



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACION

CARRERA DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA FERRETERÍA EN EL CANTÓN LA TRONCAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN EMPRESAS**

AUTOR: JONATHAN JAVIER TENEMPAGUAY POGYO

DIRECTOR: ING. FLOR ISABEL SALAZAR VAZQUEZ

LA TRONCAL – ECUADOR

2022

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACION

CARRERA DE EMPRESAS

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA FERRETERÍA EN EL CANTÓN LA TRONCAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN EMPRESAS**

AUTOR: JONATHAN JAVIER TENEMPAGUAY POGYO

DIRECTOR: ING. FLOR ISABEL SALAZAR VAZQUEZ

LA TRONCAL – ECUADOR

2022

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

Jonathan Javier Tenempaguay Pogyo, portador de la cédula de ciudadanía N° **0302962410** declaro bajo juramento que en el trabajo denominado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FERRETERÍA EN EL CANTÓN LA TRONCAL”** me hace responsable sobre las opiniones, versiones e ideas allí expresadas. Declaramos que el mismo ha sido elaborado respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximimos a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaramos finalmente que nuestra obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos, y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación sobre la que también nos responsabilizamos y eximimos a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

La Troncal, 10 de marzo de 2022



Jonathan Javier Tenempaguay Pogyo
Universidad Católica de Cuenca Sede San Pablo de La Troncal
C.C. 030296241-0
Telf: (07) 2 422 350
[Mail:jjtenempaguayp10@est.ucacue.edu.ec](mailto:jjtenempaguayp10@est.ucacue.edu.ec)

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE EMPRESAS
UNIDAD DE TITULACIÓN

La Troncal, 10 de marzo de 2022

Sección: UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN
Asunto: Aprobación de presentación del Trabajo de Titulación

Señor Ingeniero
Carlos Patricio Orellana Orellana, MBA
UNIDAD DE TITULACIÓN
UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

De mi consideración:

El suscrito tutor del trabajo de titulación, con un atento y cordial saludo me dirijo a usted para desearle éxitos en sus funciones diarias, y a su vez certificar que el trabajo titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FERRETERÍA EN EL CANTÓN LA TRONCAL.”** desarrollado por el estudiante: **JONATHAN JAVIER TENEMPAGUAY POGYO**, con número de cédula **0302962410**, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad Católica de Cuenca.

Particular que pongo su conocimiento para los fines legales consiguientes, suscribo, no sin antes exteriorizar nuestra consideración.

Atentamente,
DÍOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



ING. FLOR SALAZAR VAZQUEZ
DOCUMENTO FIRMADO DIGITALMENTE
La Troncal - Ecuador
2022-04-02 21:19:05:00

ING. FLOR SALAZAR VAZQUEZ
TUTOR(A)

Dedicatoria

Primero que todo dedico este proyecto a Dios Todopoderoso por permitirme culminar esta etapa en mi vida, y con ello empiezan nuevos objetivos que con ayuda de El siempre podré realizar.

Este proyecto está dedicado a mis padres, al Sr. Ángel Hernán Tenempaguay Hurtado y la Sra. Martha Guillermina Pogyo Tenecela, a mi hermano Ángel Geovanny Tenempaguay Pogyo y a mi familia que me ha brindado su apoyo, quienes me han inculcado excelentes valores y principios, en este largo caminar profesional.

Jonathan Javier Tenempaguay Pogyo.

Agradecimiento

Agradezco, principalmente a Dios y a mis padres, Ángel Tenempaguay y Martha Pogyo, por darme la vida y estar conmigo en todo momento, por su apoyo en los momentos de éxito y derrota, en los momentos de tristeza y alegría, a ustedes, les debo este logro que hoy puedo alcanzar.

También quiero agradecer, a mi hermano: Geovanny Tenempaguay, por todo el inmenso apoyo que me ha brindado desde el inicio de mi carrera hasta mi culminación, y todos los momentos de alegría que has compartido conmigo; para ti va este logro, y todos los que me faltan por alcanzar.

Mi inmensa gratitud, a todos los docentes de la Universidad Católica de Cuenca que han compartido su conocimiento y sabiduría durante todo el transcurso de mi carrera universitaria, en especial quiero agradecer a mi Tutor de Tesis Msc. Flor Vásquez, gracias por su apoyo y confianza en mi trabajo.

Jonathan Javier Tenempaguay Pogyo

Resumen

El presente proyecto de tesis tiene como principal objetivo elaborar un plan de negocios para la implementación de una ferretería en el cantón La Troncal provincia del Cañar para el año 2022, debido al incremento de la población y la expansión de los sectores aledaños, hace que las empresas comercializadoras de productos ferreteros no tengan la capacidad para poder cubrir la demanda existente que día a día va en aumento, además la escasa variedad de materiales genera insatisfacción a los clientes, por lo que es de vital importancia determinar la oferta y demanda de los habitantes a través de la población económicamente activa, con una muestra poblacional de 381 personas, el mercado potencial manifestó que el 100% de los encuestados si adquiere productos ferreteros pero el 47% se encuentran insatisfechos por la escasa variedad de materiales, por lo tanto si consumirían en una nueva ferretería que ofrezca una amplia gama de productos, también se estableció el estudio técnico indicando la localización micro y macro de la empresa, el flujo de proceso para una mejor productividad comercial, y por último el estudio económico financiero refleja la inversión total de \$132.327,58 dólares para la creación de FERROCONSTRUCTOR S.A. demostrando a través de los indicadores de rentabilidad el valor actual neto \$112.903,96 dólares, la tasa interna de retorno 52,48% y la relación beneficio costo \$1,32 lo que hace viable la elaboración del proyecto para 10 años.

Palabras clave: Empresa, Productividad, Indicadores, Rentabilidad, Tasa.

Abstract

This research aims to develop a business plan for the implementation of a hardware store in the canton of La Troncal, Cañar province for the year 2022; due to the increase in population and the expansion of the surrounding sectors, makes the companies that sell hardware products can not cover the existing demand that is increasing day by day. In addition, the limited variety of materials generates customer dissatisfaction, so it is vitally important to determine the supply and demand of the inhabitants through the economically active population. Then, with a demographic sample of 381 people, the potential market stated that 100% of those surveyed do purchase hardware products, but 47% are dissatisfied due to the limited variety of materials; therefore, they would consume in a new hardware store that offers a wide range of products. Also, a technical study was established, indicating the micro and macro location of the company, the process flow for better commercial productivity, and finally; the economic-financial study reflects the total investment of \$132,327.58 for the creation of FERROCONSTRUCTOR S.A. demonstrating through profitability indicators the net present value of \$112,903.96. The internal rate of return of 52.48% and the cost-benefit ratio of \$1.32 make the project's development viable for 10 years.

Keywords: company, productivity, indicators, profitability, rate

La Troncal, 6 de abril 2022

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO

Índice

<i>Declaratoria de Autoría y Responsabilidad</i>	3
<i>Dedicatoria</i>	5
<i>Agradecimiento</i>	6
<i>Resumen</i>	7
<i>Índice</i>	9
<i>Lista de ilustraciones</i>	11
<i>Lista de tablas</i>	12
CAPITULO 1	13
1. Planteamiento del problema	13
1.1 Descripción del caso a investigar	13
1.2 Antecedentes del caso a investigar	14
1.3 Preguntas de investigación	15
1.3.1 Preguntas generales	15
1.4 Objetivos de la investigación	16
1.4.1 Objetivos generales	16
1.4.2 Objetivos específicos.....	16
1.5 Justificación	17
1.6 La empresa	18
1.6.1 Actividad económica.....	18
1.6.2 Reseña histórica	19
1.6.3 Misión.....	20
1.6.4 Visión	20
1.6.5 Valores.....	21
1.6.6 Objetivos de la empresa.....	22
1.6.7 Estructura Orgánica.....	22
1.6.8 Organigrama	22
1.6.9 Ubicación.....	26
1.6.10 Aspecto Legal	26
CAPITULO 2	31
Marco Teórico	31
2.1. Investigación de mercados.....	31
2.2 ¿Qué es un plan de negocios?	34
2.3. Modelo CANVAS	36
2.4. Oferta.....	37
2.5. Demanda	37
2.6. El producto.....	37
2.7. Análisis FODA.....	39
Estudio Técnico	40
2.8.1 Localización.....	40
2.8.2 Tamaño del proyecto.	41
2.8.3 Diseño de la Ferretería.....	41

2.8.4 Descripción de prestación de servicios.....	41
2.8.5. Flujo grama del proceso	42
Estudio Financiero	43
2.9.1 Análisis financiero.....	43
2.9.2 Malla Presupuestaria	43
2.9.3. Inversión en ferretería.....	43
2.9.4. Costo de inversión.....	43
2.9.5. Ingresos.....	44
2.9.6. Depreciación.....	44
2.9.7. Financiamiento.....	44
2.9.8. Estado de pérdidas y ganancias del plan de negocios.....	44
2.9.9. Flujo de caja proyectado.....	44
2.9.10. Evaluación financiera	45
2.9.11 Indicadores de análisis financieros.....	45
CAPITULO 3.....	47
3. Levantamiento de información	47
3.1 Fuente de Datos.....	47
3.2 Tamaño de la Muestra	47
3.2.1 Diseño de la Encuesta.....	49
3.3. Resultados de la Investigación.....	52
3.3. Diseño del Logotipo	63
3.4. Modelo administrativo (Organigrama Funcional)	63
3.5. Modelo Canvas	65
3.6. Matriz FODA de Ferreconstructor S.A.....	68
3.7 Flujos de Diagrama	69
Análisis y Evaluación del Estudio Técnico.....	75
3.8 Ubicación.....	75
3.9 Distribución del almacén.....	77
Estudio y Análisis de la Evaluación Financiera.....	78
3.10.1 Inversión inicial.....	78
3.10.2 Estado de Situación Inicial	82
3.10.3 Costo de Capital	83
3.10.4 Cronograma de Inversión.....	83
3.10.5 Depreciación de Activos.....	84
3.10.6 Presupuesto de Ventas	84
3.10.7 Presupuesto de Compras.....	86
3.10.8 Presupuesto de Inventario - Costo de Venta.....	86
3.10.9 Presupuesto de Gastos Operativos	87
3.10.10 Presupuesto de Caja.....	88
3.10.11 Presupuesto Pérdidas y Ganancias	89
3.10.12 Balance General	90
3.10.13 Indicadores Financieros	91
3.10.14 VAN Y TIR.....	92
CAPÍTULO 4.....	93
4.1 Conclusiones y Recomendaciones	93
4.1.1 Conclusiones	93
4.1.2 Recomendaciones.....	95
4.1.3. Bibliografía	95
4.1.4. Anexos	97

Lista de ilustraciones

<i>Ilustración 1. Ejemplo de Organigrama</i>	<i>23</i>
<i>Ilustración 2. Modelo CANVAS de la Ferretería</i>	<i>36</i>
<i>Ilustración 3 Índice de Sexo.....</i>	<i>52</i>
<i>Ilustración 4 Frecuencia de compra</i>	<i>53</i>
<i>Ilustración 5 Satisfacción de la demanda</i>	<i>53</i>
<i>Ilustración 6 Oferta de ferreterías La Troncal.....</i>	<i>54</i>
<i>Ilustración 7 Ingresos Mensuales destinados a la construcción.</i>	<i>55</i>
<i>Ilustración 8 Características al momento de comprar productos ferreteros.....</i>	<i>56</i>
<i>Ilustración 9 Aceptación de una nueva Ferretería</i>	<i>56</i>
<i>Ilustración 10 Línea de Productos Ferreteros</i>	<i>57</i>
<i>Ilustración 11 Porcentaje de la demanda de los productos</i>	<i>58</i>
<i>Ilustración 12 Marcas de Cemento</i>	<i>59</i>
<i>Ilustración 13 Marcas de Hierro</i>	<i>59</i>
<i>Ilustración 14 Marcas de Alambre</i>	<i>60</i>
<i>Ilustración 15 Marcas de Tuberías de Plástico</i>	<i>60</i>
<i>Ilustración 16 Marcas de Techos.....</i>	<i>60</i>
<i>Ilustración 17 Marcas de Cables Eléctricos</i>	<i>61</i>
<i>Ilustración 18 Marcas de Materiales y Estructuras</i>	<i>61</i>
<i>Ilustración 19 Servicio al cliente</i>	<i>61</i>
<i>Ilustración 20 Métodos de pago.....</i>	<i>62</i>
<i>Ilustración 21 Medios de Comunicación.....</i>	<i>62</i>
<i>Ilustración 22 Logotipo y Eslogan.....</i>	<i>63</i>
<i>Ilustración 23 Organigrama FERRECONSTRUCTOR S.A.</i>	<i>64</i>
<i>Ilustración 24 Aplicación del modelo CANVAS a la Ferretería.....</i>	<i>67</i>
<i>Ilustración 25 Flujo grama Proceso Compra</i>	<i>69</i>
<i>Ilustración 26 Flujo grama Recepción de Mercadería</i>	<i>70</i>
<i>Ilustración 27 Flujo grama Ingreso de Factura.....</i>	<i>71</i>
<i>Ilustración 28 Flujo grama Proceso de venta.....</i>	<i>72</i>
<i>Ilustración 29 Flujo grama entrega de materiales.....</i>	<i>73</i>
<i>Ilustración 30 Macro Localización.....</i>	<i>75</i>
<i>Ilustración 31 Ubicación Ferreconstructor S.A.</i>	<i>76</i>
<i>Ilustración 32 Distribución de la planta.</i>	<i>77</i>

Lista de tablas

<i>Tabla 1 Líneas de Productos Ferreteros</i>	38
<i>Tabla 2 Matriz FODA</i>	39
<i>Tabla 3 Sexo</i>	52
<i>Tabla 4 Frecuencia de consumo</i>	52
<i>Tabla 5 Satisfacción de la demanda</i>	53
<i>Tabla 6 Oferta de Ferreterías</i>	54
<i>Tabla 7 Precio de Compra</i>	54
<i>Tabla 8 Características Momento Realizar Compras</i>	55
<i>Tabla 9 Nueva Comercializadora de artículos ferreteros</i>	56
<i>Tabla 10 Línea de Artículos</i>	57
<i>Tabla 11 Demanda de los productos</i>	58
<i>Tabla 12 Marcas de Cemento</i>	59
<i>Tabla 13 Marca de Hierro</i>	59
<i>Tabla 14 Marcas de Alambre</i>	59
<i>Tabla 15 Marcas de Tuberías de Plástico</i>	60
<i>Tabla 16 Marcas de Techos</i>	60
<i>Tabla 17 Marcas de Cables Eléctricos</i>	61
<i>Tabla 18 Marcas de Materiales y Estructuras</i>	61
<i>Tabla 19 Servicio al cliente</i>	61
<i>Tabla 20 Métodos de pago</i>	62
<i>Tabla 21 Medios de Comunicación</i>	62
<i>Tabla 22 Matriz FODA Ferreconstructora S.A.</i>	69
<i>Tabla 23 Maquinaria y equipo</i>	78
<i>Tabla 24 Muebles y enseres</i>	79
<i>Tabla 25 Vehículos</i>	79
<i>Tabla 26 Gastos de Constitución e Instalación</i>	80
<i>Tabla 27 Financiamiento</i>	80
<i>Tabla 28 Inventario de Mercaderías</i>	82
<i>Tabla 29 Estado de Situación Inicial</i>	82
<i>Tabla 30 Costo de capital</i>	83
<i>Tabla 31 Cronograma de Inversión</i>	83
<i>Tabla 32 Tabla de depreciaciones</i>	84
<i>Tabla 33 Presupuestos de Ventas</i>	84
<i>Tabla 34 Presupuesto de Compras</i>	86
<i>Tabla 35 Presupuesto de Inventario- Costo de venta</i>	87
<i>Tabla 36 Gastos Operativos</i>	87
<i>Tabla 37 Presupuesto de Caja</i>	88
<i>Tabla 38 Presupuesto Perdidas Y Ganancias</i>	89
<i>Tabla 39 Balance General</i>	90
<i>Tabla 40 Indicadores Financieros</i>	91
<i>Tabla 41 Flujo neto de efectivo</i>	92
<i>Tabla 42 Resultados TIR Y VAN</i>	92

CAPITULO 1

1. Planteamiento del problema

En el cantón La Troncal existe un número limitado de empresas que comercializan y distribuyen productos ferreteros al mercado, pero con el debido incremento poblacional y la expansión de los sectores aledaños, esto significa que las empresas comercializadoras no están dispuestas a satisfacer la demanda existente que con el pasar del tiempo va en aumento, el cual ocasiona el deficiente servicio de venta a los clientes debido a sus productos limitados que disponen y los propietarios o socios de la empresa cuentan con pocos recursos para optimizar el proceso de comercialización, lo que genera insatisfacción en los consumidores al no poder adquirir los productos.

