artículos.....	56
<b>Tabla 5-6:</b> Participación en el mercado.....	56
<b>Tabla 5-7:</b> Micro localización .....	60
<b>Tabla 5-8:</b> Ubicación.....	61
<b>Tabla 5-9:</b> Planta.....	62
<b>Tabla 5-10:</b> Materiales y equipos.....	64
<b>Tabla 5-11:</b> Equipo de oficina.....	72
<b>Tabla 5-12:</b> Equipo de cómputo.....	73
<b>Tabla 5-13:</b> Vehículo .....	73
<b>Tabla 5-14:</b> Inversión Fija.....	73

<b>Tabla 5-15:</b> Mercadería.....	74
<b>Tabla 5-16:</b> Presupuesto Publicidad.....	74
<b>Tabla 5-17:</b> Roles Mano de obra directa.....	76
<b>Tabla 5-18:</b> Sueldos .....	77
<b>Tabla 5-19:</b> Costos directos .....	78
<b>Tabla 5-20:</b> Capital de Trabajo .....	80
<b>Tabla 5-21:</b> Inversión diferida.....	80
<b>Tabla 5-22:</b> Inversión total.....	81
<b>Tabla 5-23:</b> Depreciación de Activos.....	82
<b>Tabla 5-24:</b> Presupuesto de costos anuales .....	83
<b>Tabla 5-25:</b> Financiamiento del Proyecto .....	84
<b>Tabla 5-26:</b> Gasto financiero de largo Plazo.....	85
<b>Tabla 5-27:</b> Presupuesto de gastos .....	86
<b>Tabla 5-28:</b> Ingreso Proyectado .....	87
<b>Tabla 5-29:</b> Egresos de la ferretería Ferriaceros Cotopaxi.....	87
<b>Tabla 5-30:</b> Punto de Equilibrio.....	88
<b>Tabla 5-31:</b> Estado de Resultados .....	89
<b>Tabla 5-32:</b> Flujo de Caja .....	90
<b>Tabla 5-33:</b> Tasas Nacionales .....	91
<b>Tabla 5-34:</b> Tasa de descuento.....	91
<b>Tabla 5-35:</b> Flujos Netos de Caja.....	92
<b>Tabla 5-36:</b> Cálculo del VAN .....	92
<b>Tabla 5-37:</b> Tasa Interna de Retorno.....	92
<b>Tabla 5-38:</b> PRI.....	93
<b>Tabla 5-39:</b> Relación Costo Beneficio .....	93

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 4-1:</b> Edad .....	<b>38</b>
<b>Ilustración 4-2:</b> Género.....	<b>39</b>
<b>Ilustración 4-3:</b> Demanda de artículos de ferretería .....	<b>40</b>
<b>Ilustración 4-4:</b> Servicios de ferretería .....	<b>41</b>
<b>Ilustración 4-5:</b> Características del sector.....	<b>42</b>
<b>Ilustración 4-6:</b> Características del sector.....	<b>43</b>
<b>Ilustración 4-7:</b> Demanda de productos.....	<b>44</b>
<b>Ilustración 4-8:</b> Productos adquiridos en otro cantón.....	<b>45</b>
<b>Ilustración 4-9:</b> Frecuencia de compra .....	<b>46</b>
<b>Ilustración 4-10:</b> Forma de pago.....	<b>47</b>
<b>Ilustración 4-11:</b> Criterios en los materiales.....	<b>48</b>
<b>Ilustración 4-12:</b> Necesidad de una ferretería.....	<b>49</b>
<b>Ilustración 4-13:</b> Ubicación .....	<b>50</b>
<b>Ilustración 4-14:</b> Ingresos que destina a la compra .....	<b>51</b>
<b>Ilustración 5-1:</b> Estructura de un estudio de Factibilidad.....	<b>52</b>
<b>Ilustración 5-2:</b> Estructura de un estudio de Factibilidad .....	<b>54</b>

## RESUMEN

El presente estudio de investigación tuvo como objetivo principal realizar un estudio exhaustivo de las diferentes variables del mercado para conocer la factibilidad financiera de una nueva sucursal de Ferriaceros en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi para el periodo 2023-2027. Todo esto realizado a través de una metodología de enfoque mixto, con una investigación de nivel descriptiva, con diseño no experimental; con el uso de técnicas e instrumentos de investigación para la recolección de datos los mismos que fueron tabulados a través de la estructura de los diferentes estudios implementados. Teniendo como principales resultados: una demanda insatisfecha del mercado lo cual indica una oportunidad para el nuevo negocio; se pudo además conocer a través del estudio técnico los diferentes recursos y estructura para la nueva sucursal; se contó además con un estudio administrativo que determinó el orgánico funcional de la institución y finalmente se pudo calcular el estudio económico. Siendo el estudio financiero la base fundamental para la toma de decisiones por parte de los inversionistas se pudo conocer que el Valor Actual Neto (VAN) fue positivo por un valor de \$325,132.31 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 21.56%, se demuestra la viabilidad financiera del proyecto. Concluyendo así que, según los indicadores financieros no solo existe la rentabilidad del emprendimiento, sino también la generación significativa de empleo para la población local. Además de los beneficios financieros, se destaca la contribución al desarrollo económico local, consolidando la posición de Ferriaceros en el mercado y catalizando el crecimiento en la zona. Este estudio sienta las bases para una expansión exitosa respaldada por datos concretos y la participación activa de la comunidad, constituyendo una valiosa contribución al ámbito de la toma de decisiones empresariales y el desarrollo económico local.

**Palabras clave:** <PROYECTO DE FACTIBILIDAD>, <EVALUACIÓN FINANCIERA>, <TASA INTERNA DE RETORNO>, <INDICADORES FINANCIEROS>, < ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL>.



18-03-2024  
0330-DBRA-UPT-2024

## ABSTRACT

The main objective of this study was to carry out an exhaustive analysis of different market variables to determine the financial feasibility of a new Ferriaceros branch in the Latacunga canton, province of Cotopaxi, period 2023-2027. This study was carried out through a mixed approach methodology, with a descriptive level research, with a non-experimental design; with the use of research techniques and instruments for data collection, which were tabulated through the structure of the different studies implemented, having as the main results: an unsatisfied market demand which indicates an opportunity for new business; It was also possible to learn about the different resources and structure for the new branch through the technical study. There was also an administrative study that determined the functional organization of the institution and finally the economic study could be calculated. Being the financial study the fundamental basis for decision making by investors, it was possible to know that the Net Present Value (NPV) was positive for a value of \$325,132.31 and an Internal Rate of Return (IRR) of 21.56%, it is demonstrated the financial viability of the project. Thus concluding that, according to the financial indicators, there is not only the profitability of the venture, but also the significant generation of employment for the local population. In addition to the financial benefits, the contribution to local economic development stands out, consolidating Ferriaceros' position in the market and catalyzing growth in the area. This study lays the foundation for successful expansion backed by hard data and active community participation, making a valuable contribution to business decision-making and local economic development.

**Keywords:** <FEABILITY PROJECT>, <FINANCIAL EVALUATION>, <INTERNAL RATE OF RETURN>, <FINANCIAL INDICATORS>, <ORGANIZATIONAL STRUCTURE>.



Luis Fernando Barriga Fray  
0603010612

## INTRODUCCIÓN

Un estudio de factibilidad es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que espera implementar. No obstante, este tipo de estudio le permite a la empresa conocer si el negocio o proyecto que espera emprender le pueda resultar favorable o desfavorable. También le ayuda a establecer el tipo de estrategias que le pueden ayudar para que pueda llegar a alcanzar el éxito. Es decir, en pocas palabras el estudio de factibilidad permite conocer si el negocio o proyecto se puede hacer o no se puede hacer, cuáles son las condiciones ideales para realizarlo y cómo podría solucionar las dificultades que se puedan presentar.

El resultado del estudio de factibilidad es un documento que es llamado Factibilidad del Proyecto y que incluye el famoso caso de negocio o business case. Dentro del alcance del proyecto, se debe considerar diversas áreas de factibilidad que deberán ser analizadas, típicamente son las siguientes: Factibilidad Técnica. ¿El proyecto es técnicamente factible? Si lo es deberías de declarar cualquier riesgo técnico asociado al proyecto. La Factibilidad Operativa: ¿La empresa es capaz de operar el nuevo producto o servicio? En este punto debes asegurarte de que tu empresa tiene la capacidad para operar los productos y/o servicios que se construyen en el proyecto. Es posible que el proyecto en sí sea factible, pero puede tener un riesgo significativo si la empresa no es capaz de operar el producto después de que el proyecto se termine. La Factibilidad Geográfica. ¿El proyecto es factible dada la ubicación física del equipo del proyecto? En este punto vale la pena preguntarse si la empresa tiene los recursos tecnológicos y humanos para poder entregar un resultado de alto valor como consecuencia de llevar a cabo el proyecto. Cada vez más, los proyectos se llevan a cabo con equipos virtuales, lo que trae consigo una serie adicional de riesgos inherentes. Otro aspecto a considerar en este punto es si la ubicación de la empresa le permitirá implementar la solución de mejor manera. Factibilidad de Tiempo. ¿El proyecto es factible dado el tiempo de dedicación que requerirá de los participantes? Esta es una gran preocupación en proyectos más grandes. Puede tener el presupuesto para ejecutar el proyecto, pero puede darse cuenta de que no puede liberar de sus actividades cotidianas al personal requerido para llevarlo a cabo y la Factibilidad Financiera. ¿El proyecto es financieramente factible? Esto será especialmente importante si la inversión o el costo del proyecto es relevante para tu organización. Es posible que un proyecto pueda tener un costo que es significativamente suficiente para poner a la compañía entera en riesgo. Puede que tengas la capacidad para presupuestar el proyecto ahora, pero puede ser también que, al analizar el impacto, este sería un costo en exceso muy significativo. En este estudio es importante usar algunas técnicas comunes de evaluación financiera, por ejemplo: El valor presente neto, la Tasa Interna de Retorno, entre

otras. Con estos antecedentes se desarrolla el siguiente estudio para determinar la factibilidad de una nueva sucursal de la ferretería Ferriaceros ubicada en la ciudad de Latacunga la misma que se desea incluir en la dinámica empresarial para conseguir mayores beneficios financieros sin perder el objetivo básico de servir y atender a la sociedad latacungeña con productos de gran calidad y garantía satisfaciendo sus necesidades por este segmento de comercialización.

El presente estudio está desarrollado a través de cinco capítulos los cuales identifican las principales variables de estudio.

## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del Problema

En la actualidad realizar una inversión es parte del riesgo inherente de la dinámica económica, sin embargo, para minimizar estos riesgos es importante que se planteen soluciones técnicas que busquen mejorar y plantear procedimientos oportunos que eviten el cierre prematuro de los diferentes negocios o emprendimientos. A nivel nacional todos los días surgen emprendimientos que buscan posicionarse o consolidarse buscando satisfacer a sus clientes y cumpliendo los niveles de rentabilidad exigidos por sus inversionistas. Sin embargo, los emprendimientos o apertura de nuevos negocios son realizados de forma empírica sin considerar estudios técnicos adecuados que propicien identificar las condiciones óptimas con las que deberá contar el inversionista para poner en riesgo su capital.

Por otra parte, la diversificación del mercado y el crecimiento acelerado de la población con necesidades múltiples a las que se debe responder, ha permitido que muchas empresas de diferentes giros incursionen aprovechando estas oportunidades, ofertando distintas actividades productivas, como es el caso del sector ferretero y de materiales e insumos para la construcción.

Si bien, la actividad ferretera o tiendas de herramientas e insumos de construcción, se encuentra sólidamente posicionada en el mercado, en el cantón Latacunga, no ha logrado un posicionamiento total puesto que, existe una oferta mínima de artículos de ferretería y materiales de construcción y aquellos lugares que existen están ubicados en un solo sector de la ciudad; por lo que, la población ha tenido que trasladarse hacia lugares más alejados para conseguirlos, en consecuencia, han incurrido en altos costos de transporte y pérdida de tiempo, provocando también una demanda insatisfecha.

En este sentido, se evidencia que existe un nicho de mercado que comercialmente aún no es explorado y abordado, por el crecimiento poblacional y otros factores y es necesario considerar la aplicación de técnicas que involucren un estudio adecuado de la factibilidad que existe para que un inversionista considere cubrir esta demanda insatisfecha, logrando satisfacer las necesidades de la población, disminuir su riesgo por la pérdida de inversión y que su emprendimiento sea sustentable en el tiempo.

Considerando los antecedentes mencionados, esta investigación pretende conocer los criterios necesarios para la creación de una sucursal de la empresa Ferriaceros Cotopaxi, cuya actividad principal es la venta de materiales e insumos de construcción. Así también, determinar las oportunidades para ingresar al mercado, las necesidades y requerimientos de la población del cantón Latacunga, en donde se pretende implementar el negocio y que fortalezca su imagen corporativa local.

## **1.2. Limitaciones y delimitaciones**

- **Empresa:** FERRETERÍA “FERRIACEROS COTOPAXI”
- **Provincia:** Cotopaxi
- **Cantón:** Latacunga
- **Delimitación temporal:** Período 2022.

## **1.3. Problema General de Investigación**

¿Cómo contribuye la realización del proyecto de factibilidad para la creación de una sucursal de la ferretería “Ferriaceros Cotopaxi”, en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi?

## **1.4. Problemas específicos de investigación (Preguntas)**

¿Cómo ayuda para la economía local la realización de un proyecto de factibilidad?

¿Qué se va a lograr con la recopilación de información en relación al estudio de factibilidad?

¿Cómo se realizará el diagnóstico situacional realizado a la empresa?

¿De qué manera contribuye crear una sucursal de la Ferretería Ferriacero, a la situación financiera local?

## **1.5. Objetivos**

### ***1.5.1. Objetivo General***

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de la ferretería Ferriaceros Cotopaxi de la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi, que permita obtener rentabilidad.

### ***1.5.2. Objetivos Específicos***

- Elaborar un marco teórico utilizando las diferentes técnicas de investigación que defina las principales variables de estudio.
- Realizar un estudio de mercado y uno técnico para determinar la factibilidad comercial mediante la demanda insatisfecha de la población.
- Demostrar la factibilidad financiera del proyecto de creación de una sucursal de Ferriaceros, a través de una evaluación financiera.

## **1.6. Justificación**

En los últimos años ha existido una gran proliferación de emprendimientos, sin embargo, no se ha logrado una subsistencia prolongada de los mismos, por el contrario, los emprendimientos y negocios locales cierran de forma instantánea por no lograr cubrir sus costos y gastos básicos para su giro de negocio. En este sentido, el trabajo se justifica en la realización de un estudio técnico de factibilidad que permita a los inversionistas valorar los recursos que se puede destinar a la apertura de su negocio y que se identifique su viabilidad financiera que logre generar una rentabilidad positiva y superior a una tasa pasiva del mercado.

### ***1.6.1. Justificación Teórica***

El desarrollo teórico del presente trabajo investigativo se lo realiza con la revisión de datos bibliográficos de diversos autores procurando contar con bases académicas y científicas de las principales líneas como libros, artículos científicos, ensayos académicos, tesis y demás documentos físicos y digitales que sirvan como información competente y suficiente para delimitar y respaldar el levantamiento del proyecto de factibilidad, ya que se podrá consolidar y ampliar los conocimientos de este proceso en el desarrollo del trabajo de investigación.

### ***1.6.2. Justificación Metodológica***

En el presente trabajo de investigación se pondrá en práctica una metodología de enfoque cualitativo, por la naturaleza de los datos a analizarse y de los resultados a obtenerse, todo esto a través de métodos deductivos, inductivos, analíticos sintéticos, a través de la aplicación de varias técnicas de investigación y sus respectivos instrumentos que validen la información encontrada para la solución a la problemática establecida.

### ***1.6.3. Justificación Práctica***

El presente trabajo investigativo se justifica con el levantamiento de un proyecto de factibilidad, ya que gracias a este recurso se podrá establecer un estudio de mercado, para conocer la demanda y oferta de este producto, a su vez se realizarán diferentes estudios como el estudio técnico, administrativo, legal, y financiero; toda vez que se procura proteger los recursos financieros que se pretende invertir en esta sucursal, evitando posibles pérdidas o comprometiendo su liquidez y capital de trabajo. Además, que involucra generar dinamismo en el proceso económico, lo cual facilita el acceso de nuevos clientes frente a los productos ofertados en dicho emprendimiento por aperturarse.

## CAPÍTULO II

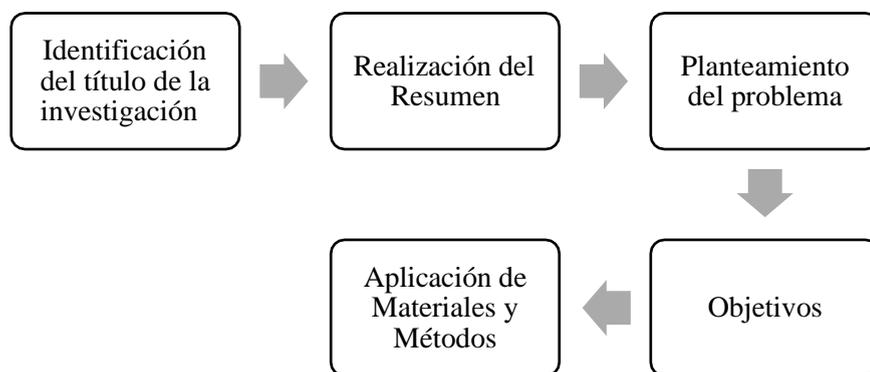
### 2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 2.1 Marco teórico

##### 2.1.1. Concepto de Proyecto

Según Vega (2019), argumenta “Que un proyecto se puede identificar como una idea superficial que se busca convertirla en material para cubrir las necesidades del sector que se requiere llegar” (p.23).

En otras palabras, un proyecto se define como un conjunto de acciones que buscan un mismo objetivo que es satisfacer la necesidad o dar solución a un problema mediante un enfoque social y económico mediante una secuencia de pasos empezados por:

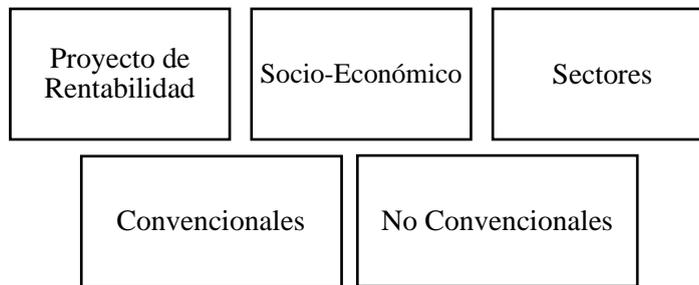


**Ilustración 2-1:** Procedimiento de un proyecto  
Fuente: Herrera (2018).

Mediante la Figura 1-2, este procedimiento se puede indicar que el primer paso es identificar el título de la investigación que se va a realizar en el proyecto, procediendo con el resumen del mismo para identificar la necesidad más notoria para que partiendo de lo general poder llegar al específico.

El Planteamiento del problema se divide en macro, meso y micro lo cual permite identificar problemas focalizados donde se necesita implantar una solución para mejorar la calidad de vida socioeconómica en el sector donde se desee plantear el proyecto en proceso mediante el planteamiento de objetivos que se necesita alcanzar aplicando métodos y metodologías para realizar la ejecución del proyecto según sus pasos.

### 2.1.2. Tipos de Proyectos



#### **Ilustración 2-2:** Tipos de proyectos

**Fuente:** (Montes Del Castillo & Montes Martínez, 2018).

En la figura 2-2 se puede observar los tipos de proyectos existentes, los mismos que pueden definirse y utilizarse según la necesidad de los inversionistas. Así tenemos proyectos de rentabilidad, socio económicos, según los sectores, los convencionales y los no convencionales.

Santos & Oliveira (2019), enfatiza en los siguientes tipos de proyectos por:

- Objetivo o Finalidad (Rentabilidad del proyecto, Rentabilidad de los recursos propios, Capacidad de repago)
- Naturaleza de la justificación económica (Necesarios, De rentabilidad indirecta, Destinado a aumentar beneficios)
- Relación entre los proyectos (Reponer el potencial de beneficios por Desgaste u Obsolescencia, De rentabilidad indirecta, Destinado a aumentar beneficios)
- Sector (Primario, Secundario y Terciario)
- Perfil del Flujo de fondos (Convencionales, No convencionales, Con flujos constantes y Con flujos variables) (Cevallos, 2020).

En los tipos de proyectos se identifica según las necesidades del sector; todos tienen una característica en común que es la inversión inicial mediante el proceso y según las necesidades presentadas pueden identificar la categoría de proyecto para aplicar los diferentes enfoques de ejecución.

### 2.1.3. Alcance del Proyecto

Mediante Boero (2020), afirma el desarrollo estructural en frecuente indica que servirá de soporte en las actividades establecidas mediante herramientas dinámicas en la planificación utilizando bases teóricas para dar inicio y mediante el proceso ir perfeccionando y realizando reformas.

Como Finalidad en los alcances en definición tendrá:

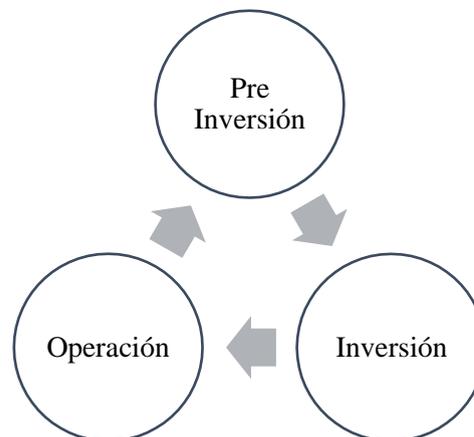
- Decidir sobre o no el proyecto

- Servir como instrumento de información.
- Servir como instrumento de información general para todas las áreas y como base para mostrar el avance del proyecto.
- Definir las metas y dirección del proyecto
- Enunciar los posibles problemas y ventajas
- Base de referencia para consultas y salvar conflictos.