Por lo que los clientes al momento de comprar distintos productos ferreteros dentro del cantón La Troncal tienen a movilizarse o desplazarse a diferentes lugares para adquirir estos productos por el escaso stock y disponibilidad de los mismos, incrementando su coste económico, causando incomodidad en los consumidores, y pérdida de tiempo impidiendo la entera satisfacción de los clientes.

1.1 Descripción del caso a investigar

La elaboración del plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora y distribuidora de productos ferreteros surge a raíz de las necesidades que poseen los habitantes del sector y empresas constructoras, la alta demanda de artículos destinados para la construcción, permite ofrecer a los consumidores o clientes un servicio de calidad, que permita diferenciarse de la competencia y cuente con una extensa gama de productos a precios competitivos de mercado, que satisfagan las exigencias de los mismos, identificando índices de rentabilidad y viabilidad del proyecto para la toma de decisiones a corto y largo plazo permitiendo el inicio de actividades de la empresa.

El sector ferretero corresponde al grupo de construcción, el mismo que refleja una proyección de crecimiento importante de acuerdo con las estadísticas económicas ecuatorianas en los últimos años, manteniendo un comportamiento lineal desde la dolarización.

1.2 Antecedentes del caso a investigar

El presente plan de negocio tiene como lugar de investigación la Provincia del Cañar, cantón La Troncal, donde se observa que el crecimiento económico es muy favorable y rentable, principalmente en la zona central, sector cuyo desarrollo residencial es el de mayor auge; la demanda de materiales para la construcción cada vez va en aumento, por ende, las necesidades de adquirir dichos artículos brindan una oportunidad de negocio.

En la actualidad la población troncaleña se dedica a diferentes actividades que van desde el sector agropecuario hasta la construcción de edificios, residencias, entre otros. Por lo tanto, las ferreterías dedicadas a la venta y repartición de artículos ferreteros apuntan como dicho mercado a las empresas constructoras, ingenieros, arquitectos y público en general, con el fin de cubrir la demanda de los mismos y satisfacer las necesidades que cuenta cada consumidor.

De la misma forma se ha presenciado la visita en diferentes ferreterías de la ciudad, comprobando varios aspectos relevantes como: lugar de ubicación estratégico, accesibilidad de clientes, estacionamiento, servicio de atención al cliente, lapso de entrega de la mercadería, variedad y calidad de los artículos, entre otros, con el fin de establecer las características y el tipo de comportamiento de este tipo de negocio.

Por lo tanto, en el proyecto se analiza que, para lograr con el objetivo deseado, se utilizara el método cuantitativo, cualitativo, inductivo y analítico, en el cual se llegó a la conclusión que existe un mayor porcentaje de empresas ferreteras en la localidad que se dedican a la comercialización de productos para el área de construcción, remodelación, entre otras actividades.

1.3 Preguntas de investigación

1.3.1 Preguntas generales

¿Cuán factible es la implementación de un proyecto enfocado a la creación de una empresa ferretera en la localidad?

a) ¿Cuál es el nivel de aceptación por parte de los clientes y empresas de construcción al momento de comprar estos productos?

b) ¿Cuál sería la ubicación y la capacidad de la empresa?

3) ¿Cuál sería la inversión inicial para la compra, distribución y venta de los diferentes artículos?

4) ¿Quiénes serían mis futuros proveedores y competidores?

5) ¿Cuál sería la rentabilidad económica - financiera del proyecto en 10 años?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivos generales

Elaborar el plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de productos ferreteros, ubicada en el Cantón La Troncal Provincia del Cañar, Año 2021.

1.4.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para la comercializadora de productos ferreteros, así también conocer los gustos y preferencias por parte de los clientes.
- Elaborar el modelo de negocio CANVAS, Organigrama y FODA para la empresa ferretera.
- Elaborar un estudio técnico que permita indicar la localización estratégica y los procesos de comercialización y distribución de la ferretería.
- Determinar a través de un estudio económico y financiero, la viabilidad monetaria como la capacidad de generar rentabilidad para la ferretería.

1.5 Justificación

El entorno empresarial en constante evolución y competitivo muestra que al iniciar un negocio, cada empresa debe guiarse por verdaderos expertos en la industria y el mercado en el que opera, en este caso, del sector ferretero. Es de vital importancia que quien lo dirija tendrá que tener el panorama claro, conocer donde se encuentra al iniciar con el negocio y su proyección a futuro, con el propósito de tomar las mejores decisiones y las repercusiones a asumir en caso de no ser favorables.

Es por eso, que el siguiente proyecto en mención tendrá como finalidad trazar una ruta de trabajo y de esta manera disminuir los riesgos que puede presentar una inversión existente, el método ayudará a establecer objetivos claros y por consiguiente optimizar los procesos y recursos a recurrir.

De la misma forma aportara mayor conocimiento sobre los precios de compra de mercaderías y rentabilidad del negocio, con el que se tomara decisiones si el negocio es viable.

Por supuesto, al desarrollar un plan de negocios, no solo se benefician los empresarios o inversionistas, sino también los clientes potenciales de la industria de la construcción, por lo que un emprendedor con una visión clara sabrá que va a ofrecer y a quién va a ofrecer, brindando productos de acuerdo a las necesidades del cliente, ya que tendrá en claro la demanda y tendencias de compra de los mismos, el segmento de mercado que requiere los materiales de construcción en la ciudad de La Troncal contara con un centro ferretero dispuesto a cumplir con la demanda del mercado, con materiales de alta calidad, ofreciendo un servicio adecuado, versátil y eficaz; además, la ferretería “FERROCONSTRUCTOR S.A.”, estará ubicada al alcance inmediato de su domicilio y fábricas, lo cual disminuirá los tiempos y costos para los clientes, sin olvidar el servicio postventa entrega a domicilio, dependiendo de cantidad comprada.

Por otra parte, tenemos que tener en cuenta los beneficiarios indirectos que existirá en el entorno, tales como las instituciones del estado, las mismas que se ven impactadas positivamente con la recaudación de impuestos. Asimismo, la plusvalía del sector mejora, debido al dinamismo de la economía en el entorno.

Finalmente, los habitantes de La Troncal se verán beneficiados, ya que la empresa ferretera será generadora de fuentes de empleo, es por ello, que el presente plan de negocios, tendrá gran satisfacción a la comunidad troncaleña, razón por la cual se toma la decisión de ponerlo en marcha.

1.6 La empresa

1.6.1 Actividad económica

El proyecto en mención trata sobre el modelo de negocios para la implementación de una ferretería de compra y distribución de productos ferreteros en el cantón La Troncal.

La industria de la construcción es una parte fundamental de la economía de cualquier país, pues es el responsable de la creación de la infraestructura necesaria para facilitar un mayor crecimiento económico sostenido.

Entre los principales actores podemos identificar a los proveedores de este sector, que proveen de materiales de construcción e insumos a los constructores; el segundo actor son los habitantes del cantón La Troncal que se encargan de la compra de productos ferreteros. Además, se pueden identificar actores indirectos con relevancia significativa para el buen funcionamiento del proceso, como los entes reguladores del sector financiero.

A continuación se menciona las diferentes actividades que conlleva el sector de la construcción. Actividades profesionales de construcción, demoliciones y preparación de terrenos, instalaciones eléctricas y de fontanería y otros trabajos de construcción, acabados y edificios, otras actividades profesionales de construcción.

1.6.2 Reseña histórica

Fundamentos

Al analizar los informes del sector constructor en el Ecuador, y de manera específica en el cantón La Troncal, se observa que el desarrollo económico en dicho Cantón es muy propicio, especialmente en la zona central, cuyo crecimiento residencial es el de mayor auge; la demanda de materiales para la construcción cada vez va en aumento, por ende, las necesidades de adquirir dichos artículos brindan una oportunidad de negocio.

Según la Escuela de Negocios ESPOL (ESPAE), “el sector de la construcción incluye las actividades de edificaciones, vivienda, obra urbana y vías, las cuales contribuyen significativamente a la economía en términos de niveles de inversión, producción y empleo. La construcción es una de las cinco industrias más trascendentales del país.”

“En 2019 constituyó el 8,17% del PIB real del país (\$5.874 millones). Igualmente creó el 6,1% de los puestos de trabajo y aportó \$69 millones en inversión extranjera directa. Además, la construcción requiere más de \$1,900 millones anuales de los sistemas financieros públicos y privados.”

“Las ferreterías son un factor social muy importante para el vivir de las personas, así como son las tiendas, facilitan los insumos y los materiales y por la cercanía resultan más económicas”, explicó Rosmery Quintero, presidente del gremio de los microempresarios, Acopi, según el diario Portafolio.

1.6.3 Misión

Somos una empresa comercializadora de herramientas de ferretería, productos y acabados de construcción de calidad, con un equipo de trabajo comprometido a brindar la mejor atención, servicio, comodidad y confianza a los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades, acompañado de productos de alta calidad y ofreciendo diferentes líneas de artículos para superar las expectativas del mercado.

1.6.4 Visión

Posicionar como líder en el mercado provincial a la empresa **FERROCONSTRUCTOR S.A.** mediante la comercialización de una amplia gama de productos ferreteros, ofreciendo el mejor asesoramiento de los productos, una logística eficiente y eficaz a nuestros clientes, asegurando así la solidez financiera y el desarrollo sustentable de la empresa, colaboradores y consumidores.

1.6.5 Valores

Son elementos del plan estratégico trazado para cada empresa y sus condiciones, generando así grandes expectativas.

Los valores organizacionales de la empresa son los siguientes.

Trabajo en equipo y compañerismo.

- Trabajo en equipo en todas las actividades diarias.
- Fomentar las buenas relaciones laborales y la armonía laboral con disciplina, respeto, compromiso y dedicación.

Ética y servicio de calidad.

- Comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería con calidad.
- En la negociación de transacciones realizadas y trato con proveedores.
- Tratar a todos los clientes que visitan la ferretería todos los días.

Responsabilidad

- Los clientes, compras de materiales de calidad.
- Talento humano, pagos justo con respecto a nómina.
- El Estado, cumplimiento de pago de impuestos y tributos establecidos.

Respeto.

- Con los clientes.
- Colaboradores de la ferretería.
- Para proveedores.
- Medio ambiente.
- Ciudadanía en general.

1.6.6 Objetivos de la empresa

- ✓ Cumplir las necesidades de bienes y servicios de la sociedad.
- ✓ Asegurar el empleo productivo para todos los factores de producción.
- ✓ Asegurar la posición competitiva en el nicho de mercado.
- ✓ Ofrecer productos de marca, que cumplan con normas de calidad para los futuros clientes.
- ✓ Brinda el mejor servicio a los consumidores.
- ✓ Ser reconocido a nivel nacional por la marca de la empresa.
- ✓ Aperturas de sucursales en diferentes ciudades del Ecuador.
- ✓ Cumplir con el porcentaje de rentabilidad financiera.
- ✓ Capacitar a todos los colaboradores en temas de servicio al cliente y en la gama de productos a ofrecer.
- ✓ Fidelizar a los clientes y que se adapten a la misión y visión de la empresa.

1.6.7 Estructura Orgánica

La estructura organizativa nos ayuda a crear la empresa para alcanzar los objetivos planteados y lograr metas que sean congruentes con la misión y visión de la empresa. El talento es importante en este sentido porque se selecciona a la persona que tenga la capacidad y las habilidades en el campo y la capacitación será igual para todos, creando una ventaja competitiva.

El esquema de jerarquización y división incluyen niveles funcionales y patrones de trabajo compartido, lo que significa establecer límites de autoridad y función en diferentes niveles y aclarar las responsabilidades de cada asociado.

Esto permite la identificación de unidades administrativas en relación con las que son sujetadas en el proceso de compra y venta.

1.6.8 Organigrama

Representa la estructura básica de la organización, lo que permite una comprensión objetiva de sus partes, es decir, las unidades administrativas, y las relaciones de dependencia entre ellas, de modo que la organización de la empresa puede ser vista como un todo.

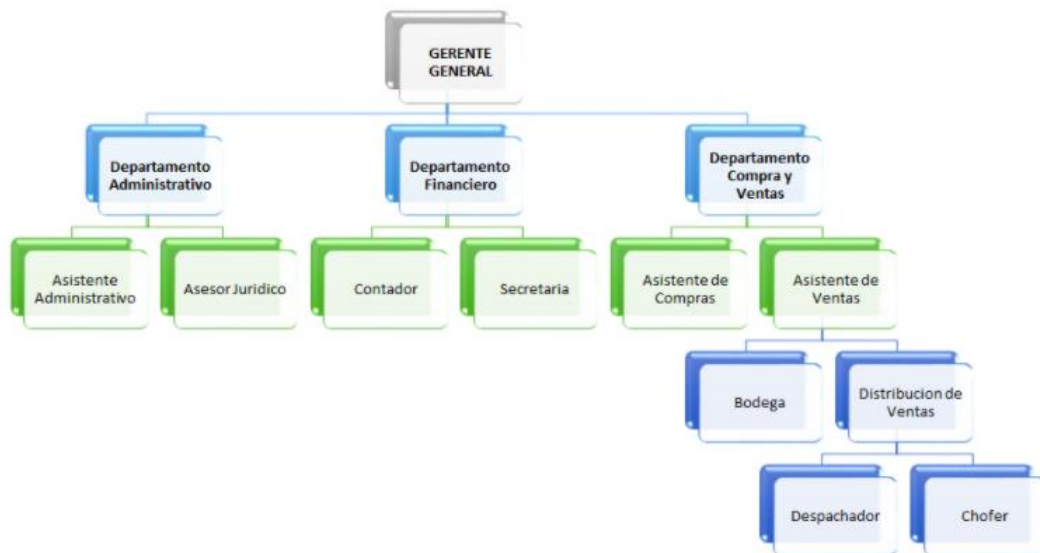


Ilustración 1. Ejemplo de Organigrama
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Descripción de funciones área administrativa y operativa.