Se identifica que el objetivo se logrará a través de la aplicación de la metodología y la consecución de la estructura de la propuesta.

#### **2.1.4. Ciclo de vida de un Proyecto**

Los ciclos de vida de un proyecto es un consecutivo que debe cumplir con diferentes fases las cuales se dividen en:



**Ilustración 2-3:** Ciclo de vida del producto

Fuente: (Torres Loaiza, 2018).

La Ilustración 2-3 presenta:

- Pre Inversión es el punto de partida donde se establece si el proyecto es realizable.
- Inversión segunda fase donde interviene recursos tangibles como intangibles que se involucra en proyecto.
- Operación tercera fase donde se identifica el progreso de actividades dentro del objeto de estudio.

#### **2.1.5. Factibilidad**

Como bien afirma Reyna et al. (2019), que: “La Factibilidad es un estudio general mediante la recopilación de información previo a un estudio de mercado donde se analiza si los objetivos se están cumpliendo para determinar si se puede realizar en un sector.”

Se identifica como opción de factibilidad al análisis de los aspectos de necesidades sociales y económicas de un sector en específico tomando en cuenta los objetivos planteados mediante un proceso de observación, ejecución, aplicación de métodos y metodologías para determinar la factibilidad del proyecto.

### ***2.1.6. Objetivos que determinan la Factibilidad***

Para Acemoglu & Robinson (2019), los objetivos que determina la factibilidad son:

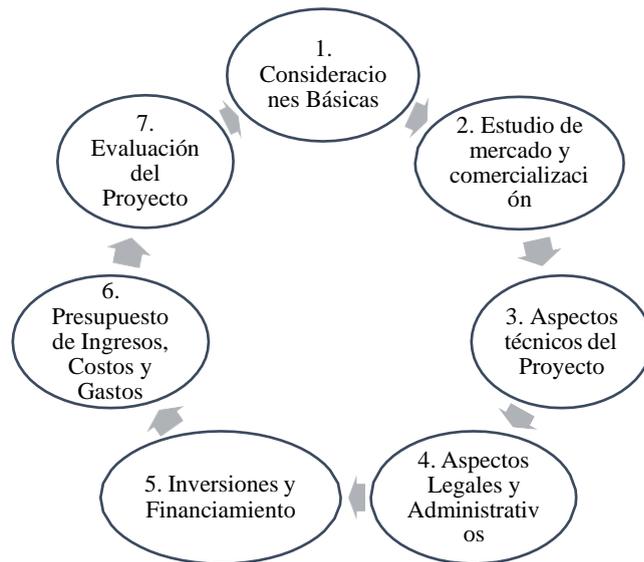
- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aceleración en la recopilación de los datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.

Mediante los objetivos de factibilidad se determina hasta donde desea alcanzar el proyecto; qué énfasis y desarrollo pretende extender para cubrir las necesidades y las nuevas oportunidades a crear mediante los procesos de ejecución que se van aplicar y que se quiere lograr.

#### ***2.1.6.1. Estructura de la Factibilidad***

Según Méndez (2020), indica que en el nivel de la prefactibilidad o de factibilidad se desarrolla mediante el análisis de diferentes aspectos los cuales son ordenados para la aplicación de pasos para determinar su factibilidad.

Según el autor establece pasos principales para poder determinar la secuencia y la estructura a desarrollar tomando en cuenta todos los elementos y características que intervienen en un proyecto. Se analiza desde lo mínimo a lo general buscando dar soluciones y determinando su factibilidad mediante los resultados.



**Ilustración 2-4:** Estructura del proyecto  
**Fuente:** Méndez (2020).

Según la Figura 4-2 Esta estructura permite desarrollar un estudio general mediante los procesos, investigando posibles estrategias para obtener información verídica.

Según Sapag (2020), afirma que: “En el proyecto de inversión intervienen elementos que favorecen para determinar la factibilidad como instrumento de información social, económica, comercial los cuales permiten el levantamiento de información buscando soluciones el cual se convierte en una ejecución partiendo de una idea.”



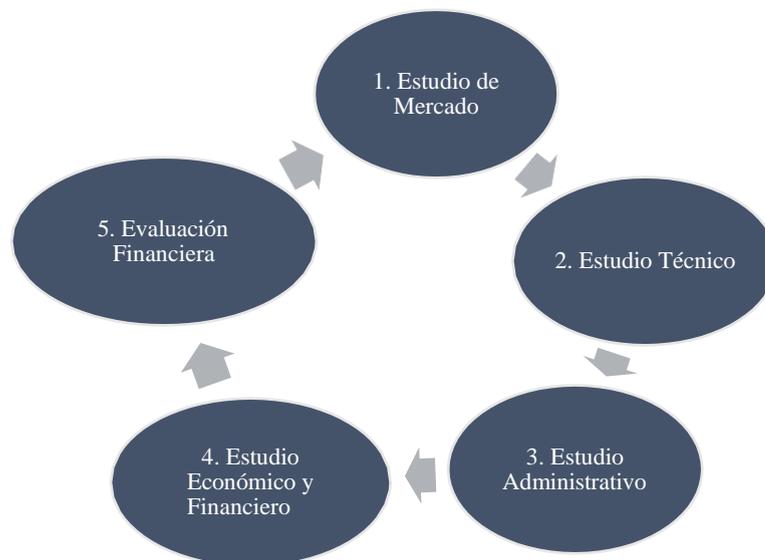
**Ilustración 2-5:** Proyecto de inversión

**Fuente:** Sapag (2020).

En la estructura desarrollada en la Figura 5-2, se puede relacionar con los elementos del autor anterior en similitud de estructura los cuales determinan los pasos y la secuencia a seguir para la resolución de cada elemento en conjunto y así poder demostrar la factibilidad que tendrá una idea de negocio.

Según Cevallos (2020), indica que: “En un proyecto de inversión se utiliza el conjunto de ideas especializados, organizados los cuales permiten disminuir el riesgo comercial o financiero.”

La estructura propuesta es la siguiente:



**Ilustración 2-6:** Conjunto de ideas

Fuente: Cevallos (2020).

En la Ilustración 6-2 se determina el proceso de una secuencia de pasos son de referencia para el desenvolvimiento y aplicación de estrategias de resolución enfatizando la factibilidad del mismo proyecto.

#### 2.1.6.2. Aspectos Básicos de la Factibilidad

Para Santo et al (2019) afirma que 3 aspectos importantes en un proyecto de factibilidad son:

- Factibilidad Operacional

En la operacionalizad se puede tomar diferentes etapas como la ejecución de procesos de comercialización entre ofertantes y demandantes, por ende, debe existir un flujo de procesos los cuales determine como se debe llenar a cabo cada funcionalidad dentro de la ferretería, con flujos administrativos y constitucionalidad (Santo et al., 2019, p. 18).

- Factibilidad Técnica

En el punto técnico se puede analizar las herramientas, mano de obra, materia prima y recursos que debe necesitar el lugar donde se desea implementar, por medio un estudio dentro del mismo

el encargado puede analizar si se necesita incrementar o disminuir las herramientas o la mano de obra incluyendo un análisis comentario (Santo et al., 2019, p. 18).

- Factibilidad Económica

Según Santo et al. (2019), menciona que: “Mediante este estudio se puede analizar el tiempo, el costo del personal y operación mediante un presupuesto donde abarque todas las necesidades para determinar si la economía que contendrá será necesaria es decir si es o no factible.”

### *2.1.6.3. Evaluación de la Factibilidad*

Para Moncayo (2018), señala que la evaluación de factibilidad se comprende entre 4 componentes que son:

- Evaluación Técnica
- Evaluación Ambiental
- Evaluación Financiera
- Evaluación Socioeconómica

Todos los puntos anteriormente relacionados son de fundamental importancia porque mediante los estudios de cada uno de ellos se puede determinar aspectos importantes que favorezcan al proyecto que se esté realizando y por ende hacerlo viable.

Según lo establecido en la evaluación de la factibilidad de un proyecto se determina para la aceptación de la factibilidad del mismo con el fin de obtener el desarrollo del proyecto en beneficio.

### *2.1.7. Estudio de Factibilidad*

Es un estudio que se realiza por medio de la recolección de información sobre un determinado grupo de personas o lugar, información por la cual se determina si los objetivos están bien planteados y se está enfocando en dar solución al problema por el cual se implementó la idea del proyecto se lo analiza por la parte socio-económica y financiera la cual determinará si poseerá los suficientes recursos para dar por aceptable el proyecto.

Preguntas para un estudio de factibilidad son las siguientes:

- ¿Qué?, para definir el proyecto que se desea implementar. ¿Quién?, es para saber qué persona lo desarrollará o implementará. Una vez definido el proyecto, se pregunta si la empresa tiene la posibilidad de hacer el proyecto. Si la respuesta es negativa, existen dos opciones: la primera, que se rechace el proyecto; la segunda, que se vuelva a definir el proyecto hasta llegar

a uno que sea posible para la empresa. Una vez que la respuesta sea afirmativa el proyecto pasa al siguiente nivel (Cevallos, 2021).

- ¿Cuándo y dónde? el propósito de saber en qué fecha y en qué lugar es conveniente iniciarlo, lo cual indica la factibilidad del mercado. Si la respuesta es negativa existen dos alternativas: la primera, que se repruebe el proyecto; la segunda, que se vuelva a definir la fecha y el lugar hasta encontrar aquéllos que sean posibles para el mercado. Una vez que la respuesta sea afirmativa el proyecto pasa al siguiente nivel (Cevallos, 2021).
- ¿Cómo? el objeto de saber qué métodos, estrategias y/o técnicas se van a emplear. Si la respuesta es negativa, encontramos dos situaciones: la primera, que se elimine el proyecto o que se vuelva a definir la técnica hasta encontrar la que sea posible realizar. Una vez que la respuesta sea afirmativa, el proyecto pasa al siguiente nivel (Cevallos, 2021).
- ¿Cuánto? Para saber la cantidad que se invertirá, cuánto nos generará y en cuánto tiempo; esto representa la factibilidad financiera de poder hacer el proyecto. Si la respuesta es negativa, se puede desechar el proyecto o se debe volver a definir la factibilidad financiera hasta encontrar la apropiada; una vez que la respuesta sea afirmativa, se realiza la siguiente pregunta (Cevallos, 2021).
- ¿Por qué? Para saber cuál es la razón por la que queremos o pensamos iniciar la operación.

En las preguntas planteadas por el autor se puede analizar la aplicación y como se guía cada una de las preguntas para determinar el paso y lo que se quiere lograr mediante la aplicación de los procesos tomando en cuenta la investigación y la ejecución del proyecto (Cevallos, 2021).

#### 2.1.7.1. Estructura del contenido de los Estudios de Factibilidad

Según Ruíz (2017), y Cevallos (2020), se enfocan y afirman la siguiente estructura:



**Ilustración 2-7:** Estructura de un estudio de Factibilidad

**Fuente:** Ruíz (2017) y Cevallos (2020).

Según Ruíz Echeverría (2017) y Vique (2020) se enfocan y afirman la siguiente estructura:

En el Marco de Referencia se encuentra:

- Factores naturales
- Factores legales
- Factores tecnológicos

Dentro de estos puntos se analiza el mercado su financiamiento las materias primas a utilizar, mediante normas legales expuestas y en camino para estar dentro de la Ley, también se analiza la tecnología a utilizar para el proceso de producción del bien o el servicio a dar.

En el Estudio de Mercado se encuentra:

- Producto
- Análisis de la demanda
- Análisis de la oferta
- Análisis de la demanda insatisfecha
- comercialización del producto.

Mediante estos factores pretende establecer si hay una demanda existente o no la cual permita ser el enfoque a donde se dirija el proyecto establecido, se justifique el proceso en tiempo y en el entorno real.

El estudio técnico se divide en:

- Tamaño del proyecto
- Ingeniería del proyecto
- Localización
- Distribución de la planta
- Marco legal
- Requerimientos y recursos.

Mediante un estudio técnico se podrá analizar la factibilidad del proyecto según la mano de obra la producción y donde se podría situar para que el proyecto se desarrolle de mejor manera y sea efectivo planteando en un lugar estratégico.

El estudio administrativo se identifica por:

- Organigrama
- Direccionamiento estratégico
- Mapa estratégico

Se identifica por la estructura de la organización, los departamentos a emplear en la empresa en el proyecto identificado los aspectos para ejecutar la fase de operación mediante el estudio administrativo se busca emplear eficiencia y eficacia dentro de la organización.

En el estudio económico y financiero

- Inversión total
- Financiamiento de la inversión total
- Punto de equilibrio

En este punto se busca establecer parámetros principales para la ejecución del mismo como principal punto buscando una rentabilidad en un proyecto dentro de las inversiones, costos e ingresos los cuales son medidos por parámetros establecidos de convivencia.

Dentro de la Evaluación Financiera se encuentra:

- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Valor Actual Neto (VAN)
- Costo/Beneficio
- Tasa Mínima de Rentabilidad

Se enfoca en analizar la parte financiera midiendo su rentabilidad en el tiempo mediante proyecciones de estados financieros aplicando métodos para determinar la recuperación de la inversión en caso de ser factible, pero si no es factible no se podría realizar.

### ***2.1.8. Estudio de Mercado***

Cevallos Vique (2020) menciona que: “Es relevante para la recolección de información mediante características de la población y el lugar a estudiar, tomando en referencia datos reales donde se pueda identificar las ventajas y desventajas para poder generar la propuesta de manera más clara.”

#### ***2.1.8.1. Objetivos del Estudio de Mercado***

El estudio de mercado tiene por objetivo:

- Determinar la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción, que en una cierta área geográfica y sobre determinadas condiciones de venta (precios, nivel de ingresos, etc.), la comunidad está dispuesta a comprar.
- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.

- Conocer cuáles son los medios que se están empleando para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Determinar el riesgo (intangibles) para un inversionista si su producto corre la suerte de ser o no aceptado en el mercado (Cevallos, 2020, p. 24).

#### 2.1.8.2. *Importancia del Estudio de Mercado*

El estudio de mercado debe proporcionarnos criterios útiles para:

- Determinar la capacidad de producción de la nueva planta
- Fijar la ubicación de la planta
- Estimar probables ingresos durante la vida útil de los productos sustitutos y complementarios
- Conocer las estructuras de abastecimiento de materias primas (mercado proveedor)
- Conocer los hábitos, actitudes del consumidor con respecto a cambios en precios e ingresos
- Conocer la política estatal y sus efectos (impuestos, subsidios)
- Conocer los precios del mercado productor y consumidor
- Conocer los canales de comercialización. (Cevallos, 2020, p. 24)

Las preguntas fundamentales que tiene que resolver el estudio de mercado son:

- ¿Cuánto se podrá vender?
- ¿A quién se podrá vender?
- ¿Qué clase de competencia habrá?
- ¿A qué precio se podrá vender?
- ¿Cómo se comercializa?

#### 2.1.9. *Demanda*

Según Resico (2018) afirma que: “Se determina por el comportamiento del consumidor en la decisión de adquirir un bien o servicio, el comportamiento del comprador depende de diferentes situaciones dentro de ellas son directamente los factores de precio, calidad y cantidad.”

Su fórmula es:

$$Dx = qx = f(Px)$$

Fuente: (Acevedo Manuel & Piñeiro Mónica, 2017)

**Donde;**

**Dx'**: Demanda

**qx**: Cantidad demandada

**f**: Función

**Px**: Precio

La demanda varía según el comportamiento como:

- Ingresos de los consumidores (Y) se enfoca en los ingresos y la tendencia que tienen para adquirir bienes y servicios.
- Cantidad de consumidores(N) se caracteriza por el número de compradores que existe
- Precio de los bienes complementarios  $P_c$  se identifica por el precio que suplanta a otro bien
- Gustos y Preferencias son las características que un consumidor identifica de primera mano para poder adquirir el mismo.
- Expectativas es la intuición de cómo se presentará un producto mediante las promociones por temporadas.

#### *2.1.9.1. Análisis de la Demanda*

Consiste en la segmentación de mercado donde se identifica al posible consumidor que esté dispuesto a adquirir. Esta demanda se mide por diferentes factores que están identificados, por una serie de factores como necesidades de un bien o servicio mediante la cual se determina el ingreso de un sector, de su población esto se obtiene mediante encuestas o entrevistas para poder tener información verídica y verdadera en tiempo real, dentro del mismo espacio se puede realizar la comparación entre la demanda actual y la posible demanda que existiría en el futuro (Cevallos, 2020, p. 33).

#### *2.1.9.2. Tipos de Demanda*

Se identifica 3 tipos de Demandas que son:

- Demanda Histórica
- Demanda Actual
- Demanda Proyectada
- Demanda Insatisfecha

Los tipos de oferta son indicadores donde se puede identificar los posibles consumidores mediante el comportamiento que tienen dentro del mercado y sobre los precios de los bienes y servicios, se

puede analizar cuál ha sido su evolución partiendo de datos antiguos y llegando a los actuales para así poder proyectar hacia el futuro cual sería la posible demanda mediante una tasa de crecimiento en específico (Cevallos, 2020, p. 35).

#### *1.2.6.3 Demanda Insatisfecha*

Según Cevallos Vique (2020) indica que: “Se determina por la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada la cual da una participación en el mercado con el que se puede trabajar dentro del proyecto.”

Su fórmula es:

$$Demanda\ Insatisfecha = Demanda\ Proyectada - Oferta\ Proyectada$$

Fuente: (Cevallos Vique, 2020)

#### *1.2.6.4 Demanda Proyectada*

Se determina por el consumo aparente de un cierto producto el cual es analizado para proyectar mediante el coeficiente de crecimiento de la población.

Su Formula es:

$$Cn = Co ( 1 + i ) n$$

Fuente: (Cevallos Vique, 2020)

### **2.1.10. Oferta**

Según Goolsbee Austan (2018) menciona que “Es el servicio o bien que se puede comercializar en el mercado el cual satisface la necesidad de la otra parte en cargo de los diferentes precios que puede tener mediante el comportamiento del mercado competitivo.”

Su fórmula es:

$$Qx = f (Px, p, t, e)$$

Fuente:(Goolsbee Austan, 2018)

Donde;

Qx: Cantidad del bien  $x$

px: Precio del bien  $x$

pi: Precio de los insumos

t: Tecnología

e: Estado de la economía.

Los Factores que influyen en la Oferta

- Técnicas de producción
- Los impuestos y subsidios
- Los precios de otros bienes (sustitutos)
- Expectativas en cuanto a los precios
- La cantidad de vendedores en el mercado

#### *1.2.7.1 Análisis de la Oferta*

Mediante el análisis de la oferta se puede identificar la oferta actual y la oferta futura la cual está dentro del mercado, según la competencia que se pueda presentar a nivel de la localización planteándose con sus bienes y servicios a ofrecer a los demandantes.

Se utiliza para medir las cantidades que una empresa ofrece en un mercado midiéndose en características y producciones mediante la investigación de campo y la valoración económica social del sector para determinar su posible producción de bien o servicio.(Cevallos, 2020, p. 48)

#### *1.2.7.2 Tipos de Oferta*

- Oferta Competitiva
- Oferta Proyectada
- Oferta Oligopólica
- Oferta Monopólica

La oferta se clasifica según el comportamiento del mercado y la existencia de empresas que ofrecen los bienes y servicios a disposición de los clientes para satisfacer sus necesidades se presentan mediante características según la empresa y su comportamiento para acatar clientes es indispensable conocer el sector donde se va ubicar la empresa si existe competencia o es única si existirá una oferta futura (Cevallos, 2020, p. 24)

#### *1.2.7.3 Oferta Proyectada*

Se relaciona por los productos que se vende en el mercado tomando un indicador aparente y se lo proyecta mediante un coeficiente determinado de crecimiento poblacional.

Su fórmula es:

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

Fuente: (Cevallos Vique, 2020)

### 2.1.11. Marketing Mix

Como afirma Fernández Marcial (2021) en la actualidad se encuentra ajustado el mercado mediante la demanda satisfecha, pero a esto se le debe dar un valor agregado no solo en la producción sino en la comercialización en saber cómo llegar a la demanda y que sea notorio lo que se desea expresar mediante estrategias de competencia y de marketing.



**Ilustración 2-8: Marketing Mix**

**Fuente:** (Fernández Marcial, 2021)

Mediante la Figura 2-8 se puede analizar los 4 componentes del Marketing los cuales se va a definir a continuación:

- Producto

En las definiciones citadas por Thompson (2011), indica que: “Un producto es un bien o servicio que se ofrece para satisfacer la necesidad de una persona se caracteriza por ser tangible e intangible y se realiza el acto de la comercialización entre ofertantes y demandantes.”

- El Precio

Según Thompson (2011), indica que: “Es una variable del Marketing por la fijación de precios de los productos, es decir dar un valor económico el cual se gravan para ser entregados en el mercado y que los consumidores puedan adquirirlos en manera de trueque”, en el precio intervienen dos variables importantes como es el precio justo y las condiciones de fijación.

- La Promoción

A la promoción se la considera el medio de conexión entre la oferta y la demanda en la comunicación, en el marketing se categoriza por invertir en propaganda por cualquier medio para poder llegar a sus compradores de forma técnica mediante las decisiones para producir la oferta mediante un análisis a la demanda (Figuerola et al., 2020, p. 319).

- Plaza de Distribución

Según Figueroa et al. (2020), indica que: “Es la acción de personas que se dedican a la venta es un medio de comercialización, es el conjunto de actividades de un grupo de productores que se dedican a vender sus productos a los consumidores, intermediarios o mayoristas.”

### ***2.1.12. Comercialización***

La afirmación de Ramírez (2015), señala que se puede identificar como la acción de intercambio de un bien o servicio el ofertante ofrece y el demandante por la adquisición cancela un valor monetario esto se lo lleva en los mercados o lugares afines dentro de este tema interviene el desarrollo de estrategias de comercialización.