A) Perfil del cargo Gerente Propietario

Garantizar el correcto registro de las operaciones comerciales de la empresa para desarrollar la producción y la rentabilidad, así como la elaboración y análisis de los estados financieros y balances, supervisar las transacciones diarias para la elaboración la contabilidad general y la declaración de impuestos mensuales.

Funciones

Representar legalmente a una ferretería, elaborar reglamento interno y presupuesto anual.

Organizar administrativamente toda la ferretería y ser responsable de su desempeño.

Cumplir sus funciones y velar por el cumplimiento eficaz desempeño de las actividades y deberes de sus empleados.

Negociar con los diferentes proveedores y abastecer de productos ferreteros a la empresa.

Coordinar y efectuar los desembolsos a los proveedores, servicios profesionales y otros requerimientos de la ferretería.

Comunicar mediante informes los índices de rentabilidad de la empresa.

Perfil del Cargo

Nivel de Educación Superior: Tercer o Cuarto Nivel

Título: Título de tercer nivel en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Economía o ciencias afines.

Área de Conocimiento Formal: Licenciatura en Administración de Empresas o ciencias afines.

Años de experiencia: 3 Años

Puesto: Gerente.

B) Perfil del cargo Contador

Ser responsable de los movimientos y aspectos económicos de la ferretería efectuando los estados financieros y reportes mensualmente como anual, los cuales servirán al gerente general el análisis correspondiente para una mejor toma de decisiones en la empresa.

Funciones:

- Declarar mediante DIM formularios las obligaciones tributarias de la ferretería.
- Mejorar los procesos contables de la ferretería.
- Efectuar los estados financieros cada mes, con su respectivo análisis e interpretación de índices para mejorar las estrategias.
- Elaborar la nómina de los empleados de la empresa y gestionar el pago de los mismos.
- Efectuar estudios de mercado enfocados a nuevos proveedores que provean de productos con mejor calidad y precios.

Perfil del Cargo

Nivel de Educación Superior: Tercer Nivel

Título o Certificaciones: Contabilidad y Auditoría o ciencias afines.

Área de Conocimiento Formal: Contabilidad y Auditoría,

Años de experiencia: 1 años **Puesto:** Contador.

C) Perfil del cargo Despachador

Se encarga de la venta y despacho de la mercadería adquirida por cliente en la ferretería.

Funciones:

- Brindar la atención personalizada al cliente en el momento de efectuar la compra de los artículos.
- Ofrecer variedad de productos que posee la ferretería con respecto a las necesidades del cliente.
- Facturar el pedido del cliente y enviarlo a caja para su respectivo cobro y despacho.
- Recibir las órdenes de despacho para la entrega de la mercadería.
- Verificar la mercadería adquirida como lo indica la orden.
- Actualizar el registro de mercaderías mediante las tarjetas de control y si esta por agotarse para su posterior abastecimiento.

Perfil del Cargo

Nivel de Educación Básico: Bachillerato culminado

Título o Certificaciones: Bachiller en Contabilidad.

Área de Conocimiento Formal: Manejo de inventarios

Años de experiencia: 2 años

D) Perfil del cargo Chofer

Operar el camión de la ferretería y transportar los artículos vendidos, efectuando las entregas al domicilio del cliente.

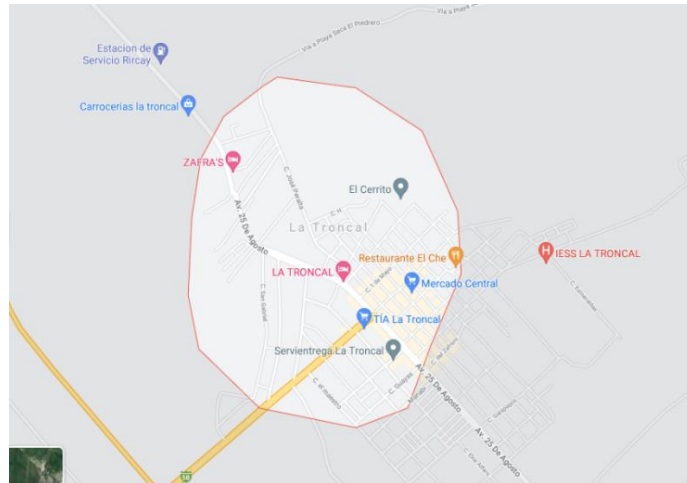
Funciones:

- Manejo del vehículo o camión para la respectiva entrega de la mercadería a los clientes.
- Cargar los productos ferreteros al camión.
- Verificar según la factura emitida la mercadería vendida.
- Tener un registro de la mercadería despachada.

1.6.9 Ubicación

El proyecto a efectuarse sobre la ferretería FERROCONSTRUCTOR S.A., se encontrará ubicada en el cantón La Troncal- Cañar- Ecuador, con la finalidad de que la empresa se encuentre lo más cerca de los clientes y de esta manera puedan disminuir tiempos y costos, además contaremos con una logística del lugar para la distribución de la mercadería.

Ubicación geográfica del cantón La Troncal.



1.6.10 Aspecto Legal

Se debe tener claro el tipo de personalidad jurídica con la que se constituya la empresa, siendo esta persona natural o jurídica.

Las pequeñas y medianas empresas funcionan en un entorno legal y diverso, posee una delimitación según cada categoría a la cual corresponda, la normativa a la cual respalda su legalización, reglamentos y leyes civiles que se debe cumplir.

1.6.10.1 Marco legal para las MIPYMES

1. Personas Naturales

Las leyes ecuatorianas establecen que la capacidad jurídica de una persona natural se adquieren al nacer y se pierde con la muerte, y una persona mayor de edad está facultada de efectuar actos de comercio.

2. Personas Jurídicas.

El Código Civil ecuatoriano establece:

“que una persona jurídica es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos, contraer deberes civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente.”

Adicional se expresa que una sociedad o compañía es un contrato entre dos o más personas que comparten al en común, sea efectivo o propiedades, con el fin de obtener dividendos de sus aportes.

Por otra parte, según la Ley de Sociedades, existen diferentes tipos de compañías, las cuales son: sociedad colectiva, Compañía de Nombre Colectivo, Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones, Compañía de Responsabilidad Limitada, Compañía Anónima y Compañía mixta. Por lo tanto se ha decidido en crear la microempresa con personería jurídica y se encontrara regularizada por la Superintendencia de Compañías como Compañía Anónima.

1.6.10.2 Nombre o razón social de la empresa

Ferroconstructor SA, una microempresa especializada en la venta y comercialización de materiales de construcción, es una empresa familiar y se convertirá en una empresa anónima cuyos socios sólo tendrán responsabilidad social, sin exceder su propio aporte individual, conforme lo señala la Superintendencia de Compañías.

La compañía anónima está conformada por varios socios cuyo capital está dividido en acciones negociables, formadas por aportes de capital de los accionistas que responden únicamente al número de sus acciones. La razón social deberá contener la designación “Compañía Anónima” o “Sociedad Anónima”, o la sigla correspondiente. Una persona natural o jurídica constituida que no cumpla con las disposiciones de esta ley no podrá utilizar su razón social en anuncios, membretes, circulares, prospectos u otros documentos para indicar o dar a entender que es una sociedad anónima.

Las Compañías anónimas se encuentran administradas por dos organismos la Junta General y el Directorio, la Junta General puede ser de dos clases:

- a) Ordinaria que se efectúan dentro del primer trimestre de cada año al cierre del ejercicio anterior, deberán publicarse en el diario de mayor circulación con ocho días de anticipación, y participarán los accionistas,
- b) Extraordinaria también deben ser convocadas por la prensa, no se puede cambiar el orden del día; finalmente, existe una asamblea general donde el 100% de la participación de la

empresa deberá estar presente, y deberán estar de acuerdo para discutir y resolver los puntos del orden del día, esta reunión podrá celebrarse en cualquier lugar del territorio nacional del Ecuador.

Logotipo

Es un logotipo que identifica gráficamente a cualquier tipo de empresa, pública o privada.

Slogan

Es una frase llamativa que acompaña al nombre de la empresa, una frase que atraiga a clientes y eso haga la diferencia.

1.6.10.3 Requisitos para el funcionamiento de una ferretería.

Superintendencia de compañías, valores y seguros

“En la Superintendencia de Compañías realiza los siguientes procedimientos:

Inscribir el nombre Ferroconstructor S.A. en la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, en ese momento ellos revisan si no existe una empresa con el mismo nombre del que estamos registrando. Realizar una minuta de la compañía ante un Notario Público esto lo realizamos con un abogado. Elevar a escritura pública la constitución de la Compañía Ferroconstructor S.A., mencionando quienes conforman la empresa y el monto de aportación para la conformación de la misma. Apertura de la cuenta de integración de capital, esto se lo puede realizar en cualquier institución financiera, los requisitos básicos, pueden tener variaciones dependiendo del banco.” (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS, 2020)

Requisitos para la apertura de una cuenta de Compañías:

- “Carta del cliente, solicitando la apertura de cuenta, indicando la condición de las firmas, carta firmada por el representante legal.
- Copia del RUC
- Copias de cédulas o pasaportes.
- Nombramientos de Gerente y presidente actualizados e inscritos en el Registro Mercantil.
- Escritura de constitución de la compañía, inscrita en el Registro Mercantil.

- Escritura de aumento de capital y reforma de estatutos.” (Registrador Mercantil de Guayaquil, 2015)

Registro Mercantil

“Si está legalizado y aprobado el trámite en la Superintendencia de Compañías, el siguiente paso es lo del Registro Mercantil, aquí se debe inscribir la empresa, con los siguientes requisitos:

- Escritura de constitución de la empresa (tres ejemplares)
- Pago de la patente Municipal
- Publicación en la prensa
- Certificado de afiliación a una de las Cámaras de Producción.
- Nombramientos de Gerente y presidente.” (Registrador Mercantil de Guayaquil, 2015)

Servicio de Rentas Internas (SRI)

“El siguiente paso que nos toca realizar para legalizar a nuestra empresa es el trámite para la Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes).

- Los requisitos son los siguientes:
- El original y copia de la escritura de constitución de la Compañía.
- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- Se llena el formulario RUC 01, en donde se describe todos los datos de la empresa.
- Copias certificadas del nombramiento del Gerente General y presidente.
- Unas planillas de agua, luz o teléfono donde conste el domicilio de la empresa indicando su lugar de funcionamiento.” (Servicio de Rentas Internas, 2021)

Municipio La Troncal

En el municipio deberá realizar los trámites pertinentes para la obtención de la patente.

Certificado de Patente: Formulario de inscripción de patente. Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.

- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrador o del representante legal en 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.

- En caso de persona jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.” (GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO, 2019)

Cuerpo de Bomberos permiso de funcionamiento:

- “Solicitud de inspección del local. Plan de emergencia.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC.
- Nombramiento.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.” (Cuerpo de Bomberos, 2020)

Ministerio de Relaciones Laborales.

“Se debe registrar a la compañía en el Ministerio de Relaciones Laborales con los siguientes documentos:

- Copia de la cédula y papeleta de votación actualizada.
- Copia del nombramiento del representante legal. Copia del RUC.

Ya presentado toda esta información y registrada la empresa ya poder realizar las siguientes actividades:

- Contratos de trabajo. Actas de finiquito.
- Legalización pagos de decimos y utilidades.
- Entre otros.” (Ministerio de Trabajo, 2017)

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Toda empresa tiene la obligación de registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, y cumplir con los siguientes requisitos:

- “Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- Copia del RUC.
- Copia del nombramiento.
- Planilla de un servicio básico donde funciona la empresa.

Con todos estos requisitos la empresa puede hacer uso de los siguientes trámites en el IESS.

- Número patronal y clave, avisos de entrada de nuevos trabajadores.
- Aviso de salidas de trabajadores.
- Registro de novedades por días no laborables, variaciones en los sueldos, entre otras, Impresión de planillas, Comprobantes de pago.” (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2016)

CAPITULO 2

Marco Teórico.

“El sector de la construcción es uno de las cinco más importantes para el país. En 2019 representó 8,17% del PIB real nacional (\$ 5.874 millones). También generó 6,1% del total de empleos y atrajo \$ 69 millones en Inversión Extranjera Directa. Además, la construcción demanda anualmente más de \$ 1.900 millones del sistema financiero tanto público como privado.” (Lucero, 2020)

Según el Banco Central del Ecuador, entre 2016 y 2020 ingresaron al país más de USD 424 millones de inversión extranjera en el Ecuador. En 2021, la construcción se ubicó como el sexto sector que más fuentes de trabajo generó para los ecuatorianos.

El sector de la construcción aporta un mayor crecimiento económico, los países en vías de desarrollo tienen grandes avances, lo que mejora la productividad de las empresas a nivel empresarial.

Las actividades de la construcción comprenden la construcción de edificios, viviendas, construcción de carreteras, las cuales generan altos rendimientos en la economía en términos de inversión, producción y nivel de empleos.

2.1. Investigación de mercados.

La investigación de mercado, es un instrumento que nos permite analizar las tendencias del consumidor en el transcurso del tiempo. Entre ellas se incluyen las siguientes: encuestas, ilustraciones estadísticas, grupos focales, entrevistas, observación, etc. La investigación nos permite obtener información sobre los diferentes perfiles de los clientes, en los cuales se incluyen datos morales y demográficos.

También (Malthotra, 2008) menciona “La investigación de mercados es la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y oportunidades de marketing (Malthotra, 2008, pág. 7).”

Por otra parte, Cohen manifiesta “que la investigación de mercado es un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre viabilidad comercial de una actividad económica. En otras palabras, es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante estadísticas y así obtener como resultado

s la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”.
(Cohen, 2008)

2.1.1. Análisis del mercado.

El empresario o inversor posee dudas y por lo tanto se debe centrar en la investigación de mercado ya que aportara elementos que faciliten la toma de decisiones.

Servicio/Productos - Reconoce una comprensión detallada de las características de los productos relacionados con los presentes en el mercado.

Cliente - Plan para identificar dónde y quiénes son los clientes del producto/servicio y comprender su comportamiento como consumidores.

Competencia - Se espera identificar las fortalezas y debilidades de los potenciales competidores, su tamaño, servicios, productos, la importancia de cada uno y las políticas que adoptan.

2.1.2. Mercado.

Palacios menciona que mercado es “Es el lugar físico o virtual en el que se producen una relación de intercambio entre individuos u organizaciones. Es decir es un conjunto de proveedores y clientes que participan en la compra y venta de bienes o servicios.” (Palacios, 2012).

Por su parte (Vigaray, 2012) afirma “Tradicionalmente el mercado era el lugar en el que compradores y vendedores se reúnen a comprar y vender bienes. Marketing emplea el término mercado como las distintas agrupaciones de consumidores. Los vendedores constituyen la industria y los compradores constituyen el mercado” (Vigaray, 2012).

2.1.3. Segmentación de mercado.

La segmentación de mercado consiste en dividir el mercado para determinar cuáles son los clientes potenciales, ya que existen grupos similares y diversos en el mercado que responden de manera diferente al producto o servicio ofrecido.

Por regla general, el análisis de segmentación suele partir de la identificación de aquellas variables de consumo más útiles para predecir patrones de compra y patrones de uso en cuestión. Estas variables determinan si una persona pertenece a uno segmento u otro, y qué segmentos ofrecen mayores posibilidades de éxito comercial.

Las variables de segmentación se pueden dividir en dos categorías: Variables de consumidores individuales y factores históricos del comportamiento del mercado.

2.1.4. Mercado objetivo.

“El mercado objetivo es el mercado potencial de consumidores o usuarios definido para un área geográfica, segmento de edad, comunidad, producto o servicio en base a datos geográficos, de ingresos, actividad económica.” (Cohen, 2008)

2.1.5. Método de investigación de mercado

a) Encuesta.

La encuesta por muestreo es una estrategia escrita u oral cuyo propósito es recopilar información, acerca de un grupo o muestra de personas. Se recolecta datos personales, socioeconómico, costumbre, gustos, preferencias, expectativas, etc. En relación sobre un tema de investigación. Ejemplo: el sondeo de opinión en el que se consulta a los clientes que productos ferreteros es de mayor demanda en las construcciones.

2.1.6. Población o universo.

“Se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan de una investigación que puede considerarse varias poblaciones o sub poblaciones con una breve descripción de las características más sobresalientes de la población”. (Galán M. , 2010).

La población se define como la suma de un conjunto de elementos en común; también conocido como el universo. Se define como características, unidades de muestreo, expansión y tiempo. Para obtener estos datos se puede encontrar en informes del gobierno y empresas privados, e incluso en los datos históricos de la empresa.

2.1.6.1. Muestra.

Se define como un subgrupo de casos de la población para la que se recopilaron los datos. El uso de una muestra puede: disminuir trabajo, reducir costes y, si se elige correctamente, ayuda a mejorar la precisión y exactitud de los datos a investigar. Otro aspecto que se debe considerar es que la población y la muestra deben ser relevantes para la pregunta y los objetivos de la investigación y ser estadísticamente representativas.

2.1.6.2. Cálculo de la muestra.

El tamaño de la muestra dependerá de la precisión con la que desee obtener los resultados. Para calcular el tamaño de la muestra se pueden utilizar fórmulas estadísticas, que tienen en cuenta los siguientes parámetros:

El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

1. El error permitido (0%-5%).
2. Estime el nivel de confianza.
3. La población es finito o infinito.

La fórmula general para determinar el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 * N + z^2 * p * q}$$

Ecuación 1 Formula Muestra

N: El universo de estudio son los habitantes del cantón La Troncal entre edades de 18 a 65 años.

El valor de Z: Representa el número de desviaciones estándar con respecto a la media para un nivel de confianza determinado.

El valor de P: Representa la probabilidad de éxito determinada en el estudio y por tanto menos probabilidad de error.

El valor de Q: Es la probabilidad del fracaso es igual a (1-P) uno menos la probabilidad de éxito.

El valor de e: Representa el error permisible de la muestra con el universo de estudio.

2.2 ¿Qué es un plan de negocios?

Un plan de negocios es un documento escrito que sigue un proceso metódico, incremental, realista y orientado a la acción que incluye las funciones futuras que los administradores y sus colaboradores deben realizar para administrar los recursos disponibles de la organización, orientar el logro de metas y objetivos, y, al mismo tiempo, la implementación permitirá el control sobre los logros anteriores, el enfoque debe estar en los objetivos principales, y los objetivos son claros, fáciles de comunicar, coherentes y los resultados son medibles. Un plan de negocios informa y guía el proceso de toma de decisiones dentro de una organización.

2.2.1. Aspectos en el plan de negocio.

“Eficaz. - Contener ni más ni menos, todo aquello que un eventual promotor o inversor debe conocer para financiar el proyecto.

Estructurado. - Debe tener una estructura simple y clara que permita ser entendido de una forma fácil.

Comprensible. - Debe ser escrito con claridad, con un vocabulario preciso, evitando conceptos muy técnicos. Las cifras y tablas deben ser muy simples y de fácil comprensión.

Breve. - Contener datos necesarios y oportunos.

Cómodo. - Ser fácil de leer y entender.

Contenido. - Lo más importante no es el estilo y la presentación si no el contenido y la justificación de datos con argumentos.” (Muñiz, 2010)

2.2.2. Estructura de un plan de negocio.

El plan de negocios debe contener la interacción esperada de los elementos que componen la empresa, así como los detalles necesarios.

Empresas

Origen de la empresa.

Objetivos.

Características, Composición y Organización.

Recursos humanos y físicos.

Productos o servicios

Productos y características.

Estrategias de servicios.

Precios venta y costos de mercadería.

Mercado

Determinación mercado objeto.

Distribución y logística.

Análisis de la competencia.

Mercadeo

Plan de mercadeo

Promoción: Ventas –Publicidad .

Plan Financiero

Objetivos de Venta, Costos Mercadería, Gastos Operacionales y Utilidad Neta.

2.2.3. Objetivos primarios del plan de negocios.

El primer objetivo debe definir con precisión y objetividad la viabilidad del proyecto u obra. También se puede utilizar para redefinir el curso de los negocios, ayudar con las solicitudes de crédito, encontrar nuevos inversores o socios y hacer una oferta de compra. Analizar que el plan de negocio puede tener diferentes alcances y propósitos.

2.3. Modelo CANVAS

2.3.1 Definición:

“El Modelo Canvas es un modelo que permite visualizar en un sólo documento, la idea de tu modelo de negocio, este modelo funciona como un cuadro con todos los detalles que se necesitan para tener una idea clara y completa de la planificación estratégica de tu empresa.” (Salvadori, Qué es el Modelo Canvas y para qué sirve, 2020).

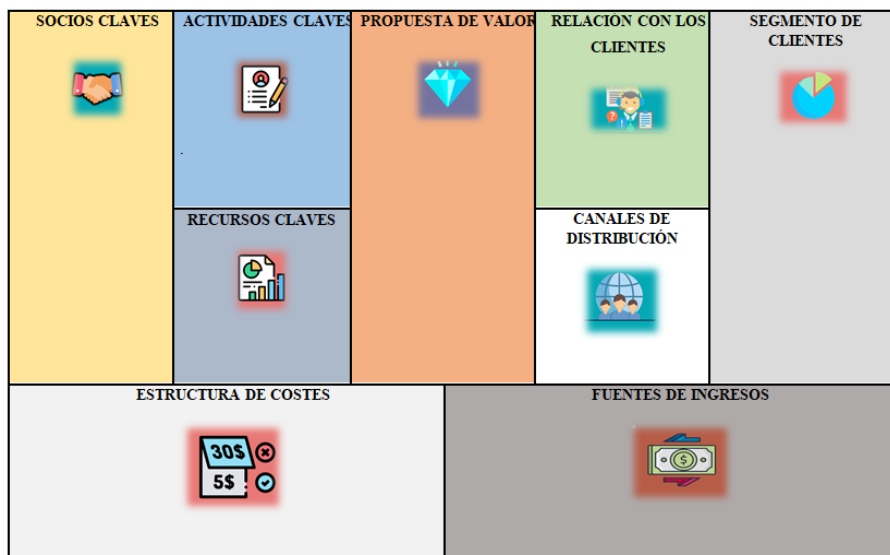


Ilustración 2. Modelo CANVAS de la Ferrería
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

2.3.2 Elementos o bloques del Método CANVAS

1. **Segmentos de Clientes:** Estos son los más importantes en el modelo, respondiendo preguntas ¿para quién?
2. **Propuesta de Valor:** Es importante descubrir aquí cómo queremos crear valor para nuestros clientes a través de propuestas novedosas e innovadoras.
3. **Canal:** ¿Cómo hacemos llegar el producto al cliente?
4. **Relación con los Clientes:** ¿Qué tipo de relación esperan nuestros clientes y qué tipo de relación tenemos ahora?
5. **Flujo de Ingresos:** ¿Qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes por nuestros productos?
6. **Recursos Claves:** ¿Qué recursos clave necesito para generar valor en mi producto?
7. **Actividades Claves:** ¿Qué actividades clave debo realizar para crear valor para mi producto o servicio?

8. **Alianzas:** Esta pieza es muy importante porque tenemos que determinar quiénes serán nuestros socios estratégicos en cuanto a proveedores, clientes y accionistas.

9. **Costos:** Es muy importante entender la estructura de costos que implementaré porque en este punto sabremos qué utilidad podemos obtener de nuestro negocio.

2.4. Oferta

“La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos.” (Pedrosa, 2015)

2.5. Demanda

“La demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir, abarca una amplia gama de bienes y servicios a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos.” (Ucha, 2015)

2.6. El producto.

2.6.1. Materiales de construcción

Para el sector de la construcción existen variedad de materiales a utilizar. Por esta razón, la investigación de mercado se realiza para comprender las necesidades y tendencias de los consumidores.

LINEAS DE PRODUCTOS FERRETEROS

<p>LINEA JEM</p>	<p>PALA CUADRADA</p>  <p>CARRETILLA</p> 	<p>MARTILLO DE UÑA</p>  <p>NIVEL TORPEDO</p> 
<p>HERRAMIENTAS ELECTRICAS, MAQUINARIAS, EQUIPOS Y ACCES</p>	<p>AMOLADORA</p>  <p>AMOLADORA</p> 	<p>TALADRO PERCUSION</p>  <p>TALADRO PERCUSION</p> 
<p>SEGURIDAD INDUSTRIAL</p>	<p>CHALECO REFLECTIVO</p>  <p>CHALECO REFLECTIVO</p> 	<p>IMPERMEABLE AZUL</p>  <p>PROTECTOR FACIAL</p> 
<p>HERRAMIENTAS MANUALES</p>	<p>ARCO SIERRA</p>  <p>BAILEJO</p> 	<p>ESPÁTULA</p>  <p>FLEXOMETRO</p> 
<p>ABRASIVOS, CORTE, DESBASTE, Y PERFORACION</p>	<p>DISCO DE CAUCHO</p>  <p>DISCO DIAMANTE LASE</p> 	<p>BROCA COBALTO</p>  <p>BROCA COBALTO</p> 

CERRAJERIA, HERRAJES Y CANDADOS	
TORNILLERIA, PERNERIA Y FIJACION	
HERRAMIENTAS, MAQUINARIA Y ACCES. AGRICOLA	
GRIFERIA, VALVULAS Y ACCES	
VINILES, PLASTICOS Y MALLAS	
PINTURAS, IMPERMEABILIZANTES, ADESIVOS Y AFINES	

Tabla 1 Líneas de Productos Ferreteros
Elaboración: Jonathan Tenempaguay

2.6.2. Plaza

En términos generales, la distribución incluye un conjunto de tareas o actividades necesarias para enviar productos terminados a diferentes puntos de venta. En este sentido, el material será enviado al sector de la vivienda o construcción ya que esto es muy importante para el cliente, si son productos grandes como barras, cemento, cuando la compra es de gran valor, el servicio es en beneficio y satisfacción del cliente, le daremos el envío gratis.

“La distribución venta alude al proceso mediante el cual el producto o servicio que vendemos llega a nuestro cliente, hablamos en este caso tanto de mayoristas como de clientes finales. Podría entenderse también como distribución del producto o servicio, y es una cuestión que influirá notablemente en nuestro margen de ganancia y en la satisfacción final del consumidor.” (Alonso, 2019)

2.6.3 Precio

La cantidad de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender y los consumidores están dispuestos a comprar cuando la oferta y la demanda este en equilibrio.

Nuestra estrategia para las ferreterías es precios bajos, diferentes marcas, productos de alta calidad con el fin de generar dos recomendaciones para los clientes, el precio más aceptable y la calidad más recomendable según el bolsillo del cliente.

A la hora de fijar los precios, basamos nuestro pequeño negocio en el valor fijado por nuestros proveedores, lo que incluye el cemento, los precios fijados por el gobierno central, y los demás artículos por la cámara de construcción. El costo total del producto más el porcentaje de ganancia será el precio final.

2.7. Análisis FODA

FODA es una herramienta de análisis muy ventajosa para conocer las acciones futuras de un negocio. La misma gestión, mide el nivel de desempeño actual, dentro de la empresa y el entorno administrativo, para celebrar los posibles desarrollos exitosos de la empresa. Además, permite a la dirección de la empresa reflexionar sobre ella y conocer la organización a la que pertenece, aumentando así sus beneficios. FODA permite trabajar con toda la información contenida en la organización, ya sea esta organización o empresa. El término FODA es un acrónimo formado por las iniciales de las palabras Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas. Un análisis DAFO está estructurado por dos partes, interna y externa.

ANÁLISIS FODA		
Análisis Interno	Fortalezas	Debilidades
	Lista de fortalezas	Lista de debilidades
Análisis Externo	Oportunidades	Amenazas
	Lista de oportunidades	Lista de amenazas

Tabla 2 Matriz FODA
Elaboración: Jonathan Tenempaguay

Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como objetivo optimizar la producción y garantizar una buena distribución de recursos, así como la localización de la ferretería en la que se realizará el proyecto.

2.8.1 Localización

La localización de la ferretería trata factores generales, ya sean éstos de orden geográfico, social o económico. Y a su vez, trata factores específicos tales como costos, factores ambientales, cercanía del mercado, disponibilidad del terreno, entre otros. La localización tiene como objetivo brindar o emitir información para cuantificar el monto de la inversión y de los costos de operación pertinentes a esta área.

“La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante para su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán –en parte importante- la aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que adolece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, etcétera). Además de variables de índole económica, el evaluador de un proyecto deberá incluir en sus análisis variables estratégicas de desarrollo futuro, flexibilidad para cambiar su destino y factores emocionales de la comunidad, entre muchos otros.” (Sapag, 2006)

2.8.1.1. Tipos de localización

Macro localización: Es un tipo de posicionamiento general, a nivel nacional, regional y provincial.

Su propósito es definir el territorio o área donde el proyecto tendrá influencia con el entorno y describir las características, ventajas y desventajas del proyecto. El área seleccionada puede ser internacional, nacional o regional, basta con analizar el factor de ubicación a nivel geográfico.

El enfoque principal está en el mercado que ofrecen nuestros productos, que son constructores de viviendas, constructores, arquitectos y amas de casa, con un enfoque en el cantón de La Troncal.

- **Factores condicionantes de macro localización**

El análisis del nivel macro, indica la región, sector, y lugar donde va a desempeñarse la empresa dedicada a la venta de materiales para la construcción, con respecto a la ubicación de instalaciones se ha tomado los siguientes aspectos:

- **Servicios básicos.** - La ferretería “FERRECONSTRUCTOR S.A.”, contara con servicios básicos, ya que son indispensables.
- **Transporte Urbano.** - Los sectores aledaños disponen de diferentes rutas de transporte, mejorando la accesibilidad, ya sea este transporte público como particular.
- **Mano de obra.** - La empresa contara con mano de obra calificada, personal capacitado por talento humano, perfil de profesionales con experiencia laboral.

Micro localización: Es el tipo de localización mucho más concreta y exacta dada la ubicación del proyecto.

2.8.2 Tamaño del proyecto.

(Baca Urbina, 2001, pág. 84) Aporta que “El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año”.

Además, mide la relación entre la demanda insatisfecha y la capacidad instalada, la financiera y de inversión.

2.8.3 Diseño de la Ferretería.

Se diseñará mediante un plano como va a estar constituida la ferretería Ferroconstructor S.A. en la localidad de La Troncal cuya actividad principal es la venta de productos ferreteros, el mismo que va a permitir visualizar todas las áreas de administración y ventas del proyecto.

2.8.4 Descripción de prestación de servicios

1. Proceso de compra de materiales. – La adquisición de materia prima, primero recibiremos la información de la persona que determina la cantidad de materia prima, esta información será analizada y luego contactaremos al proveedor de abastecimiento, consulta de precio o cotización de materia prima. Se analiza el presupuesto, se encuentra la mejor

alternativa y automáticamente se confirma con el proveedor para efectuar el pago de la compra.