Los factores que determinan una buena comercialización son:

- Análisis del consumidor

Mediante un análisis profundo de un mercado identificado se logra determinar preferencias características y gustos por los productos que desean consumir mediante la necesidad que presenten su comportamiento frente a promociones, precios y lugar.

- Desarrollo del producto

Se enfoca en la aplicación de tecnología para poder innovar el producto bien o servicio que se vaya a ofrecer al consumidor para que esté al alcance y gusto del mismo.

- Fijación de Precios

Se utiliza como medio para establecer un precio justo a su producto y generar márgenes de utilidad mediante la calidad del producto a ofrecer.

- Branding

Es una estrategia de un marketing mix establece en dar publicidad mediante un logotipo llamativo el cual se identifique con el producto que se va a vender y represente lo que el productor y empresario quiere transmitir, dando canales de estrategias.

- Ventas y Distribución

### ***2.1.13. Canales de Comercialización***

Mediante Ramírez (2015), los canales de comercialización se busca la manera de relacionar al productor con el consumidor mediante:

- Canales de distribución para productos de consumo

- a) Canal Directo

Se identifica donde el productor tiene relación directa con el consumidor y es responsable de cada una de sus ventas y no tiene un precio fijo y adecuado al comportamiento del mercado.

b) Canal Detalle

Existe la intervención de otras personas en acción de intermediarios como los supermercados, tiendas, vendedores de mercado los cuales realizan la acción de comprar vender y volver a vender creando las terciadoras y no generando ganancia al productor.

c) Canal mayorista

Se detalla la participación de los intermediarios los cuales distribuyen al por mayor a otras personas o nombradas como clientes los cuales se encargan de la acción de compra y venta al por mayor.

#### ***2.1.14. Estudio Técnico***

Según Cevallos (2020), afirma que: “Es el proceso técnico-productivo, para a cuál se tiene que establecer un punto de equilibrio adecuado mediante los equipos, infraestructura civil, mano de obra, materia prima y también tomando en cuenta la localización y tamaño del proyecto.” Mediante el estudio técnico se puede analizar todo lo relacionado a la producción y la tecnología a utilizar dentro del mismo se analiza la adaptación del proyecto en un sector donde se analiza lo siguiente:

- Tamaño del proyecto
- Ingeniería del proyecto
- Localización
- Distribución de planta
- Marco legal
- Requerimientos y recursos

##### *2.1.14.1. Tamaño del Proyecto*

Según Cevallos (2020), manifiesta que: “Es la relación de la capacidad de producción que tendrá un bien o servicio es decir el tiempo de producción que se podrá proyectar mediante el tiempo”. En otra palabra se determina por la inversión y el servicio que podrá brindar en el tiempo determinado puede ser diario, semanal o mensual.

##### *2.1.14.2. Ingeniería del proyecto*

Cevallos (2020), indica que “Es un punto de análisis el cual permite contabilizar la ingeniería del proyecto partiendo desde la inversión principal que requieren los bienes o servicios los mismos

que permiten determinar la factibilidad incluyendo en muebles y enceres incluyendo la localización.”

#### *2.1.14.3. Localización*

Como bien sostiene Cevallos (2020), su principal enfoque es saber ubicar de manera correcta la empresa en un lugar terrestre que este a disposición del proyecto a efectuar

- Macro localización

Se interpreta como la definición de la zona geográfica donde se va a ubicar la unidad de servicio o de producción los cuales se identifiquen para reducir costos en especial de transporte. Se lo identifica de manera; nacional, regional o provincial (Cevallos, 2020, p. 60).

- Micro localización

Mediante la Micro localización se define el sitio preciso donde se va a construir el proyecto que esté al alcance de los posibles demandantes determinando disponibilidad de producción, comercialización, mano de obra, servicios básicos, etc. Los cuales son de fundamental importancia para su enfoque (Cevallos, 2020, p. 60).

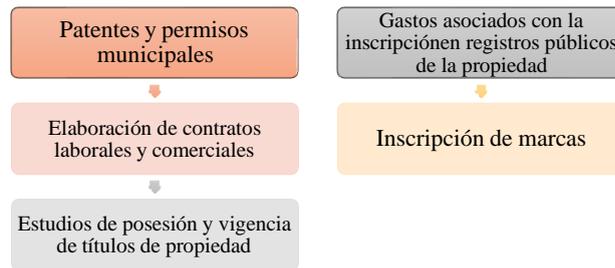
#### *2.1.14.4. Distribución de Planta*

Dentro de este punto se indica las áreas que debe tener una empresa o una entidad o según el enfoque del proyecto el mismo que tendrá área comercial de distribución, industrial o comercial las cuales tendrán diferente estructura dentro de la empresa y será organizado según la necesidad que se presente para mejorar su producción o comercialización del bien o servicio (Cevallos 2020, p. 50).

#### *2.1.15. Estudio Legal*

Según Alemán (2021), menciona que: “Es la unión de leyes establecidas para la creación de un nuevo proyecto o acción con lo cual se pretende lograr la creación de una empresa que posibilite siguiendo lineamientos dentro de la ley.”

En el estudio legal existe algunos gastos como:



**Ilustración 2-9:** Estudio legal

Fuente: Alemán (2021).

Si bien se expresa en la Figura 10-2, en el Estudio legal ingresan todos los reglamentos establecidos dentro de la empresa y llevar al cabo mediante la ley establecida en el Ecuador para luego no tener problemas al momento de solicitar permisos.

### 2.1.16. Estudio Administrativo

Alemán (2021), se basa en los indicadores de organización de planes para la ejecución ordenando al equipo de trabajo ejecutando mediante un flujo de procesos y manuales de perfil profesional.

En la parte administrativa que propone Cevallos (2020), indica que interviene el análisis organizacional mediante los procedimientos administrativos definidos es decir ocupa la parte operacional, inversión y estructuración de la planta.

En otras palabras, el estudio Administrativo legal se compone de procesos, leyes y reglas en el proyecto a ejecutar que estén dentro de la normativa para aplicar y en lo posterior no presentar problemas dichos.

#### 2.1.16.1. Organigrama Estructural

Según Ydali y Niño (2018), señala que “son elementos propios de cada negocio y correspondiente a su cultura organizacional, es decir expresa todas las características posibles existentes mediante una gráfica de la parte administrativa y de funciones dentro de una empresa.

#### 2.1.16.2. Empresa

Según Andrade (2018), selecciona que: “Una empresa es una organización sistematizada y organizada según sus funciones, pueden ser públicas o privadas con fines o sin fines económicos esto varía dependiendo su actividad a la que se enfoque.”

#### 2.1.16.3. *Misión*

Según Andrade (2020), indica que: “Se enfoca hacia dónde va como empresa en forma de generalización de cómo me quiero ver en el futuro, en el aspecto profesional, personal y empresarial.”

#### 2.1.16.4. *Visión*

Según Andrade (2020), indica que: “Es un conjunto de acciones planificadas de forma no visible con lo cual se desea a llegar a ser en el futuro y mediante de utilización de herramientas estableciendo tiempos de corto, medio y largo plazo.”

#### 2.1.16.5. *Valores Institucionales*

Los valores se determinan por el enfoque que presente una entidad siempre y cuando tenga los principios de buenas costumbres dirigidas al bienestar de las personas administrativo, personal operacional y clientela para crear un ambiente laboral saluda.

#### 2.1.16.6. *Políticas*

Son guiones a cumplirse dentro de una organización la cual no debe ser faltada se enfoca al personal administrativo y operacional y también incluyendo al cliente en caso de llegarse a incumplir algún parámetro se puede aplicar una política de excusa.

#### 2.1.16.7. *Reglamentos*

Son conjuntos de condiciones a cumplirse por parte de las personas pertenecientes a la organización incluyendo su oferta y su demanda para crear un vínculo de respeto y operacionalizad en su plenitud.

#### 2.1.16.8. *Estructura*

Se trata de un enfoque donde se divide según las necesidades de la empresa dependiendo de los departamentos existentes y la parte administrativa en conjunto con los trabajadores es algo parecido a la ingeniería del proyecto.

### **2.1.17. Estudio Económico**

En lo establecido por Ficos (2018), indica que: “Es un análisis realizado a los términos monetarios de donde parten las decisiones a tomar en la etapa de inversión y ejecución de un proyecto, mediante los gastos e ingresos.”

#### **2.1.17.1. Inversión**

La inversión nace cuando el inversor toma la decisión de ejecutar un proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación. En esta etapa se materializa lo definido en estudio técnico, en lo que hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar el proyecto en condiciones de entrar en operación. Tales inversiones son: compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinaria y equipos, compra de equipo de oficina, adquisición de materias primas, adquisición de muebles y enseres, desarrollo de programas y procedimientos para la producción del bien o servicio, programa de capacitación del personal (Boero, 2020, p. 44).

#### **2.1.17.2. Punto de Equilibrio**

Según Cevallos (2020), menciona que: “El punto de equilibrio se basa en la combinación y relación de costos variables y costos fijos los mismos que señalan cual es la inversión y venta de producto para determinar el punto de encuentro donde no se gana ni se pierde.

#### **2.1.17.3. Costo Fijo**

Son valores constantes sin importar el aumento o disminución de la producción de un bien o servicio determinado el tiempo, no importa la operación que realicen se fortalecen por estrategias adoptadas mediante estrategias que sin importar el volumen que produce la empresa del bien o servicio no afecta a sus costes de producción (Municipalidad de Bogotá, 2018).

#### **2.1.17.4. Costo Variable**

Son valores que cambian mediante la producción es decir si aumenta o disminuye es lo cual se determina el valor de una ejecución u orden mediante la cantidad a exponer mediante una proporción generada la cual si afecta a los costos de la empresa (Municipalidad de Bogotá, 2018).

### 2.1.18. Evaluación Financiera

Dentro de este punto se puede analizar de forma ordenada los antecedentes de que tipo monetario se maneja, mediante operaciones analíticas que permita determinar el proceso de evaluación del proyecto. Establecer una proporcionalidad entre rentabilidades anteriores a la rentabilidad que se quiere llegar.

Según Boero (2020), indica que existe diferentes mediciones de Rentabilidad pueden analizarse por:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Costo/Beneficio
- Tasa Mínima de Rentabilidad

#### 2.1.18.1. Valor Actual Neto (VAN)

Se enfatiza en el contenido de un sistema de inversion el cual parte desde una inversion a proyectar la cual se determinara si ganara o perdera la misma con el pasar de los años es decir que si el VAN es menor a 0 se toma la decision de recharazar el proyecto pero si sucede lo contrario es mayor a 0 se acepta el proyecto, pero si el VAN en igual a 0 quiere decir que es nuestra decisión si aceptamos o rechazamos.

La fórmula a utilizar es:

$$VAN = \frac{\sum \text{Flujos De Efectivo}}{(1 + i)^n} - I_o$$

*Realizado por: (Boero, 2020)*

- Indicadores del Valor Actual Neto

VAN > 0 Se aceptaria el proyecto porque se generara una rentabilidad y se recupera la inversión.

VAN < 0 No se acepta al proyecto pues no genera rentabilidad y no se recupera la inversión es deci hay perdida.

VAN = 0 El proyecto no genera ni rentabilidad ni ganancias.

#### 2.1.18.2. Tasa Interna de Retorno

Indica que se representa por porcentaje los excedentes no recuperados en cada periodo, es una manera de medir la tasa de interés o rentabilidad.

Su fórmula es:

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[ \frac{VAN_1}{VAN_1 + VAN_2} \right]$$

Realizado por: (Boero, 2020)

- Indicadores del Valor Actual Neto

TIR > k El proyecto sera aceptado por la recuperacion y el porcentaje de ganancia.

TIR < k El proyecto debe rechazarse ya que genera perdida a la inversion aplicada

TIR = k No se acepta ni se rechaza pero es evidente que no genera ninguna ganancia es estatico.

### 2.1.18.3. Razón Beneficio/Costo(B/C)

Se relaciona entre ingresos y egresos los cuales en una división proporcional se determina si el proyecto fue factible o no mediante la inversión y lo que se gastó.

Su fórmula determinada es:

$$R B/C = \frac{VN + VAN}{C}$$

Realizado por:(Boero, 2020)

- Indicadores de la Razón Beneficio/Costo

B/C > 1 La representación indica que su beneficio es mayor al costo

B/C < 1 Está representado por lo que los costos superan al beneficio

B/C = 1 Determinan por la no ganancia de beneficio esto influencia a la reducción de costos.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Enfoque de la Investigación

- Enfoque Cualitativo

De acuerdo con el autor Herrera (2018) “En una investigación cualitativa se identifica las características de un entorno para analizar e identificar particularidades insertadas a una investigación mediante un enfoque de comportamiento que dé resultados partiendo de lo mínimo a lo general en relación al problema.” (p.8).

El enfoque cualitativo en la presente investigación formará parte en la construcción de las cualidades descriptivas que tendrá la nueva sucursal de Ferriaceros tanto en su esquema comercial, así como de los recursos que se necesitará para que pueda realizar su giro de negocio.

- Enfoque Cuantitativo

En este enfoque se utilizan datos establecidos mediante análisis estadísticos y matemáticos los cuales son de fundamental importancia para el desarrollo del proceso en cuantificar y procesar la información en un determinado problema para poder representar de manera numérica mediante métodos (Klaus Bruhn, 2020, p. 45).

Puesto que, se realizará una evaluación económica financiera que dará como resultado la viabilidad que tiene el proyecto a ser realizado.

En el presente trabajo de investigación se establece en un enfoque mixto el cual se compone por ser de tipo cualitativo puesto que, este enfoque buscará interpretar el sentido de los fenómenos dentro de su entorno natural, es decir mediante una metodología participativa se respaldan ciertos comportamientos de un grupo de estudio mediante la recopilación de información en encuestas y entrevistas. Por otra parte, el enfoque cuantitativo porque se aplicará instrumentos para la medición de la factibilidad de una Ferretería en el cantón Latacunga mediante datos estadísticos y matemáticos mediante su análisis.

### **3.2 Nivel de Investigación**

#### ***2.2.1 Descriptiva***

Según Marroquín (2017), menciona que: “Mediante este nivel se analiza todos los datos numéricos y características específicas mediante una descripción de la realidad a la que se enfoca la investigación” (p.23).

Se aplicará este tipo de investigación, considerando que se describe el mercado de las ferreterías y cómo funciona actualmente dentro del cantón Latacunga, para denotar cuales serían los beneficios que traería la creación de un centro de expendio de materiales e insumos para la construcción como una Ferretería y para realizar la comercialización de sus productos dentro y fuera de la provincia.

### **3.3 Diseño de la Investigación**

Marroquín Peña (2017) , señala que: “El diseño de investigación es no experimental de corte longitudinal, ya que la información y datos fueron tomados para ser analizados por una única vez sin manipularlos” (p.12).

Es decir, la información se obtendrá por medio de visitas para la aplicación de los instrumentos. Adicionalmente se contará con la colaboración de los propietarios de la Ferretería que pretende abrir la sucursal y a su vez los habitantes del cantón para evaluar la aceptación de esta Ferretería para el beneficio completo de la localidad.

### **3.4 Tipo de Investigación**

#### ***3.4.1 Investigación de Campo***

Según los autores Monroy & Nava (2018), indica que: “Es la recopilación de información directa mediante técnicas incursionándose en el lugar donde se encontró la problemática de forma directa en donde se enfoca la investigación.”

La investigación se permitirá relacionarse con los administrativos y propietarios de la empresa “Ferriaceros Cotopaxi” y con los consumidores los cuales responderán a una encuesta dirigida a sus preferencias y necesidades por este tipo de productos con la información obtenida de los

mismos se logró analizar un panorama más claro que será útil para implementar mejoras en el la planificación de la apertura de Ferriaceros Cotopaxi.

### **3.4.2 Investigación Documental**

En la Investigación se caracteriza por basarse en teorías pasadas para poder analizar los datos presentes y de tal manera poder escoger las decisiones correctas por pasos sistematizados y ordenados, mediante esta investigación también se busca sustentar las hipótesis planteadas a nivel de una investigación aplicada (Monroy & Nava, 2018).

Mediante esta investigación tratará de fundamentar la idea mediante bases teóricas las cuales son de vital importancia para crear secuencias y pasos de solución a problemas hallados previo a la indagación de teorías para la apertura de una nueva ferretería del grupo Ferriaceros Cotopaxi para poder generar la rentabilidad.

## **3.5 2.3 Población y Muestra**

### **3.5.1 Población**

Es un grupo de personas con las mismas características con necesidades las cuales se encuentran en medio de un territorio nacional es considerada una sociedad dentro de un total, se lo analiza mediante las necesidades a identificarse y las cuales deberán ser cubiertas (Arias et al., p. 2). La población que se considerará será la PE la del último censo nacional, para la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga y a su vez proyectada a la actualidad

**Tabla 3-1: Población**

<b>Año</b>	<b>Población (miles de habitantes)</b>
<b>2010</b>	176,842
<b>2011</b>	179,794
<b>2012</b>	182,748
<b>2013</b>	185,698
<b>2014</b>	188,627
<b>2015</b>	191,539
<b>2016</b>	194,423
<b>2017</b>	197,277
<b>2018</b>	200,094
<b>2019</b>	202,878

2020	205,624
2021	208,717
2022	211,601

**Fuente:** Población INEC, (2022). Proyección desde el último Censo.

### 3.5.2 *Muestra*

Es una parte referencial del total de población la cual hace referencia al grupo determinado de estudio mediante técnicas y métodos para poder obtener información clara, concreta y sencilla de una problemática planteada que merece tener una solución para dar satisfacción a la población en general (Arias et al., p. 205).

De la población obtenida, la primera muestra representa a la PEA, del cantón Latacunga, que es de 118,496 INEC, (2022) que es el 56% del total proyectado.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N=Tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Al calcular damos los siguientes valores:

N = 118,496 hab.

$z^2 = 1,96$

p = 0,50

$$q = 0,50$$

$$d = 5\% (0,05)$$

$$n = ?$$

Cálculo de la muestra

$$\frac{N * Z^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = 384$$

### **3.6 Métodos, Técnicas e Instrumentos**

Para el desarrollo de una investigación se incluye los métodos científicos que ayudarán a desarrollar de mejor manera el proyecto aportando con:

#### **3.6.1 Métodos**

##### **3.6.1.1 Método Inductivo**

Según Monroy & Nava (2018), mencionan que: “Es una metodología de razonamiento que parte de lo general a lo específico mediante el análisis secuencial que se realiza para poder llegar a un punto de conclusión que determine la característica a investigar.”

El método estará previsto para la recolección teórica de la investigación y toda información relevante para dar apertura al cumplimiento de los objetivos propuestos para la investigación.

##### **3.6.1.2 Método Deductivo**

Como bien afirma Monroy & Nava (2018), en su conceptualización indica que: “Mediante el análisis de lo General con un proceso racional aplicado hasta determinar la particularidad este es aplicado en una investigación para obtener datos característicos mínimos que den respuesta a una investigación” (p.32).

El método deductivo logrará conocer aspectos específicos del tipo o giro de negocio que se pretende dar apertura, así mismo de los recursos mínimos que son necesarios para poner en marcha este proyecto. Llegando así a concluir si la apertura de una nueva sucursal es factible o no dentro de este mercado.

### **3.6.2 Técnica**

Son instrumentos utilizados para poder recopilar información mediante un conjunto de métodos aplicables a la población en específico.

#### **3.6.2.1 Encuestas**

Según Marroquín Peña (2017) establece que “La encuesta es un grupo de preguntas que se lo realizar de forma oral o escrita mediante un cuestionario, este va dirigido a la muestra tomada de un total de población que está enfocada la investigación” (pp.6-7)

Esta técnica se aplicará con el propósito de recolectar información, dirigida a factores del ambiente interno y externo para saber qué tan eficientes y eficaces son las operaciones que se realizan con relación a la comercialización de productos ferreteros.

#### **3.6.2.2 Entrevista**

Mediante lo planteado por Marroquín Peña (2017), menciona que: “Una entrevista es un medio de comunicación con la población mediante preguntas específicas las cuales deben ser respondida en contorno a la investigación se lo realiza de forma verbal.”

Se utilizará para solventar dudas las mismas que aportaron al presente trabajo de investigación, esta técnica estuvo dirigida al gerente de la empresa Ferriaceros Cotopaxi.

### **3.6.3 Instrumentos**

#### **3.6.3.1 Cuestionario**

Según Monroy & Nava (2018), menciona que: “Son un conjunto de preguntas sistematizadas y organizadas enfocadas a la investigación para determinar una brevedad de respuestas posibles con las cuales se pueda trabajar de mejor manera en la segmentación de mercado.

Mediante el cuestionario se generará una serie de preguntas relacionadas a la investigación para poder identificar necesidad y localizar las posibles variables dentro del proyecto las cuales ayudaron a formular adecuadamente la línea del marco propositivo.

#### 3.6.3.2 *Guía de Observación*

En el proyecto a desarrollarse se considerará un instrumento primordial porque se podrá recoger información que involucre de forma directa a las variables de estudio, e identificar la factibilidad del mismo.

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 Resultados

**Instrumento De Investigación:** Entrevista

**Dirigido al:** Inversor del proyecto / Emprendedor/ Gerente

**Objetivo:** Conocer las expectativas del inversor sobre la factibilidad de la apertura de una sucursal de FERRIACEROS, en la ciudad de Latacunga.

**Instructivo:** Responda según corresponda.

- ¿Cómo surge la idea de abrir una nueva sucursal de la ferretería FERRIACEROS?

Surge por el conocimiento del mercado en este tipo de productos o segmento de ferretería.

- ¿Cuáles son los objetivos que tiene ud. al pretender invertir en este tipo o sector de la economía local?

Los objetivos de Ferriaceros siempre han sido servir a la ciudadanía ofertando productos de calidad, a precios asequibles y aportar a la economía y desarrollo de la comunidad en general puesto que también brindamos fuentes de empleo.