2. Proceso de recepción de material. – Se confirma la llegada del camión con los productos pedidos, recibimos la factura, verificamos si está completo y en buen estado, y si el artículo está en buenas condiciones, lo recogemos y lo colgamos o empacamos de lo contrario le devolveremos el artículo no aprobado o defectuoso.

3. El proceso de ingreso de facturas de compra al sistema. –El jefe de bodega recibe una factura, aquí confirmas que el material recibido es el mismo del pedido, luego lo ingresas al sistema, ingresas los datos de la máquina para confirmar.

4. El proceso de venta. – El cliente acude a la instalación, menciona el material que desea obtener, luego se ingresa al sistema de mercaderías, se emite una factura, se cobra la factura y se despacha el material.

5. Proceso de carga. - El cliente llega al almacén donde recoge la factura, inspecciona los materiales requeridos, se entrega la información de dirección del cliente o trabajo en proceso, y se especifica el día y hora que el chofer entregue las compras de materiales.

2.8.5. Flujo grama del proceso

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso, donde cada paso del proceso está representado por un símbolo diferente y contiene una breve descripción de los pasos del proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están vinculados con flechas que indican la dirección del flujo del proceso.

Para mejorar las operaciones en la empresa es necesario elaborar diagramas de flujo para cada actividad necesaria, en los cuales se determinará el tiempo y el movimiento, y en base a esto se hace una propuesta donde se van a realizar las actividades, los diagramas utilizados para describir el proceso de producción de un bien o servicio en particular.

Estudio Financiero

En esta etapa del proyecto, el objetivo es recopilar y sistematizar la información de carácter monetario proporcionada en etapas anteriores, como la elaboración de fichas de análisis y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto. El estudio incluye determinar la rentabilidad de un proyecto a un precio de eficiencia desde una perspectiva de toda la economía para determinar el impacto de un proyecto en la rentabilidad de una inversión.

2.9.1 Análisis financiero.

“El objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas y las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes. Asimismo, debe determinar, en el caso de que se use financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propios del préstamo. El otro propósito es el análisis de la liquidez de la organización y la elaboración de proyecciones financieras”. (Valera, 2008)

2.9.2 Malla Presupuestaria

Presupuesto empresarial

“El presupuesto forma parte del planteamiento financiero de una empresa, es el monto que cada empresa fija para el desarrollo de sus diferentes objetivos, ya sean estos destinados a inversión, financiamiento, planes de operación.” (Sanchez, 2020)

2.9.3. Inversión en ferretería.

“La inversión es la transformación de bienes circulantes o líquidos rentables o productivos. El término es aplicable tanto al acto transformación inmediata, como a los compromisos contractuales de futuras adquisiciones o construcciones con pagos diferidos, para lo cual quedan afectados los fondos o valores de disponibilidad actual o futura.” (Santos, 2008, pág. 25)

2.9.4. Costo de inversión.

“El costo es un bien lo constituye el conjunto de esfuerzo y recursos que han sido invertidos con el fin de producirlo. El costo d inversión, representa los factores técnicos que intervienen en la producción mediable en dinero.” (Ayala, 2010).

2.9.5. Ingresos.

Son la entrada o salida de dinero o el valor que representan, por la venta de bienes o servicios durante un determinado período de tiempo. Esta es la cantidad disponible para el gasto de consumo personal y el ahorro.

2.9.6. Depreciación.

Pérdida de valor de los activos fijos por uso, daño u obsolescencia. La depreciación también se la interpreta como la pérdida gradual de valor de los activos depreciables debido al deterioro u obsolescencia.

2.9.7. Financiamiento.

En cuanto al financiamiento de un proyecto Díaz Flor lo define como: “La aportación de dinero para desarrollar un proyecto o empresa. Puede ser como fondos propios con retribución variable en función de los beneficios, o como fondos ajenos que cobran una retribución fija, llamada interés.” (Díaz Flor, 2009)

Igualmente, el financiamiento tiene como punto clave aportar los recursos financieros para el inicio de la actividad comercial, progreso y administración del proyecto.

Los recursos económicos obtenidos por esta vía deben ser recuperados durante el plazo del proyecto. Cabe recalcar que los recursos propios de la empresa constituyen otra fuente de financiamiento, tanto para empresas grandes y pequeñas la obtención de créditos no ha sido tan fácil pero se debe aprovechar las ventajas y desventajas de la ferretería.

2.9.8. Estado de pérdidas y ganancias del plan de negocios.

Los informes de pérdidas y ganancias son un estado financiero que refleja de manera organizada y detallada los resultados del ejercicio obtenidos durante un determinado período de tiempo.

Proporciona un resumen financiero del desempeño de una entidad durante un período determinado. El estado de resultados general se lo presenta al finalizar el año comercial, el cual constatará de activos corrientes y no corrientes; pasivos y patrimonio de la empresa.

2.9.9. Flujo de caja proyectado.

El estado de flujo de efectivo proporciona información sobre los cambios en el efectivo y los equivalentes de efectivo de una entidad durante un período y presenta los

cambios en las actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación, respectivamente.

Es un presupuesto que muestra un pronóstico de las ventas y compras de dinero futuras de una empresa, durante un período determinado de tiempo. Un flujo de efectivo es un documento o estado financiero que muestra los flujos de efectivo de ingresos y gastos que la empresa. El presupuesto de efectivo es la base del presupuesto financiero.

2.9.10. Evaluación financiera

Valor Presente Neto.- Es la cantidad monetaria de los flujos generados por el proyecto de inversión. Es decir, el valor presente de los ingresos esperados menos el valor presente de los pagos esperados. Son los recursos que quedan en manos de la empresa al final de su vida rentable.

Tasa Interna de Retorno. - “Es una forma de obtener la tasa a que se deben descontar los flujos positivos de efectivo, de tal manera que su valor actual se igual a la inversión. La tasa obtenida significa el rendimiento de la inversión, tomando en consideración que el dinero tiene un costo a través del tiempo. Este rendimiento se debe comparar con el costo de capital de la empresa”. (Ramirez, 1998)

2.9.11 Indicadores de análisis financieros

Razón corriente:

Esto demuestra la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo.

Razón Corriente= Activo corriente / Pasivo corriente

Endeudamiento:

Los autores Allen, Brealey y Myers concluyen que endeudamiento es: “Mide el apalancamiento financiero, es decir, la proporción de deuda que soporta una empresa frente a sus recursos propios. Este coeficiente se calcula teniendo en cuenta todas las deudas que ha contraído la sociedad tanto a corto como a largo plazo, dividiéndolo por el pasivo total (patrimonio neto más pasivo corriente y no corriente, lo que también suele denominarse capital propio) y multiplicándolo por 100” (Allen, Brealey, & Myers, 2010)

Endeudamiento = Total Pasivo / Total Activo

Actividad - Rotación de Inventario:

Tener una alta rotación de inventario es algo positivo porque significa que la mercancía se vende relativamente rápido, sin posibilidad de deterioro. Puede ser el resultado de una buena gestión del inventario, pero también puede indicar un inventario insuficiente, lo que deja la demanda insatisfecha.

La rotación de inventario representa la cantidad de veces durante el periodo que se entrega el inventario, conocido como:

Rotación de Inventario = Costo de las unidades vendidas / valor promedio del inventario.

Rentabilidad sobre Patrimonio:

La rentabilidad operativa sobre el patrimonio determina la rentabilidad de los accionistas con el capital aportado en la empresa, excluyendo los costes financieros ni impuestos. Cuanto mayor sea el ROE, mayor será la rentabilidad que una empresa puede tener en función de sus propios recursos utilizados para el financiamiento.

ROE=Utilidad Neta / Patrimonio

Margen Neto: El margen de beneficio neto es un índice financiero que mide la rentabilidad de una empresa. Esto quiere decir que el cálculo de este ratio requiere de dos variables: los ingresos de la empresa y el saldo de cierre de la cuenta de resultados. Para llegar a esta cifra final, se deben deducir todos los costos de autorización de comercialización, incluidos los impuestos.

Margen Neto: Utilidad Neta / Ventas

CAPITULO 3

3. Levantamiento de información

En el estudio de mercado se aplicó herramientas como el método cuantitativo, este nos permite recolectar información numérica del estudio mencionado, y el método cualitativo que nos ayuda a recopilar información a través de datos primarios como secundarios que son: la entrevistas, encuesta, observación, para así determinar un correcto estudio de mercado que conforma la población económica activa.

Por lo tanto, se realizó 382 encuestas a una muestra obtenida de la población del Cantón de La Troncal, enfocado a las personas mayores de edad en adelante, en especial a las personas que se dedican directamente a la construcción y remodelación de viviendas, edificios entre otros, tales como ingenieros, constructoras, albañiles, clientes por necesidad u ocio, etc., cabe mencionar que las preguntas están directamente ligadas a los objetivos, siendo estas claras y precisas, y de esta manera obtener la mejor información para su respectiva tabulación.

3.1 Fuente de Datos

Fuente de datos primarios

Para el plan de negocios los datos primarios son aquellos generados por uno mismo, contienen, transfieren o suministran información original, en este caso se consiguió aplicando de la encuesta a la población troncaleña económicamente activa del cantón, también pueden estar en formato impreso como libros, revistas, tesis, patentes, etc.

Fuentes de datos secundarios

Los datos secundarios, generalmente son aquellos generados por otras personas y normalmente se suelen emplear para establecer el marco teórico, tales como libros, internet, revistas, etc. Contiene información primaria reelaborada, sintetizada y reorganizada.

3.2 Tamaño de la Muestra

La población del Cantón La Troncal cuenta con 76.872 habitantes según el Censo del 2020, de los cuales 50.289 habitantes representa el 65.42% de la población entre edades de 18 a 65 años a más, tomando en cuenta la zona rural y urbana para realizar el estudio de mercado.

Se tiene un mercado de 50.289 personas, con dicho valor mencionado se aplica la siguiente formula.

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 * N + z^2 * p * q}$$

- n= tamaño de la muestra
- N= 50289
- Z= 95% nivel de confianza deseado, en la tabla de la curva nominal (1.96)
- p= 0,5
- q= 0,5
- e= 5%error de estimación

Sustituyendo la ecuación con los valores establecidos, se obtiene:

$$n = \frac{1,96^2 * 50289 * 0,5 * 0,5}{(0,05^2 * 50289) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{48298}{127}$$

$$n = 381$$

El tamaño de muestra determinado es de 381 de la cual se tomará para realizar las encuestas:

$$n = 381$$

3.2.1 Diseño de la Encuesta



ANEXO #1 ENCUESTAS

Mediante la presente encuesta nos permitirá conocer la aceptación de los productos y servicios de la nueva Ferrería en el cantón La Troncal, esta información contribuye al desarrollo de un trabajo académico, anticipamos nuestros agradecimientos por su amable colaboración.

Fecha (día/mes/año):

Sector/Barrio donde vive:

Ocupación/Profesión:

Nivel de Instrucción:

Primaria

Secundaria

Superior

1. Género: Masculino

Femenino

2. ¿Con que frecuencia realiza compras de productos ferreteros?

Diario	<input type="checkbox"/>
Semanal	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>

3. ¿Las ferreterías de la localidad poseen todos los productos ferreteros que necesitan?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
AVECES	<input type="checkbox"/>

4. ¿Señale las ferreterías a quién usted compra los materiales de construcción dentro del cantón La Troncal?

Ferretería Quinteros "Ferrequinte S.A."	<input type="checkbox"/>
Ferretería Palomeque	<input type="checkbox"/>
Ferretería El Artesano	<input type="checkbox"/>
Comisariato El Constructor	<input type="checkbox"/>
Disensa	<input type="checkbox"/>
Ferretería El Perno	<input type="checkbox"/>
Ferretería Peralta	<input type="checkbox"/>
Ferretería Aranda	<input type="checkbox"/>
Otro (especifique)	

5. ¿Cuánto destina Ud. para la compra productos de la ferretería mensualmente?

Menos de \$ 5,00	<input type="checkbox"/>
De \$5,00 a 15,00	<input type="checkbox"/>
De \$15,00 a \$25,00	<input type="checkbox"/>
De \$25,00 a \$50,00	<input type="checkbox"/>
De \$50,00 a \$80,00	<input type="checkbox"/>
De \$80,00 en adelante.	<input type="checkbox"/>

6. ¿Características que le gustaría que existiera en una ferretería para su mejor comodidad al momento de realizar compras?

Atención	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>
Servicio de entrega	<input type="checkbox"/>
Variedad de productos	<input type="checkbox"/>
Personal capacitado	<input type="checkbox"/>
Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>

7. ¿Está de acuerdo que se implemente una nueva comercializadora de artículos ferreteros en la localidad?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
AVECES	<input type="checkbox"/>

8. ¿De la siguiente lista de productos, cuales son de su preferencia?

Productos de Instalación Eléctrica	<input type="checkbox"/>
Productos para la Construcción	<input type="checkbox"/>
Productos de Plomería	<input type="checkbox"/>
Pinturas y Cerrajerías	<input type="checkbox"/>
Pernos en general	<input type="checkbox"/>

9. ¿Qué artículos habitualmente usted adquiere para su construcción o remodelación?

A R T I C U L O S	Cemento		Mallas Armex		Pinturas	
	Clavos		Cubiertas		Tuberías	
	Bloques		Electricidad		Techos	
	Clavos		Embalaje		Productos de Albañilería	
	Bloques		Jardinería		Arcos de Sierra	
	Alambres		Mecánica		Cajas, estuches herramientas	
	Hierro		Medición y trazado		Carpintería	
	Discos		Limas, lijas		Cinceles combos	

10. ¿Qué marca prefiere usted en los siguientes productos de construcción?

CEMENTO	Holcim Rocafuerte	
	Guapan	
	Chimborazo	
	UNACEM	

HIERRO	Novacero	
	Andec	
	Adelca	
	Duracero	

ALAMBRES	Novacero	
	Ideal alambrec	
	Adelca	
	Indura	

TUBERIAS	Plastigama	
	Rival	
	Banariego	
	Plastidor	

TECHOS	Novacero	
	Dipac	
	Roofec	

CABLES	Incable	
	Electrocables	

METALES Y ESTRUCTURAS	Novacero	
	Dipac	
	Ipac	

11. ¿Cómo le gustaría que realice la nueva ferretería la entrega de sus productos y servicios?

Entrega en el local de venta de la empresa	<input type="checkbox"/>
Servicios a domicilio	<input type="checkbox"/>
Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>

12. ¿Qué método de pago es el que más utiliza?

Contado	<input type="checkbox"/>
Crédito	<input type="checkbox"/>
Tarjeta de crédito	<input type="checkbox"/>
Transferencias	<input type="checkbox"/>
Cheque	<input type="checkbox"/>

13. ¿Por qué medios se informa actualmente sobre productos y servicios ferreteros de la localidad?

Redes Sociales	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Páginas Web	<input type="checkbox"/>
Recomendaciones personales	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Folletos	<input type="checkbox"/>

3.3. Resultados de la Investigación.

Los resultados de la encuesta fueron procesados digitalmente y tabulados a través del programa Excel, programa de gran ayuda que nos permite reflejar los resultados, se tabularon las 381 encuestas realizadas en el cantón La Troncal, de esta manera se comparó las variables y se realiza su respectivo análisis.