- ¿Considera que un estudio técnico o formal puede mejorar las condiciones previas para conocer la realidad del mercado en donde pretende aperturar su negocio?

Sí, por esta razón se dio la facilidad para la investigación a realizarse.

- ¿Qué tipo de productos considera que deberá poner a disposición de su mercado?

Todo tipo de productos en la línea de ferretería por que el cliente siempre pide variedad y sobre todo conseguir en un solo lugar los artículos necesarios para sus proyectos de construcción o mantenimiento.

- ¿Qué nivel de riesgo percibe ud. en la localidad donde pretende poner en marcha su

negocio?

Como en cualquier parte del país la situación económica y el desempleo es un gran riesgo puesto que es parte del ciclo de consumo, sin embargo, con estrategias adecuadas se puede superar estos obstáculos.

- ¿Los recursos financieros con los que dispone para esta inversión son propios o financiados por una IFIS?

En un gran porcentaje los recursos son propios, pero en el estudio se podrá identificar el grado de apalancamiento que tal vez necesitemos.

- ¿Qué factor considera Ud. que diferenciaría a su emprendimiento de otros que oferten productos similares a los FERRIACERO?

Una publicidad adecuada de los productos estrella que tiene la ferretería e incentivar con promociones a nuestros clientes.

- ¿En el caso de ser factible la apertura de esta nueva sucursal, qué tipo de productos Ud. ofertaría al público, ha considerado un producto o segmento de la construcción específico?

Seguir con la línea de productos dispuestos en la matriz, además de incrementar otros de tipo eléctrico.

- ¿Posee manuales y procesos ya diseñados con los que se trabaje en su empresa?

En algunos procesos si, pero si se puede realizar de forma general para las funciones determinadas de cada colaborador sería un aporte importante para Ferriaceros.

**Instrumento:** Encuesta

**Objetivo:** El objetivo de la encuesta, es conocer el nivel de aceptación de los pobladores, para la apertura de una sucursal de FERRIACEROS COTOPAXI

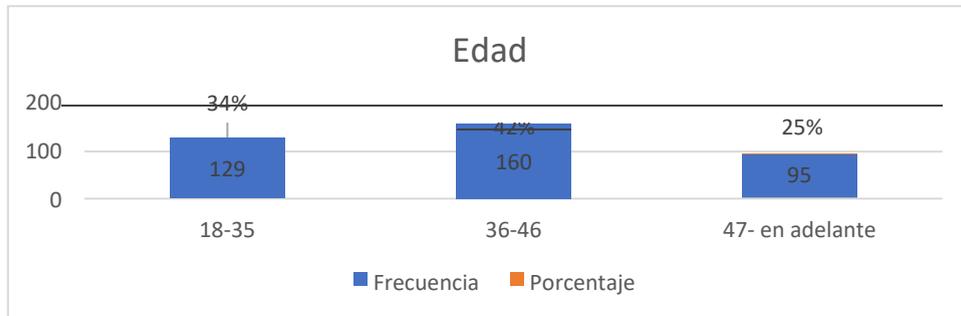
## DATOS INFORMATIVOS:

**Tabla 4- 1: Edad**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
18-35	129	34%
36-46	160	42%
47- en adelante	95	25%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta clientes externos

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).



**Ilustración 4-1: Edad**

**Fuente:** Encuesta clientes externos

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

**Análisis:** en la encuesta realizada se puede identificar que el 42% de la población pertenece a un rango de edad entre los 36-46 años de edad; por otra parte, el 34% pertenece a un rango de edad entre los 18-35 años; mientras que el 25% pertenece a un rango de 47 años en adelante.

**Interpretación:** identificado el rango de edad de los potenciales clientes se puede establecer que en su gran mayoría se ubica en un rango de 18 a 46 años, esta información es relevante por cuanto permitirá dirigir una estrategia de ventas para este segmento del mercado y a su vez garantizar la fidelización de este mercado, visualizando sus características principales en el tipo de compras que realizan.

## Género

Tabla 4- 2: Género

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	295	77%
Femenino	89	23%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuesta clientes externos

Realizado por: Icaza, E. (2023).

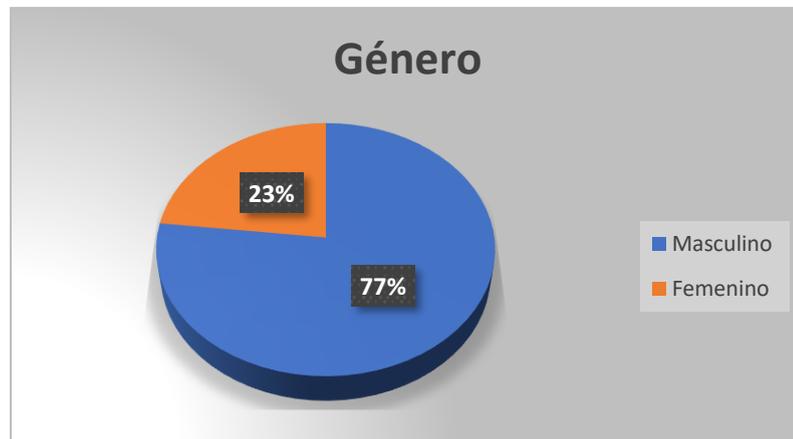


Ilustración 4-2: Género

Fuente: Encuesta clientes externos

Realizado por: Icaza, E. (2023).

**Análisis:** en la en la población encuestada se puede identificar que el 77% corresponde al género masculino mientras que el 23% pertenece al género femenino.

**Interpretación:** los resultados alcanzados en relación al género ayudan a generar posibles estrategias de venta, sobre todo al ofertar promociones y descuentos según actividades sociales referentes a los géneros identificados.

1. ¿Compra usted, productos de ferretería en la ciudad de Latacunga?

**Tabla 4- 3:** Demanda de artículos de ferretería

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	384	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuesta clientes externos  
Realizado por: Icaza, E. (2023).



**Ilustración 4-3:** Demanda de artículos de ferretería

Fuente: Encuesta clientes externos, 2023.  
Realizado por: Icaza, E. (2023).

**Análisis:** el 100% de la población encuestada manifiesta que compra productos o artículos de ferretería.

**Interpretación:** al tener al tener una población del 100% se puede asegurar que existe una demanda activa de productos o artículos de ferretería en la ciudad de Latacunga por lo que si se apertura una nueva sucursal de Ferriaceros es factible que pueda subsistir en el mercado gracias a sus ventas.

2. ¿Considera usted, que son suficientes los servicios de ferretería que existe en el cantón?

**Tabla 4- 4:** Servicios de ferretería

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	63	16%
NO	321	84%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta clientes externos  
**Realizado por:** Icaza, E. (2023).



**Ilustración 4-4:** Servicios de ferretería

**Fuente:** Encuesta clientes externos  
**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

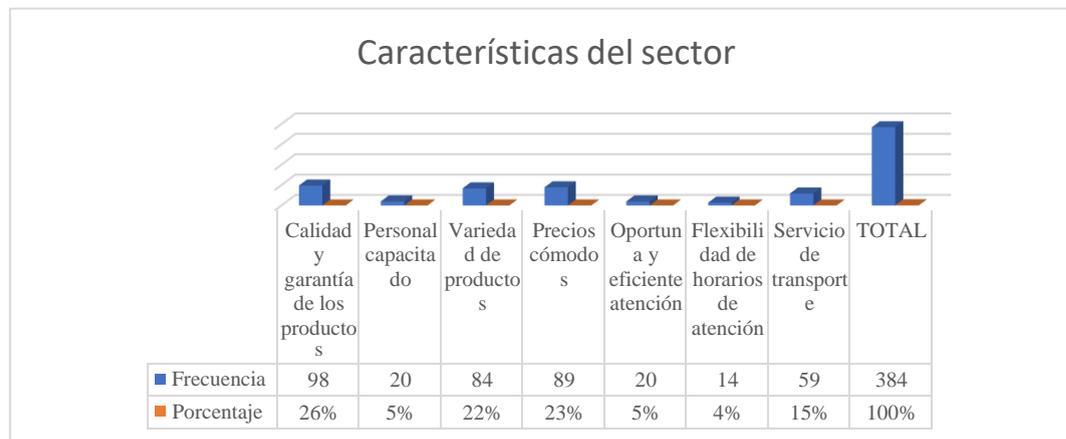
**Análisis:** de la población encuestada el 84% manifiesta que no son suficientes los servicios de ferretería que existen en la ciudad de Latacunga mientras que el 16% considera que sí.

**Interpretación:** al existir un 84% en la población encuestada que manifiesta que no son suficientes los servicios de ferretería se puede considerar este porcentaje como una oportunidad para lograr cubrir la necesidad del mercado en la obtención de productos de ferretería a su vez se lograría posicionar y contribuir a la economía local.

3. ¿Cuál de las siguientes características de servicio al cliente, considera usted que una ferretería debe tener hacia sus clientes?

**Tabla 4- 5:** Características del sector

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Calidad y garantía de los productos	98	26%
Personal capacitado	20	5%
Variedad de productos	84	22%
Precios cómodos	89	23%
Oportuna y eficiente atención	20	5%
Flexibilidad de horarios de atención	14	4%
Servicio de transporte	59	15%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Ilustración 4-5:** Características del sector

**Fuente:** Encuesta clientes externos

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

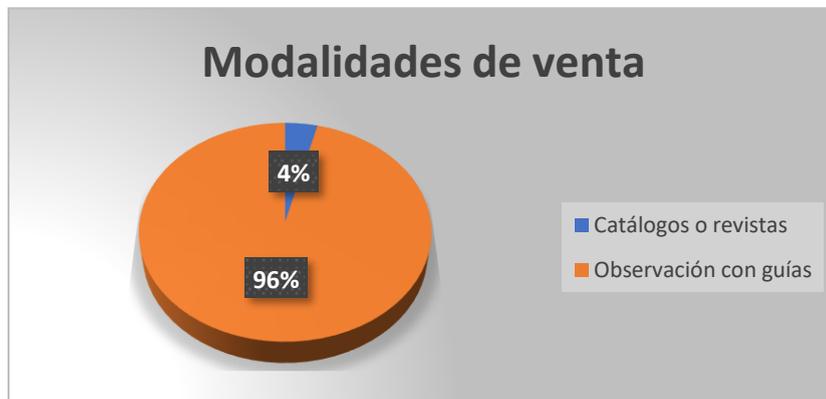
**Análisis:** De la población encuestada el 26% de la población considera que la calidad y garantía de los productos es una de las características principales que debe tener la ferretería; por otra parte, el 23% considera que son los precios cómodos; el 22% la variedad de productos; el 5% manifiesta que es el personal capacitado, la atención y el 4% la flexibilidad de los horarios de atención.

**Interpretación:** la encuesta muestra la preferencia que puede tener una ferretería según sus características y cuáles son las más apreciadas por los clientes. En este caso es importante por cuanto serán las características que deberá tener en cuenta la nueva Ferretería para poner a disposición del cliente sus servicios.

4. Que modalidades de venta, piensa usted que se debería mantener en una ferretería

**Tabla 4- 6:** Modalidades de venta

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Catálogos o revistas	15	4%
Observación con guías	369	96%
<b>TOTAL</b>	384	100%



**Ilustración 4-6:** Características del sector

**Fuente:** Encuesta clientes externos

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

**Análisis:** de la población encuestada según la modalidad de venta que el cliente prefiere en los productos o artículos de ferretería el 96% prefiere la observación con guías especializadas, por otra parte, el 4% prefiere que acceder a los productos a través de catálogos o revistas.

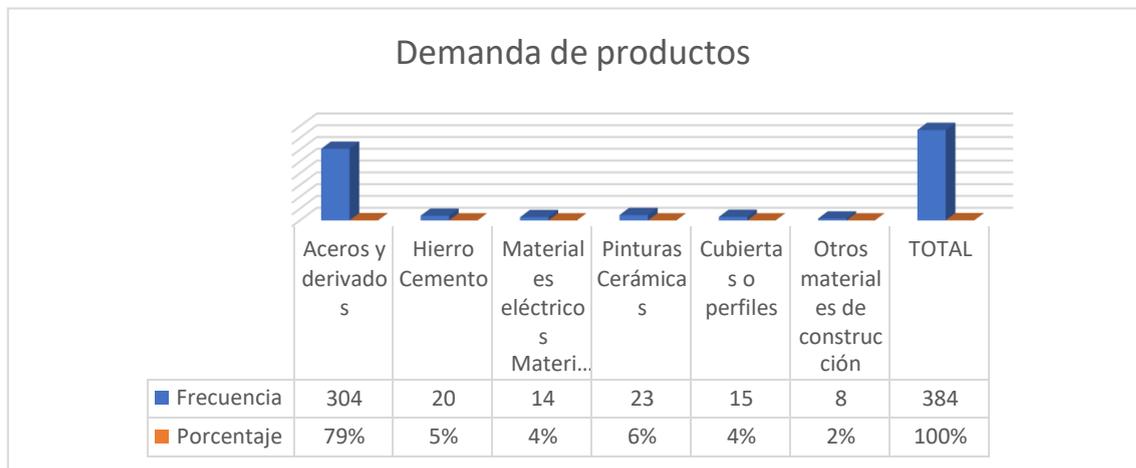
**Interpretación:** a través de la encuesta se puede determinar que la población del cantón Latacunga prefiere visitar el local donde se expende los productos y ser guiado por el personal para conocer de los artículos o productos, es importante determinar esta información por cuanto la ferretería deberá contar con vendedores expendedores que guíen al cliente y consoliden así la venta.

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

**Tabla 4- 7:** Demanda de productos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Aceros y derivados</b>	<b>304</b>	79%
<b>Hierro y Cemento</b>	<b>20</b>	5%
<b>Materiales eléctricos Materiales de servicios de agua Grifería y sanitarios</b>	<b>14</b>	4%
<b>Pinturas Cerámicas</b>	<b>23</b>	6%
<b>Cubiertas o perfiles</b>	<b>15</b>	4%
<b>Otros materiales de construcción</b>	<b>8</b>	2%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta clientes externos  
Realizado por: Icaza, E. (2023).



**Ilustración 4-7:** Demanda de productos

Fuente: Encuesta clientes externos  
Realizado por: Icaza, E. (2023).

**Análisis:** de la población encuesta el 79% manifiesta que el principal producto ferretero es el acero y sus derivados, el 6% manifiesta que son las pinturas y cerámicas; el 5% compra hierro y cemento; el 4% adquiere materiales eléctricos y cubiertas y perfiles, mientras que el 2% adquiere otros materiales de construcción.

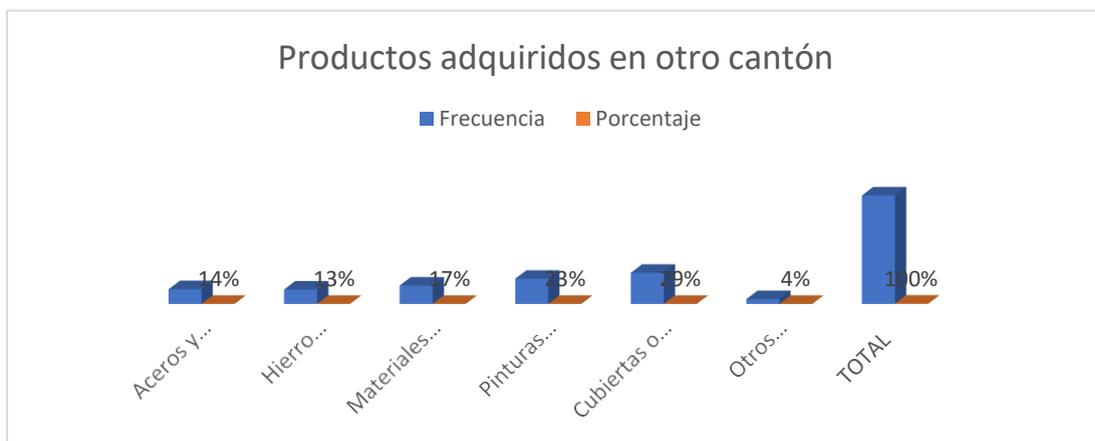
**Interpretación:** al conocer los principales productos que adquieren los demandantes del cantón Latacunga, la nueva ferretería deberá especializarse en estos productos y a su vez brindar al cliente variedad de productos de calidad referentes a los principales como el acero, pinturas, hierro y cemento.

6. De los productos antes mencionados, ¿cuál de ellos compra o adquiere fuera del cantón Latacunga?

**Tabla 4- 8:** Productos adquiridos en otro cantón

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Aceros y derivados	52	14%
Hierro Cemento	51	13%
Materiales eléctricos Materiales de servicios de agua Grifería y sanitarios	65	17%
Pinturas Cerámicas	89	23%
Cubiertas o perfiles	110	29%
Otros materiales de construcción	17	4%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuesta clientes externos  
Realizado por: Icaza, E. (2023).



**Ilustración 4-8:** Productos adquiridos en otro cantón

Fuente: Encuesta clientes externos  
Realizado por: Icaza, E. (2023).

**Análisis:** de la población encuestada el 29% compra fuera del cantón cubiertas y perfiles; el 23% pinturas y cerámicas; el 17% manifiesta que compra materiales eléctricos, grifería y sanitarios fuera del cantón; el 14% compra acero y derivados por otra parte el 13% compra hierro y cemento y el 4% otros materiales de construcción.

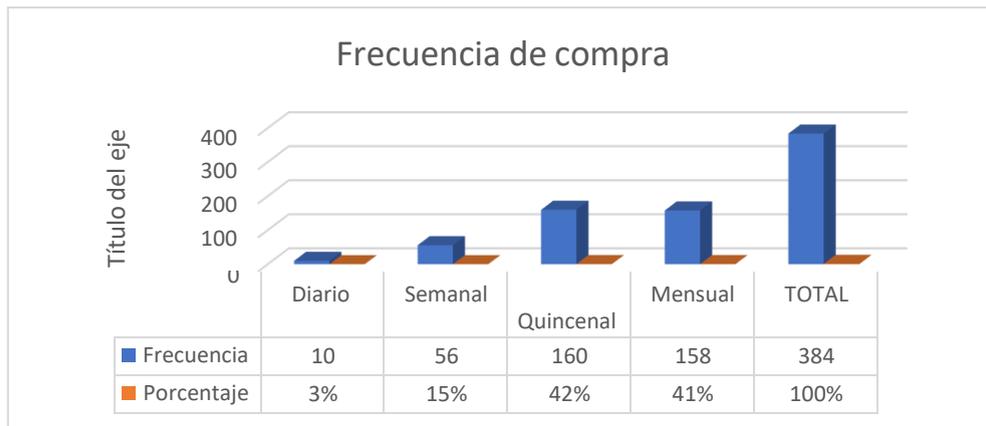
**Interpretación:** con esta determinación de compra fuera del cantón se puede observar la demanda insatisfecha que existe en los diferentes productos ferreteros ya sea porque el cliente no consume en la localidad por el precio o la calidad o porque simplemente no se expenden por lo que la nueva ferretería debe considerar para su oferta estos productos contrastados con la preferencia de los mismos.

7. ¿Con que frecuencia, usted compra o adquiere los mencionados materiales de construcción?

**Tabla 4- 9:** Frecuencia de compra

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Diario	10	3%
Semanal	56	15%
Quincenal	160	42%
Mensual	158	41%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta clientes externos  
**Realizado por:** Icaza, E. (2023).



**Ilustración 4-9:** Frecuencia de compra

**Fuente:** Encuesta clientes externos  
**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

**Análisis:** de la población encuesta el 42% manifiesta que tiene una frecuencia de compra de forma quincenal, el 41% lo hace de forma mensual el 15% semanal y el 3% diario.

**Interpretación:** se puede observar que la demanda de productos ferreteros es diaria y por tanto se deberá tener personal para atender estos requerimientos, así mismo se tiene un consumo quincenal y mensual que contribuye al cálculo proyectado de los ingresos que puede tener la nueva sucursal.

8. ¿Cuál es su forma de pago?

**Tabla 4- 10:** Forma de pago

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo/transferencias	210	55%
Tarjeta de crédito / débito	174	45%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuesta clientes externos

Realizado por: Icaza, E. (2023).



**Ilustración 4-10:** Forma de pago

Fuente: Encuesta clientes externos

Realizado por: Icaza, E. (2023).

**Análisis:** la población encuestada en un 55% prefiere una forma de pago a través del uso del efectivo o transferencias bancarias y el 45% prefiere las tarjetas de crédito o débito.

**Interpretación:** en la actualidad la forma de pago se da de varias formas como el efectivo, las transferencias inmediatas y también las compras a partir del crédito de las tarjetas, al mismo tiempo posibilita las ventas en la Ferretería, y disminuye el riesgo de pérdida de recursos en caso de que la Ferretería conceda crédito directo.

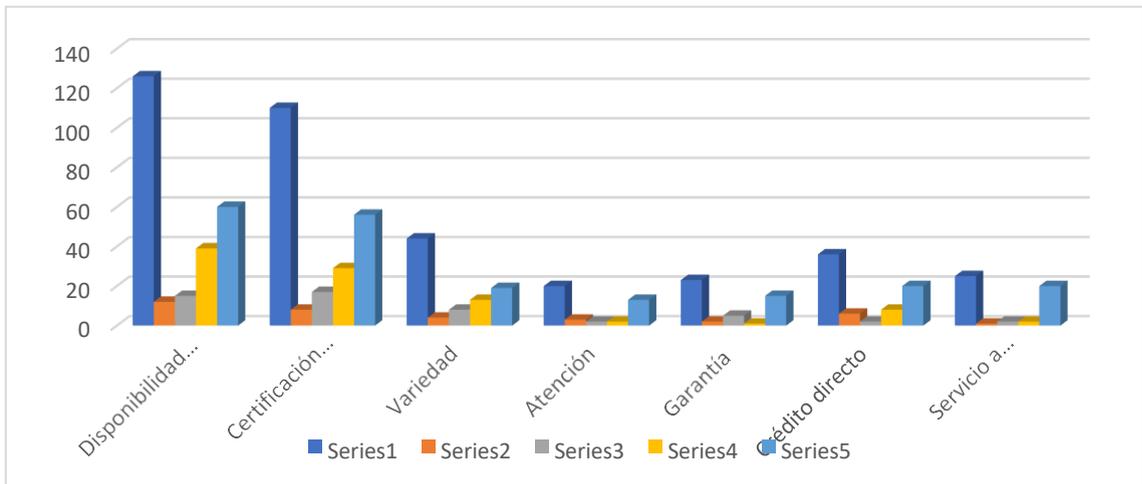
9. ¿Cuál de los siguientes criterios, considera usted que son ineludibles con respecto a una ferretería de materiales de construcción? Califique según su criterio de 1 a 4 (1 desde menor significancia, 4 hasta los más importante) sucesivamente.

**Tabla 4- 11:** Criterios en los materiales

<i>Alternativas</i>	<i># Encuestas</i>					<i>Respuestas</i>	<i>Porcentaje</i>
		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>		
Disponibilidad inmediata	126	12	15	39	60	126	33%
Certificación de calidad	110	8	17	29	56	110	29%
Promociones	44	4	8	13	19	44	11%
Atención	20	3	2	2	13	20	5%
Publicidad	23	2	5	1	15	23	6%
Crédito directo	36	6	2	8	20	36	9%
Servicio a domicilio	25	1	2	2	20	25	7%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>35</b>	<b>49</b>	<b>92</b>	<b>183</b>	<b>384</b>	<b>93%</b>

Fuente: Encuesta clientes externos

Realizado por: Icaza, E. (2023).



**Ilustración 4-11:** Criterios en los materiales

Fuente: Encuesta clientes externos

Realizado por: Icaza, E. (2023).

**Análisis:** en los criterios de evaluación para la adquisición de materiales de construcción los demandantes prefieren en un 33% que exista una disponibilidad inmediata, en una escala de cuatro; por otra parte, el 29% prefiere que los productos sean certificados en una escala de cuatro; el 11% se dirige por la promoción en una escala de cuatro; el 9% asume que debe existir un crédito

directo otra parte de la población consideran criterios como la publicidad, el servicio a domicilio y la atención en un 5%

**Interpretación:** estos criterios que se manifiestan en la escala de cuatro se pueden determinar cómo los más importantes a tener en consideración de las acciones que debe seguir la administración de la nueva ferretería.

10. ¿Considera usted, que es necesario que exista una ferretería de materiales de construcción que abastezca al cantón?

**Tabla 4- 12:** Necesidad de una ferretería

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	306	80%
NO	78	20%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta clientes externos  
Realizado por: Icaza, E. (2023).



**Ilustración 4-12:** Necesidad de una ferretería

Fuente: Encuesta clientes externos  
Realizado por: Icaza, E. (2023).

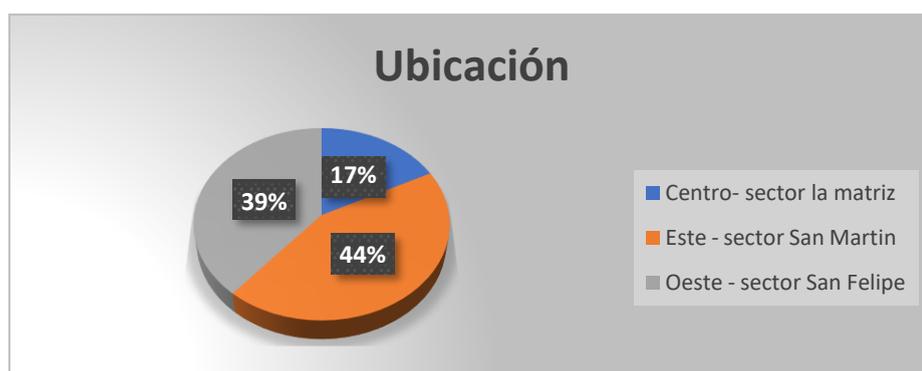
**Análisis:** el 80% de la población encuestada considera que se necesita una ferretería en la localidad, mientras que el 20% considera que no.

**Interpretación:** este análisis indica que del total de la demanda posible el 80% sugiere que deben existir más ferreterías en la localidad posiblemente porque son aquellos que buscan productos en otras ciudades o que no logran satisfacer sus características y criterios en las compras, por lo que es importante que de aperturar la nueva sucursal se logre cumplir con estos requerimientos del cliente.

11. ¿En qué sector del cantón Latacunga le gustaría que se encuentre la Sucursal de Ferriaceros Cotopaxi?

**Tabla 4- 13:** Ubicación

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Centro- sector la matriz	67	17%
Este - sector San Martin	168	44%
Oeste - sector San Felipe	149	39%
<b>TOTAL</b>	384	100%



**Ilustración 4-13:** Ubicación

**Fuente:** Encuesta clientes externos

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

**Análisis:** el 44% de la población encuestada prefiere como ubicación de la nueva sucursal en el sector Este- sector San Martín, y el 39% considera que sea en el sector Oeste – sector San Felipe; por otra parte, el 17% en el sector centro – sector la Matriz.

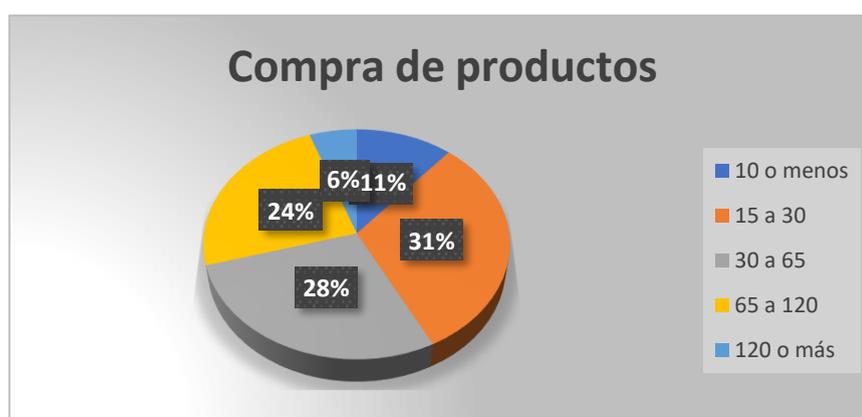
**Interpretación:** Conocer el lugar o la ubicación que prefiere el usuario para la nueva sucursal posibilita a la organización o a sus inversionistas decidir y calcular los costos que implica cada una de las ubicaciones y cual representa un mejor beneficio para la empresa, así como para los clientes.

12. ¿Qué cantidad de sus ingresos mensuales, destina para la compra de productos de ferretería?

**Tabla 4- 14:** Ingresos que destina a la compra

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
10 o menos	43	11%
15 a 30	120	31%
30 a 65	108	28%
65 a 120	92	24%
120 o más	21	5%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta clientes externos  
**Realizado por:** Icaza, E. (2023).



**Ilustración 4-14:** Ingresos que destina a la compra

**Fuente:** Encuesta clientes externos  
**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

**Análisis:** de la población encuestada los ingresos que destina a la compra de los productos y artículos de ferretería el 31% destina un valor entre % 15 a \$30; el 28% destina un valor de \$30 a \$65; mientras que el 24% destina un valor de 65 a120 dólares y un 5% destina más de \$120,00 para adquirir estos productos.

**Interpretación:** los ingresos que se destina a la compra de productos de ferretería en el cantón de Latacunga, permiten calcular un estimado del ingreso que puede darse en la nueva sucursal por la compra de los diferentes productos, siempre y cuando se establezcan las características y criterios que los usuarios desean en este segmento de compra.

## CAPÍTULO V

### 5. MARCO PROPOSITIVO

#### 5.2 Título

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA FERRETERÍA “FERRIACEROS COTOPAXI”, DE LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI.

#### 5.3 Introducción

Se presenta el estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de Ferriaceros Cotopaxi que busca a través de un estudio guiado y técnico investigativo proponer una alternativa de comercialización en Latacunga de productos de ferretería los mismos que garanticen con la calidad y seguridad de los usuarios, así mismo respondan a las necesidades de rentabilidad por parte de sus inversionistas.

#### 5.4 Estructura de la propuesta

La propuesta tiene una estructura de ejecución en función del autor Ruiz (2020):



**Ilustración 5-1:** Estructura de un estudio de Factibilidad

Fuente: Ruiz (2020)

### 5.4.1 Estudio de mercado

En el estudio de mercado se determinó la oferta, demanda, canales de distribución y precios, se utilizó información adquirida mediante los instrumentos aplicados a los clientes potenciales del cantón de Latacunga.

#### 5.4.1.1 Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda se aplica el método denominado encuesta de mercado de consumo, el cual es un método cualitativo y cuantitativo que busca la opinión y percepción del cliente potencial para recopilar datos, se utilizó este método porque presenta ventajas como: flexibilidad, económico en relación a otros métodos, y facilita el análisis estadístico.

La encuesta estuvo direccionada a los pobladores del cantón Latacunga, la demanda se relaciona con la cantidad y frecuencia de consumo de los distintos productos por hogar.

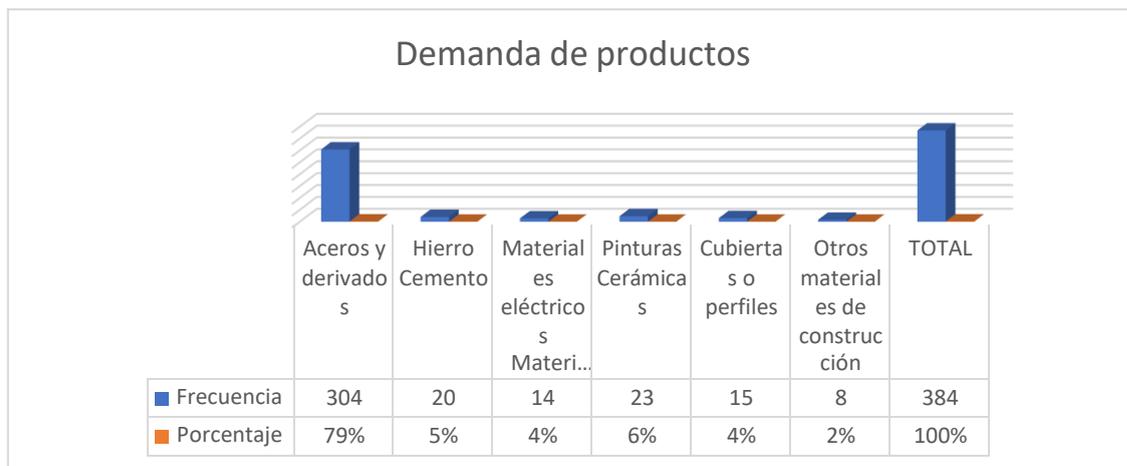
#### 5.4.1.2 Demanda actual

La demanda para la población se determinó según la cantidad de productos acorde a las encuestas ejecutadas a los clientes. en donde se obtuvo lo definido en la tabla

**Tabla 5-1:** Demanda actual

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Aceros y derivados	304	79%
Hierro y Cemento	20	5%
Materiales eléctricos Materiales de servicios de agua Grifería y sanitarios	14	4%
Pinturas Cerámicas	23	6%
Cubiertas o perfiles	15	4%
Otros materiales de construcción	8	2%
<b>TOTAL</b>	384	100%

Fuente: Encuesta clientes externos  
Realizado por: Icaza, E. (2023).



**Ilustración 5-2:** Estructura de un estudio de Factibilidad

Fuente: Estudio de mercado, 2023.

## DEMANDA ACTUAL

La demanda actual se considerará según los tres productos principales de la ferretería en este caso, según el estudio de mercado para el acero y derivados; hierro y cemento y pinturas y cerámicas.

**Tabla 5-2:** Demanda

DEMANDA			
$C_n = C_0 (1+i)^n$			
$C_n$	Consumo en el año		
$C_0$	Consumo en el año 0 (Consumo aparente calculado)		
$i$	Tasas de crecimiento poblacional		
Proyección de la Demanda			
$C_n$	$C_0$	$(1+i)^n$	Proyección
2022	32256		
2023	32256	1.0156	32759
2024	32256	1.0314	33270
2025	32256	1.0475	33789
2026	32256	1.0639	34316
2027	32256	1.0805	34852

Realizado por: Icaza, E. (2023).

### 5.4.1.3 Análisis de la Oferta

Con el análisis de la oferta real tomando los datos del GAD Municipal de Latacunga, se ha logrado identificar los siguientes centros de expendio de productos de ferretería:

**Tabla 5-3: Oferta**

OFERTA	
	$C_n = C_0 (1+i)^n$
C <sub>n</sub>	Producción en el año
C <sub>0</sub>	Producción en el año 0 (Producción aparente calculado)
i	Tasas de crecimiento ferretero industrial

Realizado por: Icaza, E. (2023).

### Oferta Proyectada

Mediante el método de proyección utilizando la fórmula del monto se analizará la oferta que se dará en los siguientes 5 años.

Según el Banco Central del Ecuador (2021), en el estudio y análisis realizado el sector de la industria y comercialización ferretera ha crecido con una tasa de crecimiento del 5,00% anual.

La fórmula aplicada es:

**Tabla 5-4: Demanda insatisfecha**

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

Proyección de la Oferta			
C <sub>n</sub>	C <sub>0</sub>	(1+i) <sup>n</sup>	Proyección
2022	15,263		
2023	15,263	1.01	15,416
2024	15,263	1.02	15,570
2025	15,263	1.03	15,725
2026	15,263	1.04	15,883
2027	15,263	1.05	16,042

Realizado por: Icaza, E. (2023)..

## Demanda Insatisfecha de los productos de ferretería

Se identifica como demanda insatisfecha a la falta de bienes, productos o servicios faltantes en un mercado y por ende los demandantes no pueden adquirir o no ha estado en el mercado para adquirirlos.

Para tener el resultado de la demanda insatisfecha se realizará la diferencia entre la oferta proyectada actual del año base y la demanda proyectada del primer año proyectado.

**Tabla 5-5:** Ferretería/ artículos

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2023	32,759	15,416	17,344
2024	33,270	15,570	17,700
2025	33,789	15,725	18,064
2026	34,316	15,883	18,434
2027	34,852	16,042	18,810

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

**Tabla 5-6:** Participación en el mercado

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA	Participación en el Mercado (%)
2023	32589	15416	17344	10.64%
2024	32589	15570	17700	10.86%
2025	32589	15725	18064	11.09%
2026	32589	15883	18434	11.31%
2027	32589	16042	18810	11.54%

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

**Análisis:** En el análisis respectivo se ha logrado determinar la oferta y demanda de productos de ferretería siendo así que se tiene un total anual de consumo en esta línea comercial. Así mismo se ha identificado una demanda insatisfecha del 10.64% en participación del mercado. Con este análisis podemos identificar las características del mercado y del producto que se ofertará, además de la posibilidad de calcular la capacidad productiva del proyecto.

#### 5.4.1.4 *Marketing Mix*

Es un sistema total de actividad que incluye un conjunto de procesos que pretende satisfacer las necesidades o deseos de un grupo de personas, identificar la oportunidad de mercado, realizar una investigación de mercado para validar la oportunidad identificada mediante un conjunto de herramientas que ayuden tomar unas buenas decisiones. Elaborar un plan de marketing en función de la información obtenida en la investigación de mercado que sirva de guía para todas las actividades que se realicen.

##### **Producto**

El producto a ofrecer será de tipo industrial/construcción, de calidad y certificación los mismos que satisfagan las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores. Para satisfacer las necesidades de la población de Latacunga .

##### **Precio**

Se establecerá el precio del producto en base al precio promedio de la competencia, en el mercado es la única variable que genera ingresos. La ferretería fijará los precios según las condiciones del mercado y de acuerdo al nivel de precios de la oferta por lo mismo se establecen los siguientes precios:

Según la cantidad que se expende, por lo que el precio fluctuará según el mercado nacional controlado y la unidad de medida que este tenga.

Quintales

Kilogramos

- El precio definitivamente es competitivo de acuerdo al mercado e influirá directamente en los clientes.
- El precio de los productos de Ferriaceros depende del mercado su fluctuación y la normativa y referencial nacional.

##### **Plaza**

Es en donde se va a comercializar el producto en este caso se considerará directa ya que los clientes obtendrán sus productos directamente al acudir al punto de venta. El punto de venta se

encuentra en el sector céntrico y comercial de Latacunga.

## **Promoción**

Es la que se analiza para dar a conocer el producto y la que aumenta la demanda en el mercado para realizar esta actividad será mediante la publicidad, relación pública y comunicación interactiva.

Se realizará así, publicidad a través de medios locales y el uso de redes sociales buscando la interacción con páginas comerciales de la comunidad.

Detalles de la Promoción:

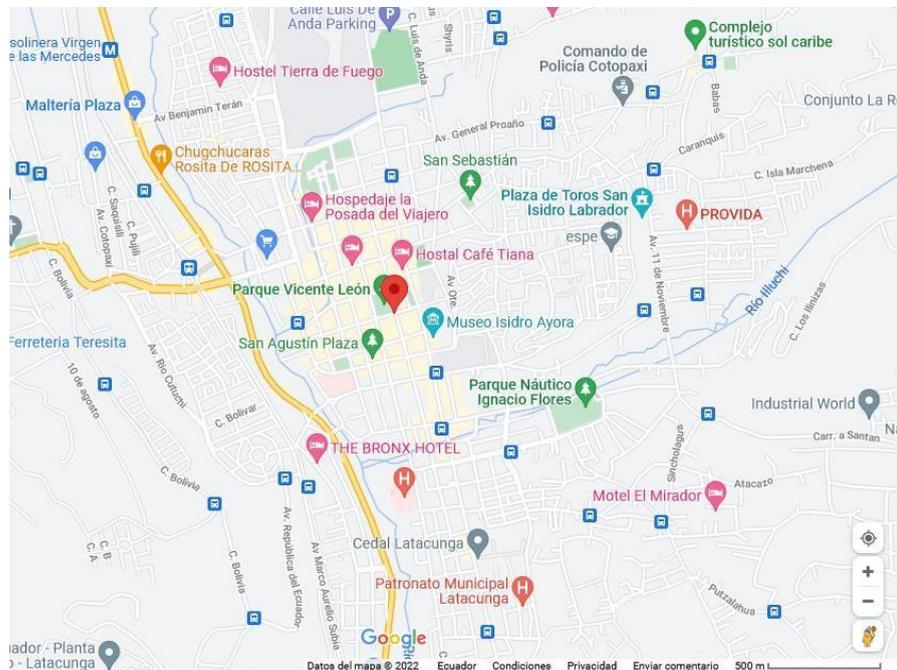
1. **Descuentos Especiales:** Ofrecer descuentos atractivos en una selección de productos populares de FerriAceros, que pueden incluir herramientas, materiales de construcción, pinturas y artículos para el hogar.
2. **Paquetes de Productos:** Crear paquetes especiales que combinen productos relacionados. Por ejemplo, ofrecer un "Kit de Herramientas para Proyectos de Bricolaje" a un precio con descuento.
3. **Programa de Lealtad:** Implementar el programa "FerriAceros Renueva y Ahorra", donde los clientes acumulan puntos con cada compra para canjear por descuentos, productos gratuitos o servicios adicionales.
4. **Eventos de Demostración:** Organizar eventos en la ferretería donde expertos brinden demostraciones sobre el uso adecuado de herramientas y productos, ofreciendo a los clientes una experiencia única y educativa.
5. **Colaboraciones Locales:** Colaborar con empresas locales relacionadas, como contratistas de construcción, decoradores de interiores o paisajistas, para ofrecer descuentos exclusivos a sus clientes en FerriAceros.
6. **Sorteos y Concursos:** Organizar sorteos y concursos en redes sociales para atraer nuevos clientes. Por ejemplo, "Comparte y Gana", donde los participantes pueden ganar tarjetas de regalo o productos de FerriAceros.
7. **Publicidad Local:** Utilizar medios locales, como vallas publicitarias, anuncios en periódicos comunitarios y radio local, para destacar las ofertas y promociones de "FerriAceros Renueva y Ahorra".

## 5.4.2 Estudio técnico

El estudio técnico conocido también como Ingeniería del Proyecto, determina la macro localización y micro localización para la ejecución del proyecto, y se realiza el plan del proceso productivo determinando el tipo de la maquinaria, equipos y herramientas necesarias, y el recurso humano que trabajara en la producción (Lara, 2019).

### 5.4.2.1 Macro Localización

“Macro localización conocida como macro zona tiene como propósito encontrar la ubicación para el asentamiento del proyecto, da a conocer el territorio o región en la cual determina sus características e indicadores socioeconómicos”. (Lara, 2019)



Fuente: (Google Maps, 2022)

### 5.4.2.2 Micro localización

Es el lugar preciso o exacto en donde estará ubicadas nuestras instalaciones en la cual realizaremos las actividades propuestas del proyecto, en la micro localización se analizarán todas las dificultades que existan en ese lugar, disponemos de los servicios necesarios para el estudio de micro localización empleamos el método de puntos (Lara, 2014).

**Tabla 5-7:** Micro localización

VARIABLES	Alternativas de Localización					Calificación	
	Ponderación	Salcedo	La Maná	Saquicilí	Latacunga	Pangua	Pujilí
Vías de Acceso	8%	85	75	80	6.8	6	6.4
Ubicación de la ferretería	8%	70	70	70	5.6	5.6	5.6
Distancia a la vía principal	5%	80	60	70	6.4	4.8	5.6
Alcantarrillado	8%	80	70	80	6.4	5.6	6.4
Energía Eléctrica	10%	90	80	85	7.2	6.4	6.8
Transporte público	5%	80	70	75	6.4	5.6	6
fuera de áreas de tolerancia	5%	80	70	70	6.4	5.6	5.6
Asociatividad	5%	100	100	100	8	8	8

<b>Ferias comerciales</b>	6%	80	70	70	6.4	5.6	5.6
<b>Seguridad</b>	7%	75	70	75	6	5.6	6
<b>Abastecedores de combustible</b>	5%	90	80	80	7.2	6.4	6.4
<b>TOTAL</b>	72%				<b>72.80</b>	65.20	68.40

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

A su vez según la determinación de la ubicación sectorial dentro del cantón Latacunga los potenciales clientes eligieron el sector de San Martín.