3.3.1 Análisis de las encuestas realizadas.

1. Género:

SEXO

Según las respuestas realizadas a la población del cantón La Troncal se obtuvo los siguientes resultados hombres 80% y mujeres 20%.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino:	306	80%
Femenino:	75	20%
Total	381	100.00%

Tabla 3 Sexo

Elaborado: Jonathan Tenempaguay

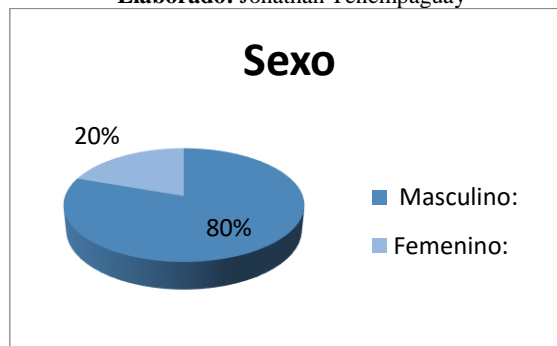


Ilustración 3 Índice de Sexo

Elaborado: Jonathan Tenempaguay

2. ¿Con que frecuencia realiza compras de productos ferreteros?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Diario	145	38%
Semanal	105	28%
Quincenal	87	23%
Mensual	44	12%
Total	381	100%

Tabla 4 Frecuencia de consumo

Elaborado: Jonathan Tenempaguay

A continuación la frecuencia de compras de productos ferreteros posee un alto índice de consumo por parte de los habitantes del sector como lo refleja en el gráfico, diario un 38%, una vez a la semana un 28%, quincenal un 23%, y finalmente de manera mensual un 12%.

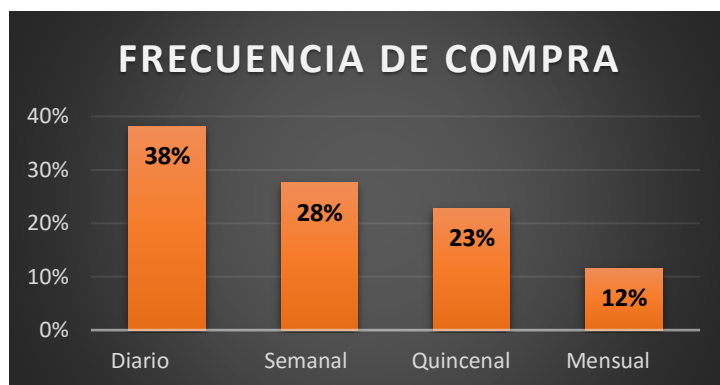


Ilustración 4 Frecuencia de compra
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

3. ¿Las Ferreterías de la localidad poseen todos los productos ferreteros que necesitan?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	145	38%
NO	179	47%
A VECES	57	15%
TOTAL	381	100%

Tabla 5 Satisfacción de la demanda
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El 47% de los encuestados dijo que las ferreterías no tienen todos los productos que sus clientes necesitan, mientras que el 38% mencionó que los tienen y, a veces, el 15%, dictaminó la falta de productos en su ferretería local.



Ilustración 5 Satisfacción de la demanda
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

4. ¿Señale las ferreterías a quién usted compra los materiales de construcción dentro del cantón La Troncal?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Ferretería "Ferrequinte S.A."	42	11%
Ferretería Palomeque	67	18%
Ferretería El Artesano	51	13%
Comisariato El Constructor	105	28%
Disensa	29	8%
Ferretería El Perno	33	9%
Ferretería Peralta	20	5%

Ferretería Aranda	34	9%
Otro (especifique)	0	0%
Total	381	100%

Tabla 6 Oferta de Ferreterías
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El 28% de los encuestados al momento de acudir a una ferretería a realizar compras de materiales de construcción eligen la ferretería Comisariato El Constructor, Ferretería Palomeque el 18%, Ferretería El Artesano el 13%, Ferrequinte S.A con el 11%, Ferretería El Perno 9% y Ferretería Aranda con el 9% respectivamente, Disensa 8% y Ferretería Peralta con el 5%. El Constructor es la ferretería que tiene mayor mercado de clientes ya que posee una mayor trayectoria en la venta de productos ferreteros y se encuentran ubicada en la parte céntrica de la ciudad con fácil acceso (Cuadro 6).



Ilustración 6 Oferta de ferreterías La Troncal
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

5. ¿Cuánto destina Ud. para la compra productos de la ferretería mensualmente?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$ 5,00	68	18%
De \$5,00 a 15,00	41	11%
De \$15,00 a \$25,00	94	25%
De \$25,00 a \$50,00	127	33%
De \$50,00 a \$80,00	36	9%
De \$80,00 en adelante.	15	4%
TOTAL	381	100%

Tabla 7 Precio de Compra
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Este grafico nos indica que el 33% de las personas destinan entre \$25,00 a \$50,00 de sus ingresos mensuales para la construcción, luego viene seguida con un 25% de personas que destinan \$15,00 a \$25,00, el 18% menos a \$ 5,00, el 11% invierten entre \$5,00 a 15,00, el 9% destinan \$50,00 a \$80,00 y finalmente con más de \$80,00 en adelante con el 4%.

Por lo tanto los ahorros destinado para la compra de productos ferreteros del 100% de encuestados van de \$25,00 a \$50,00.



Ilustración 7 Ingresos Mensuales destinados a la construcción.
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

6. ¿Características que le gustaría que existiera en una ferretería para su mejor comodidad al momento de realizar compras?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Atención Cliente	57	15%
Precio-Materiales	82	22%
Calidad-Producto	63	17%
Servicio domicilio	41	11%
Variedad de productos	70	18%
Personal capacitado	43	11%
Todas las anteriores	25	7%
TOTAL	381	100%

Tabla 8 Características Momento Realizar Compras
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Entre los encuestados, existe características que los clientes desean que existieran en las ferreterías, con el 22% señalo precio, el 18% la variedad de productos, el 17% la calidad de productos ferreteros, el 15% la atención al cliente, el 11% servicio de entrega y personal

capacitado, el 7% todas las anteriores, demostrando que son de menos agrado para efectuar compras (Cuadro 8).

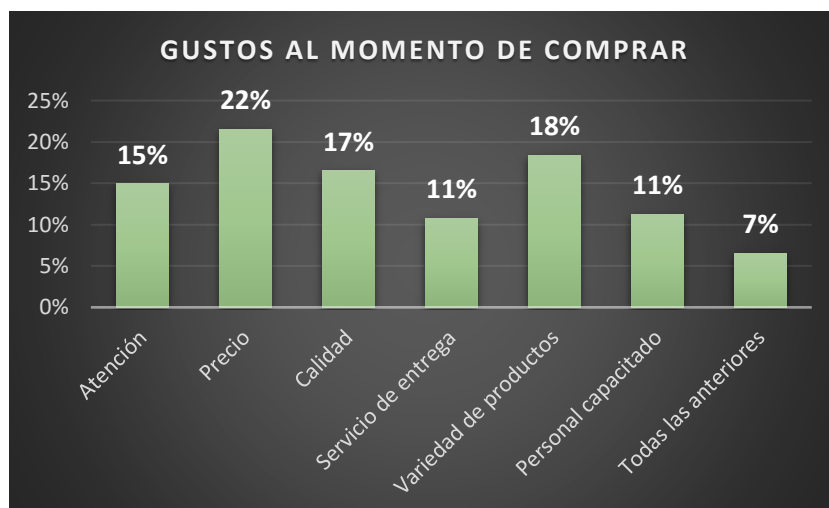


Ilustración 8 Características al momento de comprar productos ferreteros
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

7. ¿Está de acuerdo que se implemente una nueva comercializadora de artículos ferreteros en la localidad?.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	341	90%
NO	40	10%
TOTAL	381	100%

Tabla 9 Nueva Comercializadora de artículos ferreteros
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El 90% de los encuestados respondieron que si están de acuerdo que se implemente una empresa comercializadora y distribuidora de productos ferreteros en la ciudad, siendo esto más favorable para los consumidores ya que tendrán más opciones donde comprar, y si acudirían a la nueva ferretería mientras que el 10% no lo desea (Cuadro 9).

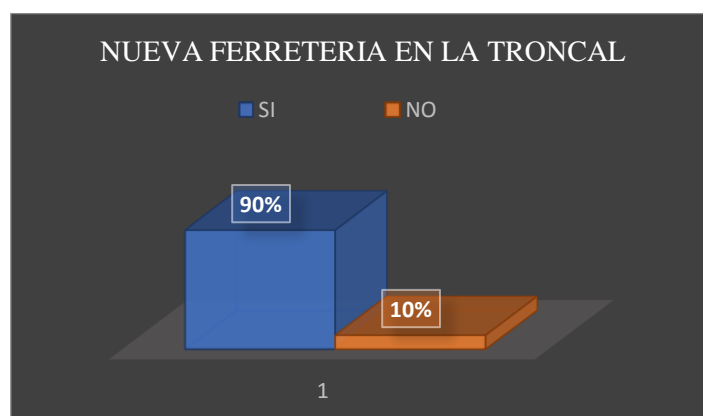


Ilustración 9 Aceptación de una nueva Ferretería
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

8. ¿De la siguiente lista de productos, cuales son de su preferencia?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Productos Instalación Eléctrica	86	23%
Productos Construcción	185	49%
Productos de Plomería	53	14%
Pinturas y Cerrajerías	30	8%
Pernos en general	27	7%
TOTAL	381	100%

Tabla 10 Línea de Artículos
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

La mayoría de encuestados, en un 49% prefieren los productos para la construcción, ya que la demanda de estos productos estará siempre en aumento por el crecimiento de la economía, el 23% productos de instalación eléctrica, el 14% productos de plomería, 8% pinturas y cerrajerías y finalmente 7% pernos en general.

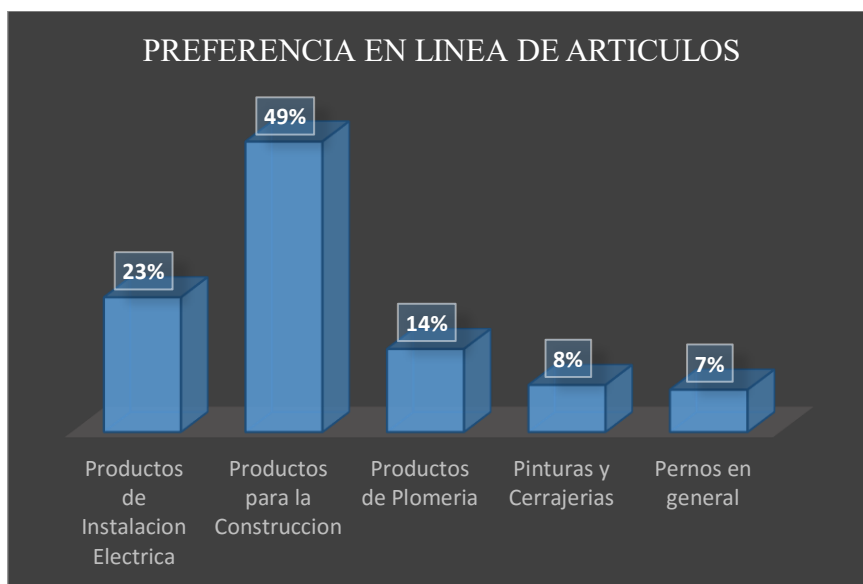


Ilustración 10 Línea de Productos Ferreteros
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

9. ¿Qué artículos usted adquiere para la construcción o remodelación?

ARTICULOS	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Cemento	248	14%
	Clavos	41	2%
	Carretillas	23	1%
	Martillo	56	3%
	Palas	45	3%

Alambres	78	5%
Hierro	90	5%
Discos	24	1%
Mallas Armex	41	2%
Cubiertas	39	2%
Electricidad	55	3%
Embalaje	28	2%

Jardinería	35	2%
Plásticos	21	1%
Medición y trazado	78	5%
Limas, lijas	44	3%
Pinturas	75	4%
Tuberías	80	5%
Techos	64	4%
Productos Albañilería	176	10%

Arcos de Sierra	98	6%
Cajas, estuches herramientas	75	4%
Carpintería	123	7%
Cinceles combos	80	5%
TOTAL	1717	100%

Tabla 11 Demanda de los productos
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

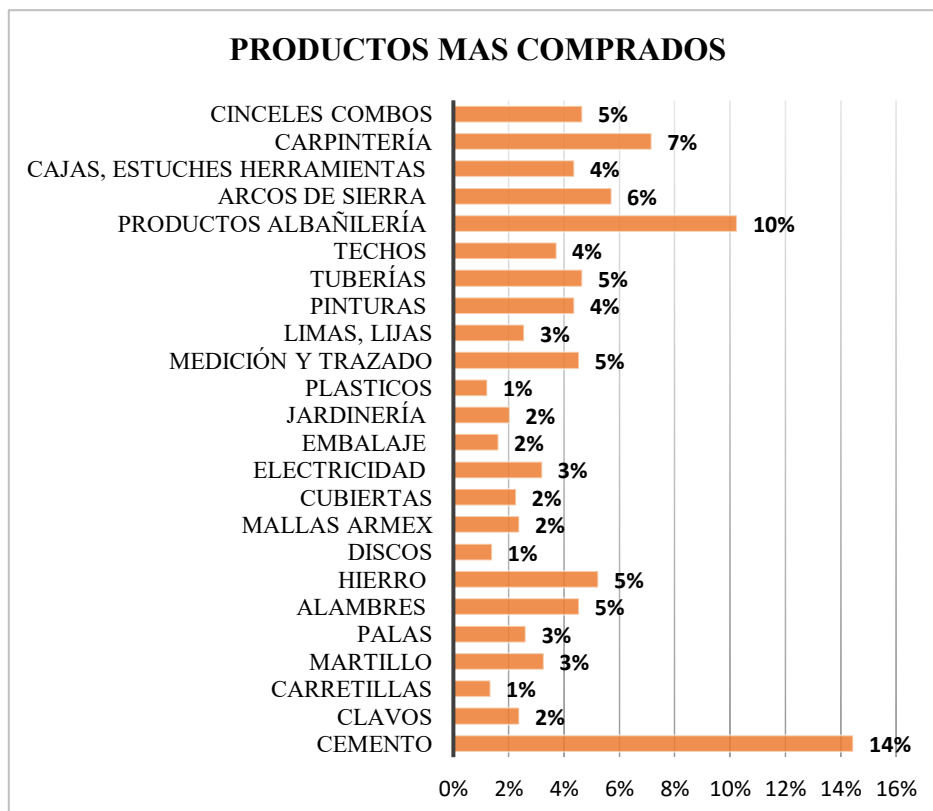


Ilustración 11 Porcentaje de la demanda de los productos
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Del 100% de los encuestados un 14% compra cemento, luego el 10% compran productos de albañilería, el 7% carpintería, el 6% arcos de sierra, el 5% los productos de hierro, tuberías, cinceles combos, alambres, medición y trazado, el 4% pinturas, cajas, estuches herramientas, techos, mientras que el 3% los productos como martillo, electricidad, palas, limas, lijas, el 2% clavos, mallas armex, cubiertas, jardinería, embalaje y finalmente el 1% discos, carretillas, plásticos.

10. ¿Qué tipo de marca prefiere usted en los siguientes productos para la construcción?

CEMENTO	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Holcim-Rocafuerte	157	41%
	Guapan	50	13%
	Chimborazo	94	25%
	UNACEM	80	21%
	TOTAL	381	100%

Tabla 12 Marcas de Cemento
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

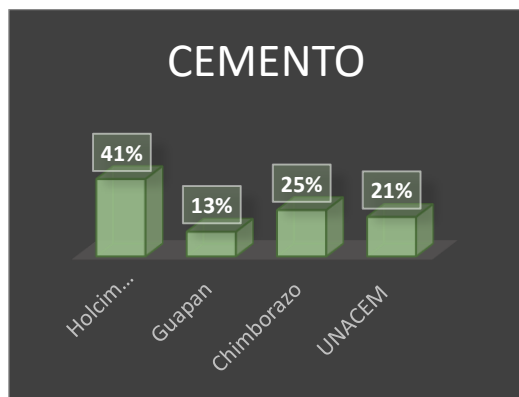


Ilustración 12 Marcas de Cemento
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Al encontrarnos en una ciudad de crecimiento en la área de construcción se analizó con respecto al tipo de marca de cemento que la población troncaleña tiene mayor grado de aceptación, con el 41%, el cemento Holcim Rocafuerte; a continuación, con el 25% de mayor consumo cemento Chimborazo, con un 21% cemento UNACEM, y definitivamente con un 13% de compra, cemento guapan.

HIERRO	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Novacero	116	30%

	Andec	69	18%
	Adelca	75	20%
	Duracero	121	32%
	TOTAL	381	100%

Tabla 13 Marca de Hierro
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

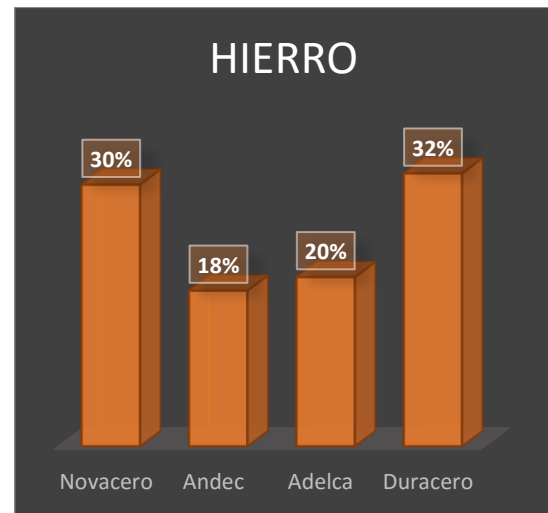


Ilustración 13 Marcas de Hierro
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El hierro con mayor demanda por parte de los habitantes, ingenieros civiles y constructores es Duracero, con el 32%, mientras que con el 30% lo sigue Novacero; con el 20% Adelca, y finalmente con un 18% de aceptación los hierros de Andec.

ALAMBRES	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Novacero	135	35%
	Ideal alambrec	85	22%
	Adelca	70	18%
	Indura	91	24%
TOTAL	381	100%	

Tabla 14 Marcas de Alambre
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

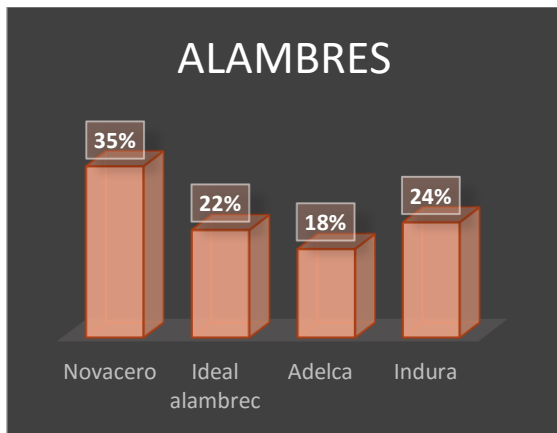


Ilustración 14 Marcas de Alambre
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El 35% de los encuestados tienen mayor preferencia con el tipo alambre Novacero, debido a que lo utilizan con mayor frecuencia los habitantes y constructoras, mientras que el 24% es Indura; con el 22% es Ideal Alambrec y por último se encuentra alambres Adelca con un porcentaje de aceptación del 18%.

TUBERIAS	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Plastigama	143	38%
	Rival	56	15%
	Banariego	142	37%
	Plastidor	40	10%
	TOTAL	381	100%

Tabla 15 Marcas de Tuberías de Plástico
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

En relación con el tipo de tuberías, la preferencia de compra por parte de los habitantes y constructores con el 38% adquieren tubos de marca Plastigama, a continuación tubos Banariego con el 37%, seguido de tuberías Rival con el 15%, y finalmente Plastidor con el 10%.

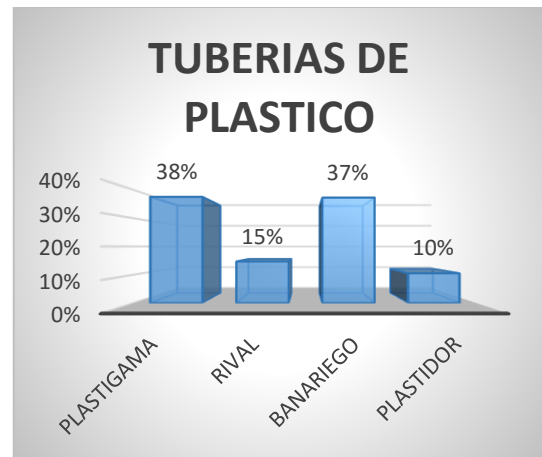


Ilustración 15 Marcas de Tuberías de Plástico
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

TECHOS	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Novacero	185	49%
	Dipac	84	22%
	Roofec	112	29%
	TOTAL	381	100%

Tabla 16 Marcas de Techos
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El techo con mayor aceptación, es el de Novacero, con un 49%, mientras que el de Roofec lo prosigue con un 29% de preferencia; finalmente, y con un 22% de preferencia se encuentran los techos Dipac.

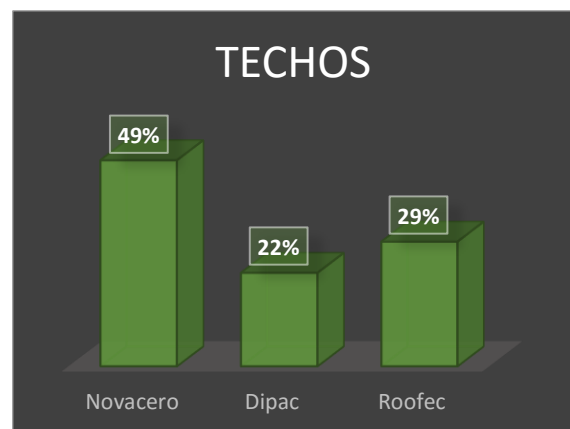


Ilustración 16 Marcas de Techos
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

CABLES	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Incable	188	49%
	Electrocables	193	51%
	TOTAL	381	100%

Tabla 17 Marcas de Cables Eléctricos
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

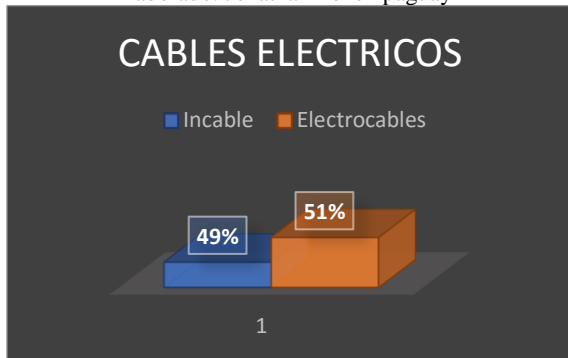


Ilustración 17 Marcas de Cables Eléctricos
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Por lo que se refiere al tipo de cables eléctricos, el 51%, prefieren la marca de Electrocables, mientras tanto cables Incable con el 49% de preferencia.

Y EST	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
-------	-------------	------------	------------

11. ¿Cómo desearía que realice la nueva ferretería la entrega de los materiales de construcción y servicios?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Entrega en ferretería	88	23%
Servicios a domicilio	156	41%
Todas las anteriores	137	36%
TOTAL	381	100%

Tabla 19 Servicio al cliente
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Novacero	129	34%
Dipac	120	31%
Ipac	132	35%
TOTAL	381	100%

Tabla 18 Marcas de Materiales y Estructuras
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

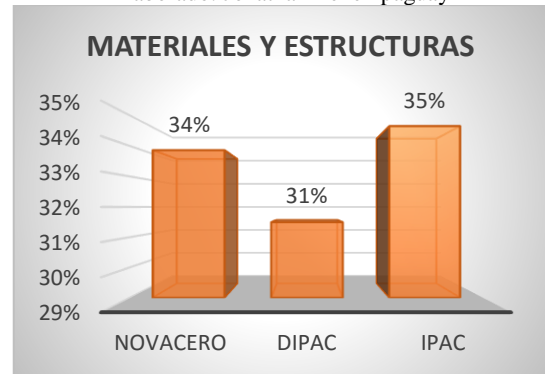


Ilustración 18 Marcas de Materiales y Estructuras
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Por ultimo cuando se trata de Metales y Estructuras, del número de encuestados, Novacero es la marca con mayor aceptación en el mercado con el 36%, Ipac es la segunda marca con el 35%, y finalmente Dipac con 14% de aprobación.

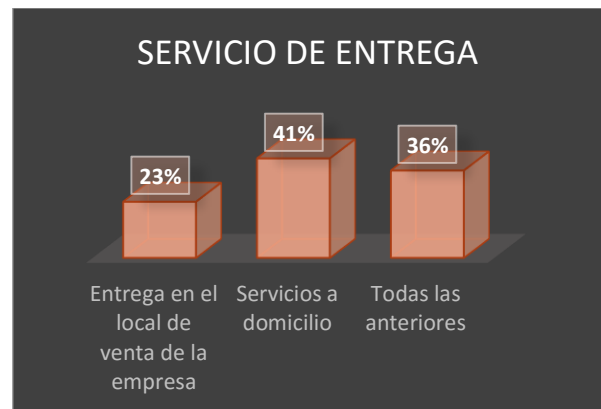


Ilustración 19 Servicio al cliente
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Del 100% de los encuestados, un 41% desea al momento de la entrega que su compra se los realice a domicilio, luego el 36% tanto domicilio y ferretería, y finalmente entrega en la ferretería con el 23%.

12. ¿Qué método de pago es el que más utiliza?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Contado	119	31%
Crédito	89	23%
Tarjeta de crédito	113	30%
Transferencias	34	9%
Cheque	26	7%
TOTAL	381	100%

Tabla 20 Métodos de pago
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

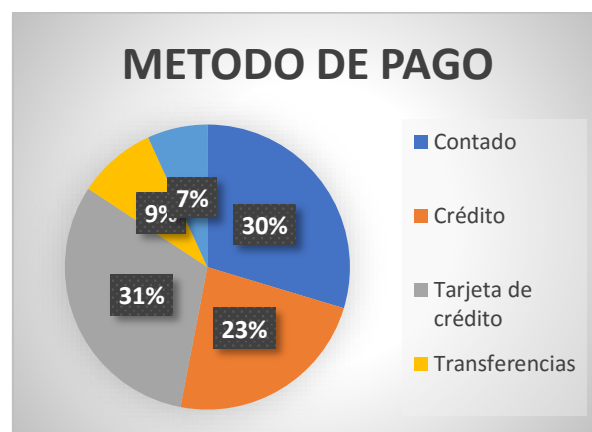


Ilustración 20 Métodos de pago
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El 31% de los encuestados prefieren pagar en dinero en efectivo cuando compran en una nueva ferretería, 23% a crédito con la ferretería, tarjetas de crédito con el 30%, transferencia con el 9%, y finalmente cheque con el 7%, lo que indica que el pago en dinero en efectivo es el más habitual por el mercado establecido (cuadro 20).

13. ¿Por qué medios se informa sobre los productos y servicios ferreteros de la ciudad?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	79	21%
Radio	34	9%
Páginas Web	75	20%
Recomendaciones personales	125	33%
Televisión	42	11%
Folletos	26	7%
TOTAL	381	100%

Tabla 21 Medios de Comunicación
Elaborado: Jonathan Tenempaguay



Ilustración 21 Medios de Comunicación
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Los resultados revelaron que los medios de información más utilizados para la población troncaleña sobre productos o servicios ferreteros en la localidad se lo hace mediante recomendaciones personales con un 33%, redes sociales con el 21%, páginas web el 20%, programa de televisión el 11%, radio el 9% y folletos 7%, como lo indica las recomendaciones y redes sociales son una estrategia de información en la actualidad para los clientes potenciales (cuadro 21).

3.3. Diseño del Logotipo

FERRECONSTRUCTOR S.A es el logotipo diseñado para la nueva ferretería. Es una mezcla de colores llamativos que invitan a los clientes a visitar las instalaciones y obtener lo que se ofrece, entre nuestros colores existentes:



Ilustración 22 Logotipo y Eslogan
Autor: Jonathan Tenempaguay

NOMBRE: “FERRECONSTRUCTOR S.A.”.

SLOGAN: *Calidad y servicio al mejor precio.*

Es una frase atractiva que acompaña al nombre comercial de la ferretería, que atrae a los clientes y genera un impacto en la población troncaleña.

CATEGORÍA: venta al por mayor de materiales de construcción: piedra, arena, grava, cemento, etcétera.

Esta imagen fue diseñada con el fin de transmitir seguridad y la confianza a los futuros clientes.

Amarillo: Un color que simboliza la energía, la felicidad o la alegría también fomenta la comunicación y es de gran ayuda para captar la atención de los clientes, por lo que se ha utilizado en productos de referencia que se venden en ferreterías.

Negro: Un color que transmite emoción y declara urgencia, es ideal para impactar a la hora de comprar un producto, por eso se utiliza en el nombre del local comercial.

Azul: Color que representa uno de los principales elementos de la naturaleza, el agua, produce un efecto calmante y produce una calma ideal, transmitiendo confianza a los clientes al momento de visualizar la marca, es por ello que se utiliza este color en el nombre del establecimiento comercial.

3.4. Modelo administrativo (Organigrama Funcional)

Los principales recursos que se deben invertir en las actividades económicas de comercialización de productos de ferretería incluyen recursos humanos, financieros, materiales y técnicos.