**Tabla 5-8:** Ubicación

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Centro- sector la matriz	67	17%
Este - sector San Martin	168	44%
Oeste - sector San Felipe	149	39%
<b>TOTAL</b>	384	100%

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

#### 5.4.2.3 *Diseño del Proceso Productivo o Comercial*

El diseño del proceso productivo, determina como se desarrollará las actividades de producción que debe realizarse. El diseño del proceso productivo tiene la manera de crear bienes y servicios cumpliendo con las delimitaciones establecidas. Para realizar este diseño se empleado flujogramas en las cuales se desarrolla en forma consecutiva y lógica, cada una de las actividades necesarias para llevar a cabo los procedimientos y procesos productivos (Lara, 2019).

#### 5.4.2.4 Planta

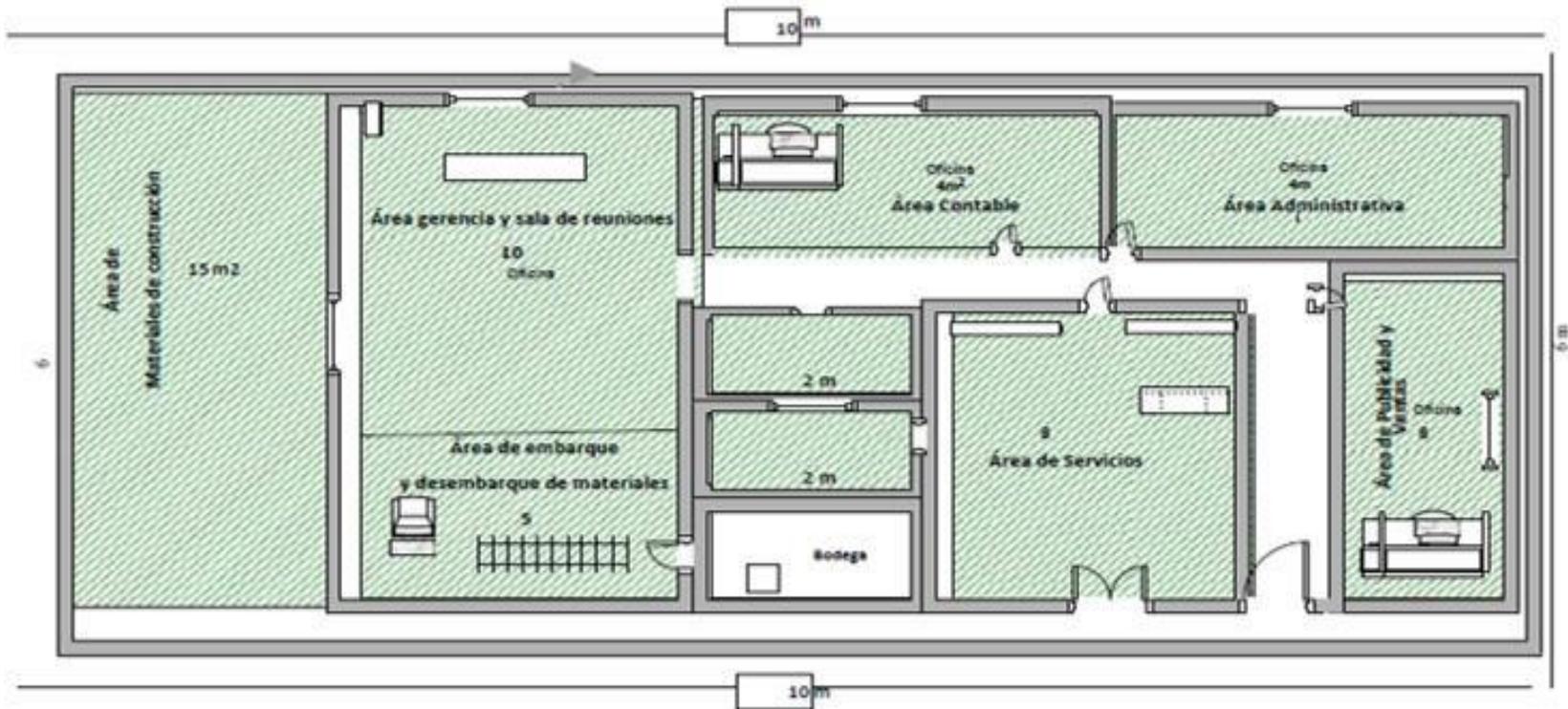
La planta será el espacio físico esta a su vez está dada por el número o dimensión en metros que tendrá el espacio y las áreas determinadas a la comercialización de la ferretería.

**Tabla 5-9: Planta**

<b>Nº</b>	<b>Distribución</b>	<b>Tamaño (m2)</b>
1	Área Administrativa-Contable	8
1	Área de Servicios (materiales ferreteros)	8
1	Área de Publicidad y Ventas	8
1	Almacenamiento	17
2	Baños	4
1	Sala de reuniones y gerencia	10
1	Área de embarque y desembarque (Materiales)	5
	<b>TOTAL</b>	<b>60</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

5.4.2.5 Distribución de la planta



#### 5.4.2.6 *Requerimiento de Recursos Humanos*

Este requerimiento contribuye a la comercialización y a su vez determina el futuro estudio administrativo y financiero que determinará la factibilidad de la ferretería.

#### 5.4.2.7 *Requerimiento de materiales, equipos*

**Tabla 5-10:** Materiales y equipos

Materiales y equipos	Valor en dólares
Equipos de oficina	\$ 800.00
Mobiliario	\$ 2,900.00

### **5.4.3 Estudio legal - organizacional**

#### *5.4.3.1 Constitución legal de la empresa*

La Ferretería se constituirá bajo la forma legal adjunta a su matriz y así se ajusta al proyecto motivo de estudio; lo que permitirá a futuro ampliar según el crecimiento de la actividad económica.

#### **Nombre de la ferretería**

La sucursal a constituirse será Ferriaceros Cotopaxi 3. Se creará como una sucursal adjunta a la personería jurídica con responsabilidad limitada que mantiene la organización, en la que participarán socios; con un aporte de capital que será determinado en el análisis financiero y económico del estudio.

#### **Capital**

El aporte de capital que será confirmado con el análisis financiero y económico será de \$74,065.80

#### *5.4.3.2 Normativa*

#### **Régimen Tributario Interno**

El SRI es un ente quien administrar, controlar y regular los tributos de las rentas generales de los ecuatorianos, la cual establece una relacione transparente entre el Fisco y el contribuyente por medio de las obligaciones tributarias para la cual presta atención a sus reclamos de conformidad a la ley. La identificación que obtiene el contribuyente de las SRI es el RUC. y este representa el documento que identifica a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la administración tributaria. (Servicio de Rentas Internas, 2022)

Obligaciones tributarias de la Ferretería

- Adjuntar información de compras y retenciones en la fuente por otros conceptos
- Anexo relación de dependencia

- Realizar la declaración de impuestos a la renta
- Proceder a la declaración de las Retenciones en la fuente
- Declaración mensual de IVA. (Servicios de Rentas Internas, 2023)

### **Código de trabajo**

El Ministerio de trabajo regular las actividades políticas, laborables y protege los derechos de los empleados y trabajadores que prestan sus servicios en las distintas instituciones legalmente constituidas tanto del sector público y privado y están reguladas por el Código de Trabajo. (Ministerio de Trabajo, 2017)

### **Obligaciones**

- Obtención de clave
- Registro de contrato
- Registro de acta de finiquito
- Registro del décimo tercero
- Registro del décimo cuarto
- Presentar, legalizar el Reglamento de Higiene y Seguridad. (Ministerio de Trabajo, 2022)

### **Seguridad Social**

El IESS su misión es proteger a la población urbana y rural, en relación de dependencia laboral o sin ella, da servicio de enfermedad, maternidad, riesgos de trabajo, discapacidad, cesantía, invalidez, vejez, y muerte, en los términos que consagra la ley de Seguridad Social. (IESS, 2017)

### **Obligaciones de la empresa con el IESS**

- Afiliación de todos sus empleados
- Informar las entradas salida de los empleados
- Presentación y pago de planillas
- Presentación y pago de planilla de aporte al IESS de forma mensual
- Reportar ingresos adicionales (Horas extras comisiones y bonos). (IESS, 2022)

#### 5.4.3.3 *Permisos para el funcionamiento*

El GAD Municipal del cantón Latacunga, ejercerá los siguientes permisos

#### **Requisitos para obtener la Patente Municipal**

Formulario de inscripción de patente

Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos

Copia de la cedula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrador o del representante legal en el caso de ser persona jurídica

Copia del RUC en el caso que lo posea

Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica

Copia de la Escritura de Constitución en caso de persona jurídica

En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal. (Municipio de Latacunga, 2022)

#### 5.4.3.4 *Estructura Organizacional*

#### **Misión**

La misión de FerriAceros es ser la ferretería de referencia en la comunidad, ofreciendo a nuestros clientes productos y servicios de alta calidad para proyectos de construcción y mejoras en el hogar. Nos comprometemos a proporcionar un amplio catálogo de herramientas, materiales y artículos, respaldados por un servicio personalizado y asesoramiento experto. Buscamos ser un aliado confiable para nuestros clientes, brindándoles soluciones prácticas y contribuyendo al éxito de sus proyectos.

#### **Visión**

Convertirnos en el referente indiscutible en el ámbito ferretero, destacando por la excelencia en productos y servicios. Nos visualizamos como un destino preferido para quienes buscan soluciones integrales para la construcción y mejoras en el hogar. Aspiramos a ser reconocidos por nuestra innovación, calidad, y el compromiso constante con la satisfacción del cliente. Buscamos expandir nuestra presencia de manera sostenible, consolidando relaciones a largo plazo con clientes, proveedores y la comunidad en general.

### Valores

- Puntualidad
- Respeto
- Compromiso
- Honestidad
- Salubridad

### Logotipo



Realizado por: Icaza, E. (2023).

### Colores:

**Azul:** salubridad

**Naranja:** confianza

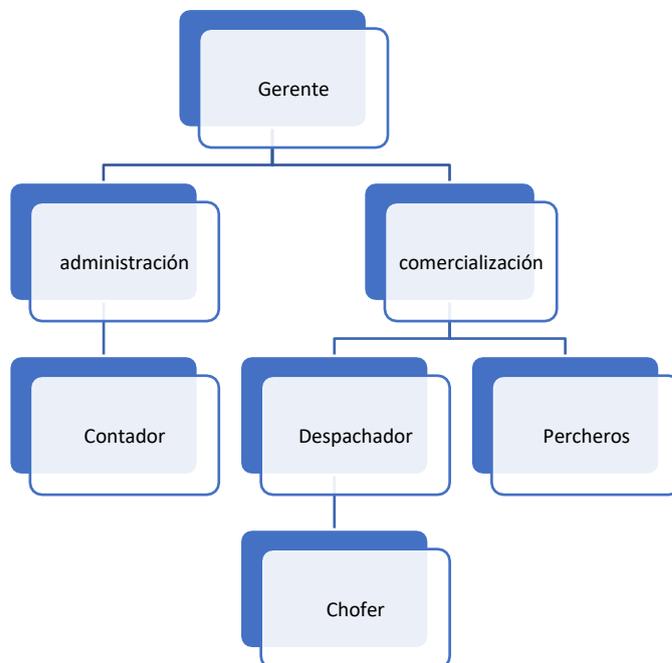
**Blanco:** dinamismo

**Slogan:**

Calidad certificada

***Organigrama Estructural***

En el organigrama estructural de la microempresa, está compuesta con los siguientes niveles administrativos y se puede observar en el siguiente gráfico



**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

Con la estructura Funcional se puede determinar el perfil del puesto, es decir, las habilidades y características que debe tener para ser seleccionado al puesto.

**Gerente General**

En la ferretería Ferriaceros Cotopaxi el gerente será la persona principal la cual organizará la empresa en funcionamiento por medio del poder que tiene representando así a la empresa en su totalidad para lograr el objetivo de crecimiento de la empresa.

**Funciones**

- Dirigir a la Empresa por medio de los reglamentos

- Controlar la organización administrativa, financiera y técnica
- Organizar las finanzas para un manejo adecuado del dinero en el centro
- Hacer cumplir los reglamentos y Valores de la empresa al pie de la letra
- Manejar los pagos de los proveedores de las mercaderías en los tiempos establecidos.
- Seleccionar al personal adecuado según las áreas disponibles En la ferretería Ferriaceros Cotopaxi.

Para este puesto la persona para ser escogida será carismática responsable y sobre todo honesta con un año mínimo de experiencia con una edad mínima de 28 y máxima de 37 años.

### **Contador/Secretaria**

La persona encargada del puesto será encargada de la parte administrativa por medio de oficios, solicitudes y reservar pedidos de mercadería al mismo tiempo de organizar los ingresos y los egresos y llevarlos día a día para un mejor manejo d ellos recursos monetarios de la empresa.

### **Funciones**

- Organizar la información administrativa De la ferretería Ferriaceros Cotopaxi
- Cumplimiento del reglamento en elaborar informes mensuales
- Llevar la información de la empresa mediante carpetas con identificativos.
- Controlar el horario de los empleados según como dispone la ferretería Ferriaceros Cotopaxi.
- Registro de todas las compras realizadas y reservas hechas
- Controlar las actividades diarias que se realiza dentro y fuera de la ferretería Ferriaceros Cotopaxi
- Manejar un libro contable donde se registre todos los costos, gastos e ingresos.
- Elaboración de estados financieros semestrales.
- Realizar la declaración al finalizar el año en el Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Elaboración de presupuestos
- Manejo de Obligaciones Tributarias y créditos bancarios.

Para ocupar a este cargo la persona deberá ser experta en contabilidad y ser una persona solvente en la parte administrativa para poder llevar datos a diario con valore éticos y morales que tenga experiencia de 2 años como mínimo y su edad de 28 años hasta los 39 años.

### **Percheros**

En la ferretería Ferriaceros Cotopaxi los empacadores serán responsables de la operación y ejecución del manejo del producto dentro de la empresa el mismo que será manejado con todas las normas de bioseguridad y salubridad.

### **Funciones**

- Revisión del producto para conservar la calidad
- Registros de control del producto en buen estado y mal estado
- Colocar el producto en los lugares establecidos o empaques sugeridos
- Movimiento de los productos hacia diferentes lugares

Los trabajadores deberán ser responsables, cuidadosos, honestos con un año mínimo de experiencia en el área de empaqueo con una edad mínima de 25 y máxima de 38 años.

### **Despachador**

El distribuidor se encargará de la parte de logística en la entrega de los productos que se maneja dentro de la ferretería Ferriaceros Cotopaxi.

### **Funciones**

- Controlar el lugar o territorio de venta
- Manejar un control de ventas
- Relacionarse con los clientes por medio de explicaciones de los beneficios
- Promocionar el producto cuando visite a los clientes
- Entrega de los listados de distribución por medio de informe a Gerencia.

#### **5.4.4 Estudio Económico-Financiero**

Se pretende tomar en cuenta la parte de financiación que tendrá la ferretería Ferriaceros Cotopaxi el mismo, que consta de varios puntos donde se sustenta el proyecto para determinar la capacidad económica que tendrá el mismo para cumplir sus obligaciones con los proveedores incluyendo los gastos de construcción y formación legal entre otros gastos para su constitución y construcción.

En el desarrollo de este estudio se organiza con los componentes anteriores, los datos obtenidos serán valorizados por medio de:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio legal
- Estudio administrativo

#### *5.4.4.1 Estudio Financiero*

Se analiza los principales indicadores financieros dentro del proyecto los cuales determinarán la factibilidad de la ferretería Ferriaceros Cotopaxi, en rentabilidad al tiempo de ejecución.

#### *5.4.4.2 Inversión del Proyecto*

La inversión está dirigida a la adquisición de todos los activos para poner en ejecución el proyecto, por esta razón se clasificarán los activos por sus subgrupos: Activo Fijo, Activo Diferido.

Un activo fijo es un bien de la empresa que no puede convertirse en liquidez a corto plazo.

El activo fijo se clasificará en:

Tangible, elementos que pueden ser tocados, tales como los terrenos, los edificios, la maquinaria, entre otras razones.

Intangible, que incluye cosas que no pueden ser tocadas materialmente, tales como los derechos de patente, entre otras.

#### **Activos Fijos tangibles:**

En el presente proyecto no se cuenta con activos tangibles de tipo fijos como edificio o terreno por cuanto se hace uso del alquiler de los mismos y su valor estará dado en la cuenta gastos del proyecto.

#### **Equipo de oficina**

**Tabla 5-11:** Equipo de oficina

<b>PRESUPUESTOS DE EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Calculadora	3	\$25.00	\$75.00

Caja (Caja de Cobro)	1	\$617.00	\$617.00
Teléfono	1	\$42.00	\$84.00
<b>Total</b>			<b>\$558.00</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

El equipo de oficina que estará a disposición del área administrativa, tiene un valor de \$558.00.

### Equipo de Cómputo

**Tabla 5-12:** Equipo de cómputo

<b>PRESUPUESTOS DE EQUIPO DE CÓMPUTO</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Computadora Portátil	1	\$900.00	\$900.00
Impresora (Completa)	1	\$380.00	\$380.00
Computadora de escritorio	1	\$530.00	\$530.00
<b>Total</b>			<b>1810.00</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

El equipo de cómputo consta con un valor de inversión de \$ 1810.00 respectivamente, equipos que lograrán una base de datos y el corriente actualizado de las operaciones de la ferretería.

### Vehículos

**Tabla 5-13:** Vehículo

<b>PRESUPUESTOS DE VEHÍCULO</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Camión	1	\$ 69,848.21	\$ 69,848.21
<b>Total</b>			<b>\$ 69,848.21</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

Este activo es uno de los de mayor inversión unitaria, pero es de uso prioritario por cuanto el tipo de producto requiere una movilización propia y ágil hacia los puntos de destino, tiene un valor de \$ 69,848.21

### Inversión Fija Consolidada

**Tabla 5-14:** Inversión Fija

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>Valor</b>
Equipos de oficina	\$ 800.00
Mobiliario	\$ 2,900.00
Vehículos	\$ 69,848.21

Equipos de cómputo	\$ 1,810.05
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 75,358.26</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

Como se puede observar la inversión fina consolidada alcanza un valor de \$ **75,358.26**, que más adelante se podrá delimitar según su financiamiento.

### 3.1.1.1. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para una empresa o institución financiera para realizar sus operaciones con normalidad. Es decir, los activos para que una compañía, sea capaz de hacer sus funciones y actividades a corto plazo.

### *Presupuesto de mercadería*

**Tabla 5-15:** Mercadería

	Mensual	Anual
Mercadería	15454.28	185451.36
Total	15454.28	185451.36

Realizado por: Icaza, E. (2023).

La mercadería estará por el valor de los productos que la ferretería Ferriaceros Cotopaxi compra a los proveedores y a su vez, contribuye con su valor agregado para ponerlo en el mercado se realiza este cálculo debido al inventario general que maneja la matriz.

### *Presupuesto Publicidad*

**Tabla 5-16:** Presupuesto Publicidad

<b>Presupuesto Publicidad</b>			
Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Radios locales	1	\$500.00	\$500,00
Redes Sociales	1	\$500.00	\$500,00
<b>Total</b>			<b>\$1000,00</b>

Realizado por: Icaza, E. 2023.

El Gasto de publicidad se contabiliza por un presupuesto de \$ 1000,00 dólares anuales los mismos que se registran en el Balance General dando como un gasto que puede contribuir a la cercanía del potencial cliente.

*Mano de obra directa*

**Tabla 5-17: Roles Mano de obra directa**

ROL DE PAGOS								
NÓMINA	CARGO	INGRESOS	H. EXTRAS	OTROS	TOTAL, INGRESOS	DESCUENTOS	TOTAL, DESCUENTOS	LIQUIDO A PAGAR
		SBU				APORTE INDIVIDUAL IESS		
<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>								
A	despachador	\$ 588.15			\$ 588.15	\$ 55.58	\$ 55.58	\$ 532.57
<b>SUB TOTAL</b>		<b>\$ 588.15</b>			<b>\$ 588.15</b>	<b>\$ 55.58</b>	<b>\$ 55.58</b>	<b>\$ 532.57</b>
<b>TOTAL, MENSUAL</b>		<b>\$ 588.15</b>	\$ -	\$ -	<b>\$ 588.15</b>	<b>\$ 55.58</b>	<b>\$ 55.58</b>	<b>\$ 532.57</b>
<b>TOTAL, ANUAL</b>		<b>\$ 7,057.80</b>	\$ -	\$ -	<b>\$ 7,057.80</b>	<b>\$ 666.96</b>	<b>\$ 666.96</b>	<b>\$ 6,390.84</b>

ROL DE PROVISIONES								
NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	BENEFICIOS SOCIALES ADICIONALES	XIII SUELDO	XVI SUELDO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL PROVISIÓN
			APORTE Patronal IESS					
A	despachador	\$ 588.15	\$ 71.46	\$ 49.01	400	\$ 24.51	\$ 48.99	\$ 593.97
<b>SUB TOTAL</b>		<b>\$ 588.15</b>	<b>\$ 71.46</b>	<b>\$ 49.01</b>	<b>\$ 400.00</b>	<b>\$ 24.51</b>	<b>\$ 48.99</b>	<b>\$ 593.97</b>
<b>TOTAL, MENSUAL</b>		<b>\$ 588.15</b>	<b>\$ 71.46</b>	<b>\$ 49.01</b>	<b>\$ 400.00</b>	<b>\$ 24.51</b>	<b>\$ 48.99</b>	<b>\$ 593.97</b>
<b>TOTAL, ANUAL</b>		<b>\$ 7,057.80</b>	<b>\$ 857.52</b>	<b>\$ 588.15</b>	<b>\$ 4,800.00</b>	<b>\$ 294.08</b>	<b>\$ 587.91</b>	<b>\$ 7,127.66</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

<b>ROL DE PAGOS PROYECTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
despachador	\$ 6,390.84	\$ 6,710.38	\$ 7,045.90	\$ 7,398.20	\$ 7,768.11
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 6,390.84</b>	<b>\$ 6,710.38</b>	<b>\$ 7,045.90</b>	<b>\$ 7,398.20</b>	<b>\$ 7,768.11</b>

<b>ROL DE PROVISIONES PROYECTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
despachador	7127.66244	7484.045562	7858.24784	8251.160232	8663.718244
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>7127.66244</b>	<b>7484.045562</b>	<b>7858.24784</b>	<b>8251.160232</b>	<b>8663.718244</b>

**Tabla 5-18:** Sueldos

<b>ROL DE PAGOS</b>								
<b>NÓMINA</b>	<b>CARGO</b>	<b>INGRESOS</b>			<b>INGRESOS</b>	<b>DESCUENTOS</b>	<b>TOTAL DESCUENTO</b>	<b>PAGAR</b>
		<b>SBU</b>	<b>H.EXTRAS</b>	<b>OTROS</b>		<b>APORTE INDIVIDUAL IESS</b>		
<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>								
	Gerente	\$ 550.00			\$ 550.00	\$ 51.98	\$ 51.98	\$ 498.03
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 550.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 550.00</b>	<b>\$ 51.98</b>	<b>\$ 51.98</b>	<b>\$ 498.03</b>
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>								

	Contador	\$ 420.00			\$ 420.00	\$ 39.69	\$ 39.69	\$ 380.31
	Vendedor	\$ 420.00			\$ 420.00	\$ 39.69	\$ 39.69	\$ 380.31
	chofer	\$ 420.00			\$ 420.00	\$ 39.69	\$ 39.69	\$ 380.31
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 840.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1,260.00</b>	<b>\$ 119.07</b>	<b>\$ 119.07</b>	<b>\$ 1,140.93</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

NÓMINA	CARGO	BASE IMPONIBLE	BENEFICIOS SOCIALES ADICIONALES					TOTAL PROVISIONES
			APORTE PATRONAL IESS	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	
<b>DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN</b>								
	<b>Gerente</b>	\$ 550.00	\$ 66.83	\$ 45.83	33.33	\$ 22.92	\$ 45.83	\$ 214.74
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 550.00</b>	<b>\$ 66.83</b>	<b>\$ 45.83</b>	<b>\$ 33.33</b>	<b>\$ 22.92</b>	<b>\$ 45.83</b>	<b>\$ 214.74</b>
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>								
	Contador	\$ 420.00	\$ 51.03	\$ 35.00	\$ 33.33	\$ 17.50	\$ 35.00	\$ 171.86
	Vendedor	\$ 420.00	\$ 51.03	\$ 35.00	\$ 33.33	\$ 17.50	\$ 35.00	\$ 171.86
	chofer	\$ 420.00	\$ 51.03	\$ 35.00	\$ 33.33	\$ 17.50	\$ 35.00	\$ 171.86
<b>TOTAL MENSUAL</b>		<b>\$ 1,260.00</b>	<b>\$ 153.09</b>	<b>\$ 105.00</b>	<b>\$ 99.99</b>	<b>\$ 52.50</b>	<b>\$ 105.00</b>	<b>\$ 171.86</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

Costos indirectos

Tabla 5-19: Costos directos

## PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

<b>COSTOS ANUALES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>COSTO DIRECTO</b>					
Materia Prima Directa	\$ 185,451.36	\$ 203,996.50	\$ 224,396.15	\$ 246,835.76	\$ 271,519.34
Mano de Obra Directa	\$ 6,390.84	\$ 7,029.92	\$ 7,732.91	\$ 8,506.21	\$ 9,356.83
Prestaciones Sociales	\$ 7,127.66	\$ 7,840.43	\$ 8,624.47	\$ 9,486.92	\$ 10,435.61

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

Los costos indirectos calculados para este proyecto constituyen todos aquellos que hacen posible lograr la presentación y puesta en venta del producto, calculando un valor total para esta cuenta de \$ 198969.86 de forma anual.

## Resumen de capital de trabajo

**Tabla 5-20:** Capital de Trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>V/MES</b>
M.O	588.15
MP	15,454.28
GGF	285.95
SUELDO	1,046.60
UTILES DE OFICINA	52.56
MATERIALDE LIMPIEZA	50.00
SERVICIOS BASICOS	180.00
ARRIENDOS	500.00
<b>TOTAL</b>	<b>18157.544</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

El capital de trabajo en resumen luego de establecer los presupuestos principales para mano de obra, materia prima que en este caso es la mercadería, sueldos útiles de oficina, materiales y servicios cubren un rubro total de \$ 18157.544

### *3.1.1.2. Inversión diferida*

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

**Tabla 5-21:** Inversión diferida

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>valor</b>
Gastos de constitución	\$ 100.00
Gastos de Organización	\$ 100.00
Gastos de Instalación	\$ 200.00
Gastos de Investigación	\$ 100.00
<b>TOTAL AMORTIZACIONES</b>	<b>\$ 500.00</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

### 3.1.1.3. Inversión Total

**Tabla 5-22:** Inversión total

<b>A.INVERSIONES DEL PROYECTO</b>	<b>VALOR\$</b>	<b>%</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Inversión Inicial	\$18,157.54	<b>74%</b>
		0%
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Equipos de oficina	\$ 800.00	0%
Mobiliario	\$ 2,900.00	1%
Vehículos	\$ 69,848.21	24%
Equipos de cómputo	\$ 1,810.05	1%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 75,358.26</b>	<b>26%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
Gastos de constitución	\$ 100.00	18%
Gastos de Organización	\$ 100.00	18%
Gastos de Instalación	\$ 200.00	36%
Gastos de Investigación	\$ 100.00	18%
Patentes y Marcas	\$ 50.00	9%
	\$ -	
	\$ -	
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 550.00</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ \$94,065.80</b>	<b>100%</b>

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

La inversión total requerida para la puesta en marcha de la ferretería Ferriaceros Cotopaxi es de \$ 94,065.80

### 3.1.1.4. Determinación de costos

Además de esta inversión es importante reconocer los costos en los que incurrirá el proyecto.

Se calcula así las depreciaciones y el valor de salvamento para los activos.

## Depreciación de Activos

**Tabla 5-23:** Depreciación de Activos

CÁLCULO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES								
RUBROS DE INVERSIÓN:	VIDA UTIL	VALOR DE ADQUISICION	AÑOS					TOTAL
			1	2	3	4	5	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>								
Edificio	20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de oficina	10	\$ 800.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 400.00
Mobilirario	10	\$ 2,900.00	\$ 290.00	\$ 290.00	\$ 290.00	\$ 290.00	\$ 290.00	\$ 1,450.00
Vehículos	5	\$ 69,848.21	\$13,969.64	\$13,969.64	\$13,969.64	\$13,969.64	\$13,969.64	\$ 69,848.21
Equipos de cómputo	3	\$ 1,810.05	\$ 603.35	\$ 603.35	\$ 603.35			\$ 1,810.05
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>		<b>\$ 75,358.26</b>	<b>\$14,942.99</b>	<b>\$14,942.99</b>	<b>\$14,942.99</b>	<b>\$14,339.64</b>	<b>\$14,339.64</b>	<b>\$ 73,508.26</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>								
Gastos de constitución		\$ 100.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 100.00
Gastos de Organización		\$ 100.00						\$ -
Gastos de Instalación		\$ 200.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 200.00
Gastos de Investigación		\$ 100.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 100.00
<b>TOTAL AMORTIZACIONES</b>		<b>\$ 500.00</b>	<b>\$ 80.00</b>	<b>\$ 400.00</b>				

Realizado por: Icaza, E. (2023).

## Presupuestos de costos anuales

**Tabla 5-24:** Presupuesto de costos anuales

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTOS ANUALES	1	2	3	4	5
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>COSTO DIRECTO</b>					
Materia Prima Directa	\$ 15,454.28	\$ 16,999.71	\$ 18,699.68	\$ 20,569.65	\$ 22,626.61
Mano de Obra Directa	\$ 6,390.84	\$ 7,029.92	\$ 7,732.91	\$ 8,506.21	\$ 9,356.83
Prestaciones Sociales	\$ 7,127.66	\$ 7,840.43	\$ 8,624.47	\$ 9,486.92	\$ 10,435.61
<b>COSTO INDIRECTO</b>					
Seguros de Fabrica	\$ 2,000.00	\$ 2,240.00	\$ 2,508.80	\$ 2,809.86	\$ 3,147.04
Combustible	\$ 600.00	\$ 672.00	\$ 752.64	\$ 842.96	\$ 944.11
Alquileres	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones de Fabrica	\$ 14,942.99	\$ 14,942.99	\$ 14,942.99	\$ 14,339.64	\$ 14,339.64
Servicios Basicos	\$ 850.00	\$ 952.00	\$ 1,066.24	\$ 1,194.19	\$ 1,337.49
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 47,365.77</b>	<b>\$ 50,677.05</b>	<b>\$ 54,327.74</b>	<b>\$ 57,749.41</b>	<b>\$ 62,187.33</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

## Financiamiento del Proyecto

**Tabla 5-25:** Financiamiento del Proyecto

<b>B. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>PASIVO</b>	<b>\$ 20,000.00</b>	<b>21%</b>
PRESTAMOS CORTO PLAZO	\$ -	0%
PRESTAMOS LARGO PLAZO	\$ 20,000.00	21%
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 74,065.80</b>	<b>79%</b>
CAPITAL SOCIAL	\$ 74,065.80	79%
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO(FINANCIAMIENTO)</b>	<b>\$ 94,065.80</b>	<b>100%</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

**Gasto financiero de largo plazo**

**Tabla 5-26:** Gasto financiero de largo Plazo

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA</b>					
<b>PRESTÁMO A CORTO PLAZO</b>					
<b>PRESTÁMO COOP.</b>	BANCO PICHINCHA				
<b>MONTO:</b>	\$ 20,000.00				
<b>TASA DE INTERÉS:</b>	17.21%				
<b>MÉTODO DE CÁLCULO:</b>	SOBRE SALDOS				
<b>años</b>	<b>DEUDA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>CUOTA ANUAL</b>	<b>SALDO</b>
1	\$ 20,000.00	\$ 3,442.00	\$ 4,000.00	\$ 7,442.00	\$ 16,000.00
2	\$ 16,000.00	\$ 2,753.60	\$ 4,000.00	\$ 6,753.60	\$ 12,000.00
3	\$ 12,000.00	\$ 2,065.20	\$ 4,000.00	\$ 6,065.20	\$ 8,000.00
4	\$ 8,000.00	\$ 1,376.80	\$ 4,000.00	\$ 5,376.80	\$ 4,000.00
5	\$ 4,000.00	\$ 688.40	\$ 4,000.00	\$ 4,688.40	\$ -
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 10,326.00</b>	<b>\$ 20,000.00</b>	<b>\$ 30,326.00</b>	

Realizado por: Icaza, E. (2023).

## Presupuesto de Gastos

**Tabla 5-27:** Presupuesto de gastos

<b>PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Sueldos(Administrativos)	\$ 5,976.30	\$ 6,693.46	\$ 7,496.67	\$ 8,396.27	\$ 9,403.82
Prestaciones Sociales	\$ 2,576.90	\$ 2,886.13	\$ 3,232.46	\$ 3,620.36	\$ 4,054.80
Servicios Básicos	\$ 850.00	\$ 952.00	\$ 1,066.24	\$ 1,194.19	\$ 1,337.49
Amortizaciones	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Seguros	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 9,983.20</b>	<b>\$11,111.58</b>	<b>\$ 12,375.37</b>	<b>\$ 13,790.82</b>	<b>\$15,376.12</b>
<b>GASTO DE VENTA</b>					
Sueldos (Ventas)	\$ 13,691.16	\$15,334.10	\$ 17,174.19	\$ 19,235.09	\$21,543.31
Prestaciones Sociales	\$ 2,062.36	\$ 2,309.84	\$ 2,587.02	\$ 2,897.47	\$ 3,245.16
Publicidad y Promoción	\$ 1,000.00	\$ 1,120.00	\$ 1,254.40	\$ 1,404.93	\$ 1,573.52
Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Comisión en ventas	\$ 600.00	\$ 672.00	\$ 752.64	\$ 842.96	\$ 944.11
Embalaje	\$ 1,000.00	\$ 1,120.00	\$ 1,254.40	\$ 1,404.93	\$ 1,573.52
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$ 18,353.52</b>	<b>\$20,555.94</b>	<b>\$ 23,022.66</b>	<b>\$ 25,785.37</b>	<b>\$28,879.62</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses	\$ 3,442.00	\$ 2,753.60	\$ 2,065.20	\$ 1,376.80	\$ 688.40
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 3,442.00</b>	<b>\$ 2,753.60</b>	<b>\$ 2,065.20</b>	<b>\$ 1,376.80</b>	<b>\$ 688.40</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 31,778.72</b>	<b>\$34,421.13</b>	<b>\$ 37,463.23</b>	<b>\$ 40,952.99</b>	<b>\$44,944.14</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

### 3.1.1.5. Determinación de ingresos- egresos proyectados

#### Ingresos

Los ingresos están considerados y calculados con base a la comercialización que podrá realizar la ferretería Ferriaceros Cotopaxi, estos valores representan a las ventas anuales que se espera realizar.

**Tabla 5-28:** Ingreso Proyectado

PRESUPUESTO DE INGRESO						
AÑOS		1	2	3	4	5
<b>Ventas(Q)</b>						
ACERO		<b>1,852</b>	<b>1,945</b>	<b>2,042</b>	<b>2,144</b>	<b>2,251</b>
HIERRO		1589	1668	1747	1826	1905
OTROS		1200	1216	1232	1248	1264
<b>PRECIO</b>						
ACERO	\$	65.00	65.0192	65.0384	65.0576	65.0768
HIERRO	\$	49.00	49.0192	49.0384	49.0576	49.0768
OTROS		7	7.0192	7.0384	7.0576	7.0768
<b>TOTAL INGRESOS</b>						
ACERO	\$	120,380.00	\$ 126,436.34	\$ 132,797.36	\$ 139,478.39	\$ 146,495.53
HIERRO	\$	77,861.00	\$ 81,786.08	\$ 85,692.15	\$ 89,601.25	\$ 93,513.39
OTROS	\$	8,400.00	\$ 8,535.35	\$ 8,671.13	\$ 8,807.52	\$ 8,944.53
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$</b>	<b>206,641.00</b>	<b>\$ 216,757.77</b>	<b>\$ 227,160.64</b>	<b>\$ 237,887.16</b>	<b>\$ 248,953.45</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

#### Egresos

**Tabla 5-29:** Egresos de la ferretería Ferriaceros Cotopaxi

AÑO	EGRESOS
2023	\$ 217,362.85
2024	\$ 237,673.84
3025	\$ 260,024.20
2026	\$ 284,015.53
2027	\$ 311,080.06

Realizado por: Icaza, E. (2023).

### 3.1.1.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es la actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

Por consiguiente, se ocupó la siguiente fórmula:

Determinación del Punto de Equilibrio en Valor:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Determinación del Punto de Equilibrio en Volumen

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

**Tabla 5-30:** Punto de Equilibrio

Costos fijos	Costo variable	Ventas	P.E (valor)	P.E (unidades)
\$98,204.04	\$39,694.38	206,641.00		6547
\$103,634.73	\$40,219.73	216,757.77	\$103,634.67	6909
\$109,655.22	\$40,774.14	227,160.64	\$109,655.17	7310
\$116,037.59	\$40,005.86	237,887.16	\$116,037.54	7736
\$122,804.75	\$40,623.28	248,953.45	\$122,804.71	8187

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

El punto calculado indica que al vender 6547 unidades de productos por un valor de \$ 103634.67 se logra un equilibrio sin pérdida ni ganancia para la Ferretería.

### 3.1.1.7. Estado de Resultados

El Estado de resultados se podrá apreciar de forma proyectada para identificar la utilidad a obtener durante la vida útil del proyecto.

## Estado de Resultados

**Tabla 5-31:** Estado de Resultados

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>										
<b>FERRIACEROS</b>										
<b>RUBROS</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>				
<b>Ventas</b>	\$	<b>206,641.00</b>	\$	<b>216,757.77</b>	\$	<b>227,160.64</b>	\$	<b>237,887.16</b>	\$	<b>248,953.45</b>
(-) Costo de Producción	\$	47,365.77	\$	50,677.05	\$	54,327.74	\$	57,749.41	\$	62,187.33
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$</b>	<b>159,275.23</b>	<b>\$</b>	<b>166,080.72</b>	<b>\$</b>	<b>172,832.90</b>	<b>\$</b>	<b>180,137.75</b>	<b>\$</b>	<b>186,766.12</b>
<b>Gastos Operativos:</b>										
(-)Gastos de Administración	\$	9,983.20	\$	11,111.58	\$	12,375.37	\$	13,790.82	\$	15,376.12
(-) Gastos de Ventas	\$	8,429.60	\$	9,441.15	\$	10,574.09	\$	11,842.98	\$	13,264.14
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>\$</b>	<b>140,862.43</b>	<b>\$</b>	<b>145,527.98</b>	<b>\$</b>	<b>149,883.44</b>	<b>\$</b>	<b>154,503.95</b>	<b>\$</b>	<b>158,125.86</b>
<b>(-) Gastos Financieros</b>	<b>\$</b>	<b>3,442.00</b>	<b>\$</b>	<b>2,753.60</b>	<b>\$</b>	<b>2,065.20</b>	<b>\$</b>	<b>1,376.80</b>	<b>\$</b>	<b>688.40</b>
<b>(=) Utilidad Antes de P. Trabajadores</b>	<b>\$</b>	<b>137,420.43</b>	<b>\$</b>	<b>142,774.38</b>	<b>\$</b>	<b>147,818.24</b>	<b>\$</b>	<b>153,127.15</b>	<b>\$</b>	<b>157,437.46</b>
(-) 15% Utilidad Trabajadores	\$	20,613.06	\$	21,416.16	\$	22,172.74	\$	22,969.07	\$	23,615.62
<b>(=) Utilidad Antes de Impuesto a la Renta</b>	<b>\$</b>	<b>116,807.36</b>	<b>\$</b>	<b>121,358.22</b>	<b>\$</b>	<b>125,645.50</b>	<b>\$</b>	<b>130,158.08</b>	<b>\$</b>	<b>133,821.84</b>
(-) Impuesto a la Renta	\$	29,201.84	\$	30,339.56	\$	31,411.38	\$	32,539.52	\$	33,455.46
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$</b>	<b>87,605.52</b>	<b>\$</b>	<b>91,018.67</b>	<b>\$</b>	<b>94,234.13</b>	<b>\$</b>	<b>97,618.56</b>	<b>\$</b>	<b>100,366.38</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

## Flujo de Caja

**Tabla 5-32:** Flujo de Caja

FLUJO DE EFECTIVO						
	0	1	2	3	4	5
(=) UTILIDAD NETA	\$ 87,605.52	\$ 91,018.67	\$ 94,234.13	\$ 97,618.56	\$ 100,366.38	
(+) DEPRECIACIONES	\$ 14,942.99	\$ 14,942.99	\$ 14,942.99	\$ 14,339.64	\$ 14,339.64	
(+) AMORTIZACIONES	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	
(+) VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS						\$ 1,850.00
(+) RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 18,157.54	\$ 1,815.75	\$ 1,997.33	\$ 2,197.06	\$ 2,416.77	
(-) AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL DE DEUDA		\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
Inversión inicial de los Accionistas	\$ -74,065.80					
Créditos	\$ -20,000.00					
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ -94,065.80</b>	<b>\$ 120,786.05</b>	<b>\$ 103,857.41</b>	<b>\$ 107,254.45</b>	<b>\$ 110,235.26</b>	<b>\$ 115,052.79</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

Con el cálculo del flujo de caja se podrá obtener los indicadores de la evaluación económica y financiera los mismos que ayudan a tomar la decisión de invertir o no en este proyecto expuesto.

### 3.1.1.8. Evaluación Económica financiera

Para la realización de la Evaluación económica financiera se tomará en cuenta los siguientes valores, respectivos a indicadores y tasas que se manejan en el sistema económico ecuatoriano actual, con una última actualización a enero 2022.

**Tabla 5-33:** Tasas Nacionales

COSTO DE OPORTUNIDAD	
TASA PASIVA SISTEMA FINANCIERO	8.50%
TASA DE DESCUENTO	10.35%
TMAR (TASA MINIMA DE RENTABILIDAD ACEPTADA POR ACCIONISTAS)	
Tasa de Inflación	-1.28%
Riesgo País	19%
Tasa Pasiva de Interés	8.50%
TMAR (TASA MINIMA DE RENTABILIDAD ACEPTADA POR ACCIONISTAS)	<b>15%</b>

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

Así mismo la tasa de descuento tuvo lugar según los siguientes indicadores:

**Tabla 5-34:** Tasa de descuento

TASA DE DESCUENTO				
Fuentes de Financiamiento	Participación	%	Tasa de interés	Tasa ponderada
Capital Social	\$ 74,065.80	78.74%	8.50%	6.69%
Banco pichincha	\$ 20,000.00	21.26%	17.21%	3.66%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 94,065.80</b>	<b>100%</b>	<b>25.71%</b>	<b>10.35%</b>

**Realizado por:** Icaza, E. (2023).

El “Valor Actual Neto” (VAN), es considerado como el indicador más importante en el accionar partiendo desde la inversión y determinando futuros ingresos por medio de las proyecciones de los flujos de efectivo, intervienen todos los ingresos y egresos que interviene en el proyecto de factibilidad determinando así una existencia de incremento a la primera inversión seleccionada en el periodo 0 como referencia.

En los indicadores dentro de esta herramienta se determina con el VAN positivo un proyecto viable y beneficioso en crecimiento.

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TMAR)^1} + \frac{F_2}{(1 + TMAR)^2} + \frac{F_n}{(1 + TMAR)^n}$$

**Tabla 5-35:** Flujos Netos de Caja

FLUJOS NETOS DE CAJA						
FLUJOS NETOS DE CAJA	0	1	2	3	4	5
	\$ -94,065.80	\$ 120,786.05	\$ 103,857.41	\$ 107,254.45	\$ 110,235.26	\$ 115,052.79

Realizado por: Icaza, E. (2023).

**Tabla 5-36:** Cálculo del VAN

CALCULO DEL VAN		
Tasa de descuento		10.35%
Sumatoria FCN Actualizados		\$419,198.11
Inversión Inicial	\$ -94,065.80	
<b>VAN</b>		\$325,132.31

Realizado por: Icaza, E. (2023).

El VAN es positivo dando como resultado \$ \$60,519.73, este valor indica que el proyecto si es aceptable siendo mayor a 0.

### Tasa Interna de Retorno

Dentro de los cálculos se acepta el proyecto si el TIR es mayor a 0 el cual se caracteriza por tener una rentabilidad aceptable y atractiva para poder crear el proyecto y atraer inversionistas según el porcentaje favorable del beneficio.

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)^1} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n}$$

**Tabla 5-37:** Tasa Interna de Retorno

Cálculo de la tasa interna de retorno						
VAN	\$ -94,065.80	\$ 120,786.05	\$ 103,857.41	\$ 107,254.45	\$ 110,235.26	\$ 115,052.79
<b>TIR</b>	<b>21.5%</b>					

Realizado por: Icaza, E. (2023).  
= **21.5%**

Al tener una Tasa Interna de Retorno Alta indica que el proyecto es bueno y tiene un alto índice de retorno el mismo que si es viable.

### Periodo de Recuperación de la Inversión

En el presente calculo se busca determinar el tiempo exacto en el cual se puede recaudar la inversión inicial aplicada al proyecto.

$$PRI = \frac{I_0}{F}$$

**Tabla 5-38: PRI**

		10.35%		
AÑOS	FNC	ACTUALIZACION	FNC Actualizados	FNC ACUMULADOS
2023	\$120,786.05	0.906	\$109,457.23	\$109,457.23
2024	\$103,857.41	0.980	\$101,740.49	\$211,197.72
2025	\$107,254.45	0.970	\$103,991.96	\$315,189.68
2026	\$110,235.26	0.960	\$105,787.21	\$420,976.89
2027	\$115,052.79	0.950	\$109,279.31	\$530,256.20

Realizado por: Icaza, E. (2023).

=2 años

El Periodo de Recuperación de la Inversión es de 2 años demostrando que en el año 2025 se recuperará la inversión inicial.

### Relación Beneficio-Costo

Demuestra los costos y los beneficios que presenta el proyecto el cual se enfoca en el índice cuando sea mayor para que el mismo sea viable y realizable dentro del estudio de mercado previamente realizado.

**Tabla 5-39: Relación Costo Beneficio**

CALCULO RELACIÓN BENEFICIO COSTO	
VNA	\$419,198.11
TOTAL INVERSIÓN	\$ -94,065.80
<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>	<b>1.99</b>

Realizado por: Icaza, E. (2023).

El valor como resultado significa que por cada dólar invertido se recuperara \$1.99 dólares

## **CONCLUSIONES**

Realizada la investigación se determinó de forma teórica todos los aspectos y actividades que deben ser realizados de forma técnica para implementar o calcular un proyecto de factibilidad; además se definió los componentes de factibilidad donde se pueda adaptar la información obtenida de forma técnica hacia la realidad del problema encontrado.

El estudio técnico se realizó según la teoría específica que fijó un modelo a seguir en el capítulo uno, el mismo que se vuelve un paso de referencia para poder calcular los costos y gastos que tendrá la propuesta realizada. Así mismo gracias al estudio de mercado se determinó la oferta y demanda existente y así la factibilidad comercial de la propuesta.

Una vez realizados los estudios previos se pudo concluir con el estudio de factibilidad financiero y se demostró que de dar apertura a una nueva sucursal de Ferriaceros el proyecto tendrá un VAN positivo de \$325,132.31 y una TIR del 21.56%. valores que demuestran que la inversión puede ser realizada al mismo tiempo que puede convertirse en una oportunidad laboral para la población local adicionando la rentabilidad que el presente proyecto genera para sus inversionistas y siendo parte de la dinámica económica.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda hacer uso del documento teórico como un aporte técnico para la realización de una investigación en materia de proyectos de factibilidad puesto que es un compendio de varios autores que han logrado resumir en fases una serie de actividades a considerar y generar las consideraciones necesarias para lograr la apertura de un nuevo negocio.

Es importante que se realice un estudio técnico y un estudio de mercado para los futuros estudios de factibilidad, puesto que de los dos estudios dependerá el conocimiento real de la población y el lugar donde se desarrollarán las actividades empresariales, además gracias a estos estudios el investigador o inversionistas podrán definir una estructura de costos y gastos en los cuales determinará si su oferta en el mercado puede ser acogida.

Es determinante la realización de un estudio financiero luego de la realización de los diferentes estudios que lo anteceden, para determinar la factibilidad real de la propuesta realizada. Si bien se pudo conseguir el lugar y las condiciones necesarias frente a una demanda insatisfecha es importante conocer si es una idea útil de forma rentable para los inversionistas del proyecto determinado.

## **GLOSARIO**

**Desarrollo sostenido:** Dentro de un país o región, el cambio gradual caracterizado por el crecimiento económico, la creciente equidad social, la constructiva modificación de los ecosistemas y el mantenimiento de la base de recursos naturales (Montes del Castillo & Montes , 2018).

**Negocio Ferretero:** es un establecimiento comercial dedicado a la venta de útiles para el bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar, normalmente para el público en general, aunque también existen dedicadas a profesionales con elementos específicos como maderas, herramientas de pequeño tamaño, clavos, tornillos (Montes del Castillo & Montes , 2018).

**Estrategia:** El marco lógico y conjunto de decisiones coordinadas que vinculan los objetivos de desarrollo con las acciones necesarias para lograrlos. La estrategia propuesta que incluye componentes económicos, sociales, ambientales y espaciales, especifica los principales problemas que deben solucionarse, y las oportunidades que pueden aprovecharse mediante inversiones a corto y mediano plazo en proyectos específicos (Montes del Castillo & Montes , 2018).

**Sector productivo:** Un sector de la economía que produce un bien material. Los sectores productivos incluyen la minería, la silvicultura, la pesca, la agricultura, la industria y la energía, pero excluyen la actividad gubernamental y los servicios sociales (Montes del Castillo & Montes , 2018).

**Beneficiarios:** Son el grupo objetivo o población objetivo (beneficiarios directos) más los favorecidos indirectamente por el proyecto (Montes del Castillo & Montes , 2018)

## BIBLIOGRAFÍA

- Acciona. (2021). *¿En Qué Consiste La Economía Circular?* Obtenido de [https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/en-que-consiste-la-economia-circular/?\\_adin=02021864894](https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/en-que-consiste-la-economia-circular/?_adin=02021864894)
- Artusa, E. A. (2020). *Brexit y el sector automotriz en Reino Unido: Implicancias en las cadenas de valor y estrategia empresarial*. Recuperado de Pontificia Universidad Católica Argentina: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/10605>
- Asobanca. (2021). *Bajar las tasas de interés: cinco caminos por andar*. Recuperado de <https://asobanca.org.ec/analisis-economico/bajar-las-tasas-de-interes-cinco-caminos-por-andar/>
- BCE, B. C. (2022). Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Berlitz, M. (Julio de 2020). *7 modelos de planeación estratégica y sus beneficios*. Recuperado de Berlitz: <https://www.berlitz.com/es-mx/blog/7-modelos-de-planeacion-estrategica-y-sus-beneficios>
- CEPAL. (2022). *Agenda digital para América Latina y el Caribe*. Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961_es.pdf)
- Cohelo, F. (2013). *Significados.com*. Recuperado de Investigación de campo: <https://www.significados.com/investigacion-de-campo/>
- Fundación Ecolec. (2018). *Ecolec Fundación*. Recuperado de <https://www.ecolec.es/informacion-y-recursos/tratamiento-de-residuos/>
- García, J. (27 de Abril de 2015). *VP Consultores*. Recuperado de Planeación Estratégica: [http://www.ccichonduras.org/website/Descargas/presentaciones/2015/04-Abril/PLANIFICACION\\_ESTRATEGICA.pdf](http://www.ccichonduras.org/website/Descargas/presentaciones/2015/04-Abril/PLANIFICACION_ESTRATEGICA.pdf)

- García, J., Duran, S., Cardeño, E., Prieto, R., García, E., & Paz, A. (2017). *Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad*. Recuperado de RFEvista Espacios : <https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/a17v38n52p16.pdf>
- García, M. Á., Grilló, A. J., & Morte, T. (2021). *La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática*. Recuperado de Retos, 11(21): <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/21.2021.04/4428>
- Google Maps. (2022). *Ubicación Latacunga*. Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/Latacunga/@-0.9339953,-78.6233246,15z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d461069d795bd1:0xc0a05fcabee8fb!8m2!3d-0.9339953!4d-78.6145698>
- Guerrero, J. N. (2015). Metodología de la Investigación. 25.
- Guerrero, J. N. (2015). Metodología de la Investigación. 24.
- Hernández, R., Baptista, P., & Fernández, C. (2013). *Metodología de la investigación*. México DF: McGraw–Hill.
- Illinois, O. (2019). *Owens Illinois*. Recuperado de ¿Cómo Responde El Vidrio A La Necesidad De La Sociedad De Un Futuro Sostenible?: <https://glass-catalog.com/mx-es/news/c%C3%B3mo-responde-el-vidrio-a-la-necesidad-de-la-sociedad-de-un-futuro-sostenible>
- Impulsa, C. (2018). *Medium*. Recuperado de Los 4 principales componentes de la planeación estratégica.: <https://medium.com/@facilitadorimpulsa/los-4-principales-componentes-de-la-planeaci%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-86898e9f314f>
- INEC. (2022). *Proyecciones Poblacionales*. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Infaimon. (10 de Abril de 2018). *Revolución artificial*. Recuperado de Seguridad industrial: definición y objetivos: <https://blog.infaimon.com/seguridad-industrial-definicion-objetivos/>

- Intep. (2018). *Intep*. Recuperado de [https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018\\_1/Documentos/INVESTIGACION\\_NO\\_EXPERIMENTAL.pdf](https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018_1/Documentos/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf)
- Lasheras, R. A., García, C. J., León, C., & Ormazábal, M. (2020). *Guía Práctica para implementar a economía circular en las pymes*. Madrid: AENOR Internacional, S.A.U.
- Leiva, M. R. (Diciembre de 2016). *Análisis FODA*. Recuperado de <https://www.analisisfoda.com/>
- López, J. (Octubre de 2019). *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/poblacion-estadistica.html>
- López, M. D., & Marín, L. J. (2012). *Planeación estratégica: fundamentos y casos*. Bogotá: Ediciones de la U .
- Machado, E. R., & Vaca, P. A. (2018). *Planificación estratégica para el Centro de Formación Artesanal Olimpia Barros ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado de Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/17062>
- McLennan, M. (2021). *¿Cómo continuar con la flexibilidad laboral ante el regreso al trabajo?* Recuperado de Mercer: <https://www.latam.mercer.com/our-thinking/la-nueva-forma-de-trabajar-covid19/como-continuar-con-la-flexibilidad-laboral.html>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2021). *Política Industrial del Ecuador 2016-2025*. Recuperado de [http://servicios.produccion.gob.ec/siipro/downloads/temporales/1\\_Pol%C3%ADtica%20Industrial\\_MIPRO%202016-2025.pdf](http://servicios.produccion.gob.ec/siipro/downloads/temporales/1_Pol%C3%ADtica%20Industrial_MIPRO%202016-2025.pdf)
- Minolta, K. (2022). *Avances En Vidrios Inteligentes Crean Ventanas Que Cambian Su Color Según las Condiciones Climáticas*. Recuperado de <https://sensing.konicaminolta.us/mx/blog/advances-en-vidrios-inteligentes-crean-ventanas/>
- Molina, D. (2013). *Gestiopolis*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/planeacion-y-sus-caracteristicas-dentro-del-proceso-administrativo/>

- Montes del Castillo , A., & Montes , A. (2018). Guía para proyectosa de investigación. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 91-126. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4761/476147260005.pdf>
- Moya, D. P. (2021). *Gestionar Fácil*. Recuperado de <https://www.gestionar-facil.com/diagnostico-de-una-empresa/>
- Much. (2015). En *Planeación Estratégica El Rumbo hacia el éxito*. Trillas. (pág. 13).
- Parco, I. (2018). *Dspace Epoch*. Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8815/1/12T01195.pdf>
- Peña, R. M. (2013). *UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN ENRIQUE GUZMÁN Y VALLE*. Recuperado de <http://200.48.31.93/Titulacion/2013/exposicion/SESSION-4-METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>
- Pérez, A. G. (2001). *Scielo*. Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352001000300003](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352001000300003)
- Pérez, J. (2021). *Definición.de*. Recuperado de <https://definicion.de/eficiencia/>
- Pita, S., & Pértegas, S. (27 de Mayo de 2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Recuperado de Unidad de Epidemiología Clínica y Bioestadística: [http://fisterra.com/mbe/investiga/cuanti\\_cuali/cuanti\\_cuali2.pdf](http://fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali2.pdf)
- Pozo, B. M. (2021). *Estudio de demanda turística para el diseño de un plan estratégico de actividades acuáticas familiares en playa El Pelado*. Recuperado de Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/56048>
- Pro, Q. (2021). *Question Pro*. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-un-cuestionario/>
- Pupo, G. A. (11 de Marzo de 2021). *Gestiopolis*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
- Raffino, M. E. (25 de Septiembre de 2020). *Concepto*. Recuperado de <https://concepto.de/entrevista/>

- Raffino, M. E. (14 de Junio de 2021). *Concepto*. Recuperado de <https://concepto.de/encuesta/>
- Reyes, C. G., & Alvarado, F. G. (2015). *Administración 2*. México: Grupo Editorial Patria.
- Rodríguez, R. (2013). *Planificación Estratégica*. Clube de Autores.
- Roncancio, G. (Mayo de 2018). *Pensemos*. Recuperado de <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>
- Ruíz, H. M. (2012). *Metodología de la Investigación*. México D.F: Cengage Learning.
- Saigua, S. V. (2020). *Desarrollo De Una Planificación Estratégica Para La Empresa Proveedor Industrial, Ciudad De Riobamba, Provincia De Chimborazo, Período 2020- 2024*. Recuperado de Escuela Superior Politécnica De Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14408/1/22T0582.pdf#%5B%7B%22num%22%3A269%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2C97%2C771%2C0%5D>
- Salazar, D. y. (2006). *Planificación. ¿Éxito Gerencial?* Recuperado de Multiciencias, vol. 6, núm. 1: <https://www.redalyc.org/pdf/904/90460103.pdf>
- Sánchez, D. E. (28 de Febrero de 2012). *Escuela de Organización Industrial*. Recuperado de <https://www.eoi.es/blogs/dianaesperanzadelacruz/2012/02/28/planificacion-estrategica/>
- Sánchez, J. (Marzo de 2020). *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/eficacia.html>
- SRI. (2021). *Régimen simplificado para emprendedores y negocios populares*. Recuperado de sri: <https://www.sri.gob.ec/rimpe>
- SRI. (2022). *saiku*. Recuperado de <https://srienlinea.sri.gob.ec/saiku-ui/#ACTIVIDAD%20ECONOMICA/hierarchy/%5BACTIVIDAD%20ECONOMICA%5D/%5BACTIVIDAD%20ECONOMICA%5D.%5BACTIVIDAD%20ECONOMIC%5D>
- Uriarte, J. M. (09 de Marzo de 2020). *Características.co*. Recuperado de <https://www.caracteristicas.co/planificacion/>

Valle, A. P. (2020). *La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales*. Recuperado de Universidad y Sociedad vol.12 no.3:  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000300160](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300160)

Valle, S. (2020). *D space Epoch*. Recuperado de  
<http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/14326/1/22T0567.pdf>

Veracruzana, U. (2017). *Universidad Veracruzana*. Recuperado de  
<https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad3/entrevista.html>

**Total 56 referencias bibliográficas.**



## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

### FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### CARRERA DE FINANZAS

**Instrumento De Investigación:** Entrevista

**Ciudad:** Latacunga

**Dirigido al:** Inversor del proyecto / Emprendedor/ Gerente

**Objetivo:** Conocer las expectativas del inversor sobre la factibilidad de la apertura de una sucursal de FERRIACEROS, en la ciudad de Latacunga.

**Instructivo:** Responda según corresponda.

1. Cómo surge la idea de abrir una nueva sucursal de la ferretería FERRIACEROS”
2. ¿Cuáles son los objetivos que tiene ud. al pretender invertir en este tipo o sector de la economía local?
3. ¿Considera que un estudio técnico o formal puede mejorar las condiciones previas para conocer la realidad del mercado en donde pretende aperturar su negocio?
4. ¿Qué tipo de productos considera que deberá poner a disposición de su mercado?
5. ¿Qué nivel de riesgo percibe ud. en la localidad donde pretende poner en marcha su negocio?

6. ¿Los recursos financieros con los que dispone para esta inversión son propios o financiados por una IFIS?
7. ¿Qué factor considera ud. que diferenciaría a su emprendimiento de otros que oferten productos similares a los FERRIACERO?
8. ¿En el caso de ser factible la apertura de esta nueva sucursal, qué tipo de productos ud. ofertaría al público, ha considerado un producto o segmento de la construcción específico?
9. ¿Posee manuales y procesos ya diseñados con los que se trabaje en su empresa?



## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

### FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### CARRERA DE FINANZAS

**Instrumento De Investigación:** Encuesta

**Ciudad:** Latacunga

**Dirigido al:** Demanda potencial

**Objetivo:** El objetivo de la encuesta, es conocer el nivel de aceptación de los pobladores, para la apertura de una sucursal de FERRIACEROS COTOPAXI

#### DATOS INFORMATIVOS:

Edad:.....

Género:.....

Sector/barrio:.....

Instrucciones

Lea detenidamente cada pregunta, y señale con X la respuesta que considere pertinente.

Preguntas

1. ¿Compra usted, productos de ferretería en la ciudad de Latacunga?

Si

No

2. ¿Considera usted, que son suficientes los servicios de ferretería que existe en el cantón?

Si No

3. ¿Cuál de las siguientes características de servicio al cliente, considera usted que una ferretería debe tener hacia sus clientes?

Característica

Calidad y garantía de los productos

Personal capacitado

Variedad de productos

Precios cómodos

Oportuna y eficiente atención

Flexibilidad de horarios de atención

Servicio de transporte

4. Que modalidades de venta, piensa usted que se debería mantener en una ferretería

Catálogos o revistas

Observación con guías

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

Aceros y derivados

Hierro Cemento

Materiales eléctricos Materiales de servicios de agua Grifería y sanitarios

Pinturas Cerámicas

Cubiertas o perfiles

Otros materiales de construcción

6. De los productos antes mencionados, ¿cuál de ellos compra o adquiere fuera del cantón Latacunga?

Aceros y derivados

Hierro Cemento

Materiales eléctricos Materiales de servicios de agua Grifería y sanitarios

Pinturas Cerámicas

Cubiertas o perfiles

Otros materiales de construcción

7. ¿Con que frecuencia, usted compra o adquiere los mencionados materiales de construcción?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

8. ¿Cuál es su forma de pago?

Efectivo

Tarjeta de crédito

9. ¿Cuál de los siguientes criterios, considera usted que son ineludibles con respecto a una ferretería de materiales de construcción? Califique según su criterio de 1 a 7 (1 desde menor significancia, 7 hasta los más importante) sucesivamente.

Criterio Nivel de importancia

Calidad y garantía	
Precio	
Variedad	
Atención	

Ubicación	
Flexibilidad de horarios de atención	
Servicio de transporte	

10. ¿Considera usted, que es necesario que exista una ferretería de materiales de construcción que abastezca al cantón?

Si

No

11. En qué sector del cantón Latacunga le gustaría que se encuentre la Sucursal de Ferriaceros Cotopaxi?

CENTRO

NORTE

SUR

12. ¿Qué cantidad de sus ingresos mensuales, destina para la compra de productos de ferretería?

10 o menos

15 a 30

30 a 65

65 a 120

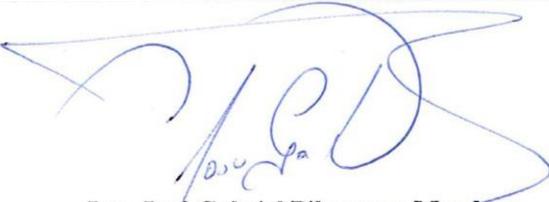
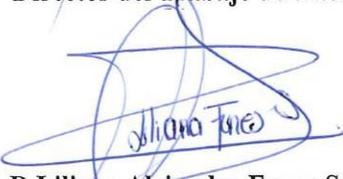
120 a 200

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE LA GUÍA PARA**  
**NORMALIZACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO**

**Fecha de entrega:** 05/04/2024

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> Estefany Daniela Icaza Montachana
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> Administración de Empresas
<b>Carrera:</b> Finanzas
<b>Título a optar:</b> Licenciada en Finanzas
 <b>Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza</b> <b>Director del Trabajo de Titulación</b>  <b>Ph.D Liliana Alejandra Funes Samaniego</b> <b>Asesor del Trabajo de Titulación</b>