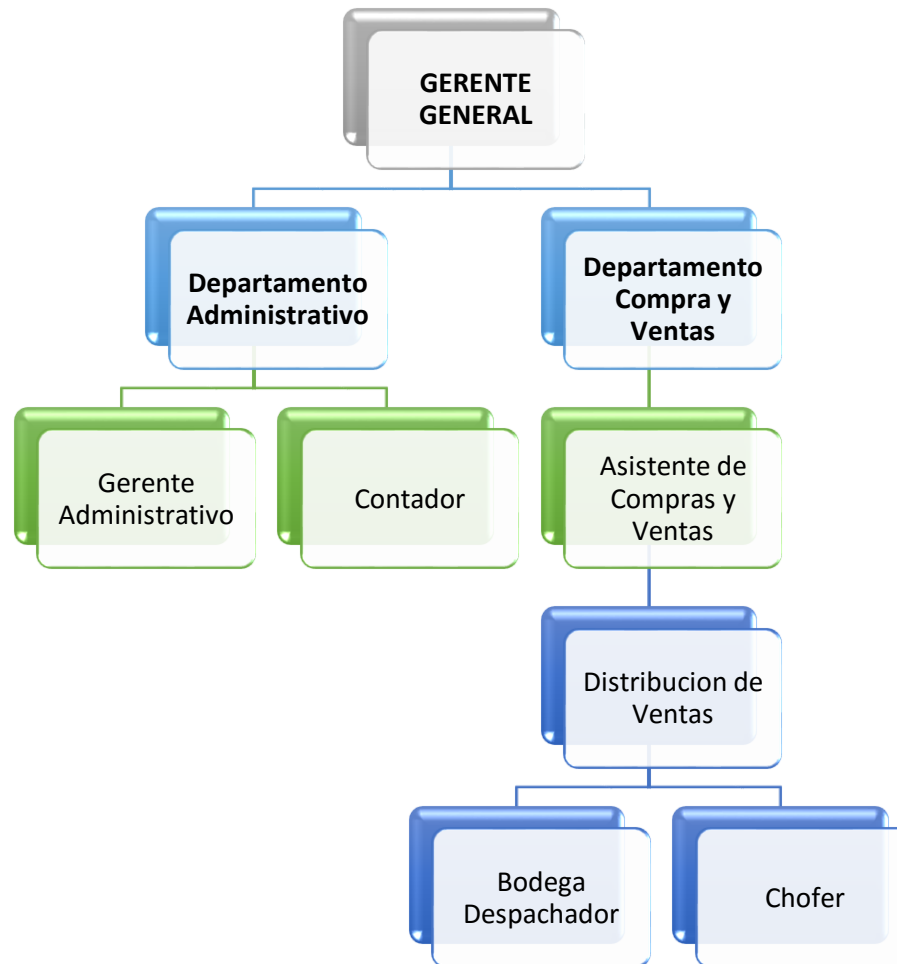


Ilustración 23 Organigrama FERRECONSTRUCTOR S.A.
Autor: Jonathan Tenempaguay

3.5. Modelo Canvas






Empresa: FERRECONSTRUCTOR S.A.

El modelo CANVAS permite realizar un plan de negocios sencillo en el que se analiza todo el entorno que maneja la empresa, de manera que al desarrollar todos los puntos críticos se pueda dotar de herramientas de gestión para mejorar la calidad del área administrativa.

Cabe señalar que el alcance del diseño del Modelo Canvas se basa en la situación de otras empresas, se analizará cada bloque del modelo de negocio Canvas para encontrar el método de gestión correcto para la ferretería FERRECONSTRUCTOR S.A en la ciudad de La Troncal. Para la creación de los modelos se analizaron las siguientes preguntas: ¿Qué hábitos tienen? ¿Quién será nuestro socio? ¿Cómo los alcanzaremos? ¿Dónde están?, de esta manera contribuir a la satisfacción de la empresa.

Los elementos que se deben tener en cuenta a la hora de diseñar el modelo canvas de negocio son los siguientes:

- a) Segmentos de clientes
- b) Propuesta de valor
- c) Canales
- d) Relación con los clientes
- e) Fuentes de ingresos
- f) Actividades claves
- g) Recursos claves

SOCIOS CLAVES.	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
 <p>Distribuidores y proveedores de productos ferreteros. Habitantes del cantón La Troncal y empresas dedicadas a la construcción de edificaciones o que estén en proceso de remodelación. Medios publicitarios como radio, propagandas, volantes y redes sociales. Instituciones bancarias,</p>	 <p>Relación con los proveedores y distribuidores. Servicio de venta y entrega a domicilios. Diversificación de productos y rotación de inventarios. Soluciones a los problemas que presenta el cliente. Evaluar los precios de la competencia. Organizar productos por categorías.</p>	 <p>Implementación de una ferretería en el cantón La Troncal, especializada en la venta de productos destinados para la construcción y remodelación de casas, villas, edificios y otros, ofreciendo los mejores precios del mercado y entregas a domicilio. Otorgar promociones y descuentos a los clientes por compras efectuadas. Ofertar materiales con</p>	 <p>La relación con los clientes es cordial, con amabilidad, ofreciendo asesoría al momento de efectuar la compra-venta. Atención personalizada en redes sociales como: Facebook, WhatsApp y pagina web.</p>	 <p>Población del cantón La Troncal. Habitantes, Constructoras, Ingenieros y Arquitectos que requieran de productos ferreteros. Población Troncaleña entre los 18 a 65 años. Convenios con asociaciones e instituciones. Trabajadores en el área de constructores.</p>

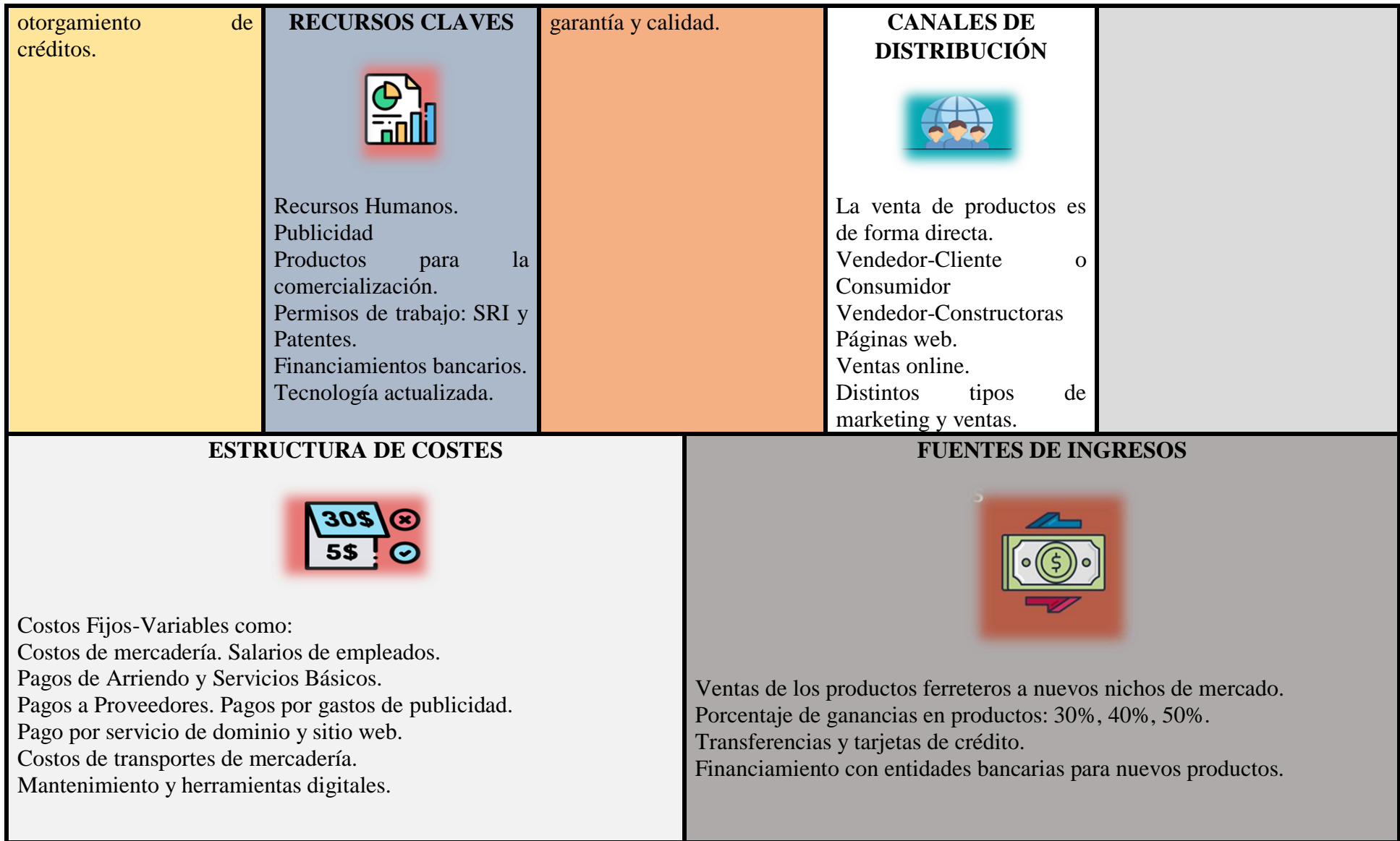


Ilustración 24 Aplicación del modelo CANVAS a la Ferretería

3.6. Matriz FODA de Ferreconstructor S.A.

Una matriz FODA es una herramienta analítica que se puede aplicar a cualquier situación, persona, producto, empresa, etc., lo que forma parte de la situación específica del individuo bajo investigación. Las variables examinadas y lo que forman en la matriz es característico de ese momento. Inmediatamente luego de analizarlos, se deben tomar las decisiones correspondientes para optimar el funcionamiento de la ferretería.

A fin de conocer la gestión de FERRECONSTRUCTOR S.A. se realizó un análisis interno y externo determinando así sus Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, se utilizará esta herramienta para la elaboración de la misión, objetivos, planes y las estrategias de la empresa.

También es un marco de referencia ya que se basa en una valoración subjetiva de factores clave de éxito, en este caso se han identificado un conjunto de factores los cuales se presentan en términos generales tanto dentro como fuera de la ferretería FERRECONSTRUCTOR S.A , a continuación se muestran los resultados:

FODA			
FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1	Posicionamiento en el mercado del cantón La Troncal.	1	Manejo de Inventarios Nulo.
2	Personal capacitado-Área de RRHH.	2	Manuales de proceso de comercialización y ventas
3	Atención de calidad al cliente y asesoramiento en la compra.	3	Estrategias de marketing poco efectivas.
4	Oferta de productos ferreteros a precios accesibles y de calidad.	4	Falta de seriedad con las empresas proveedoras.
5	Variedad de clientes: Constructoras, Ingenieros, Arquitectos y público en general.	5	Escasos recursos en publicidad.
6	Capacidad del establecimiento: almacenamiento de la mercadería en grandes cantidades. Promociones por volumen de compras.	6	Procesos Administrativos manejados por empleados empíricamente
7	Ubicación de la ferretería, centro de la ciudad.	7	No existe un organigrama de funciones a sus empleados.
8	Trabajar con marcas reconocidas: Holcim, Novacero, Andec, Adelca, Duracero.	8	No efectuar estrategias de ventas.
9	Tiempos de entrega inmediato. Entregas a domicilio.	9	No se realiza frecuentemente el control de inventarios
10	Formas de pagos adecuada. Efectivo, transferencias, tarjetas de débito y crédito.	10	Nivel computacional instalado (software contable)

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1	Preferencia de mercado actual por los productos ferreteros a conocer.	1	Cambios en el entorno
2	Expansión rápida en el mercado local.	2	Altos costos por Inventario.
3	Precio económico y aceptables para los clientes.	3	Competencia
4	Variedad de Proveedores	4	Inflación.
5	Atención al cliente	5	Nuevas políticas económicas
6	Crecimiento poblacional	6	Atrasos en la entrega de proveedores
7	Ubicación de la Ferretería	7	Mercado saturado
8	Incremento de la Construcción	8	Desempleo
9	Sistema Educativo para los empleados	9	Las Tasa de Interés
10	Nuevas Tecnologías	10	Precios de los Proveedores

Tabla 22 Matriz FODA Ferreconstructora S.A.
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

3.7 Flujos de Diagrama

Un diagrama de flujo es un proceso que está representado por distintos símbolos y describe resumidamente los pasos a seguir. Los símbolos gráficos están conectados mediante flechas que indican el orden de la actividad. Analizar

FLUJO GRAMA PROCESO DE COMPRA

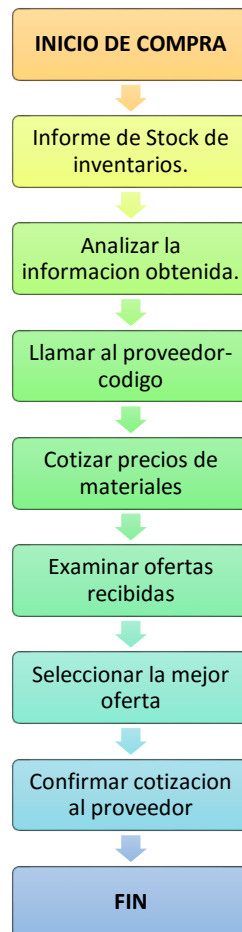


Ilustración 25 Flujo grama Proceso Compra
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

FLUJO GRAMA - RECEPCION DE MATERIALES

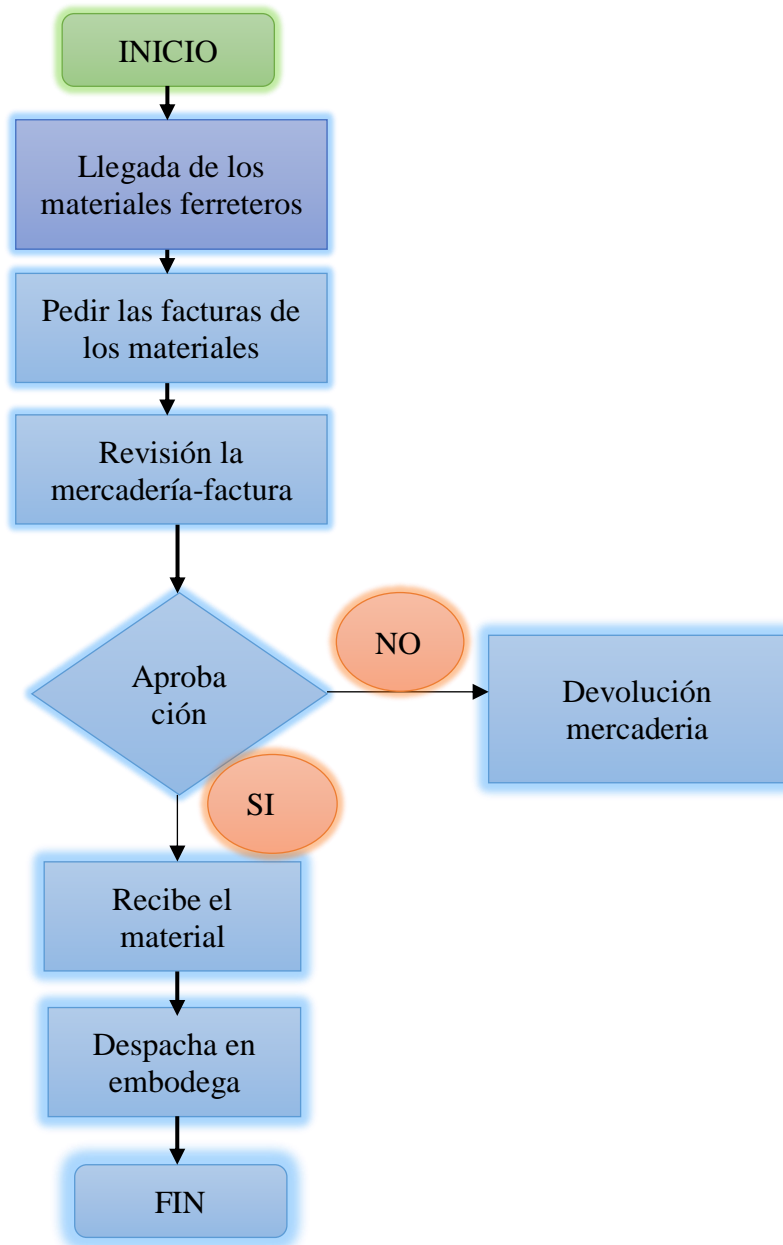


Ilustración 26 Flujo grama Recepción de Mercaderia
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

FLUJO GRAMA PROCESO DE INGRESO DE FACTURA

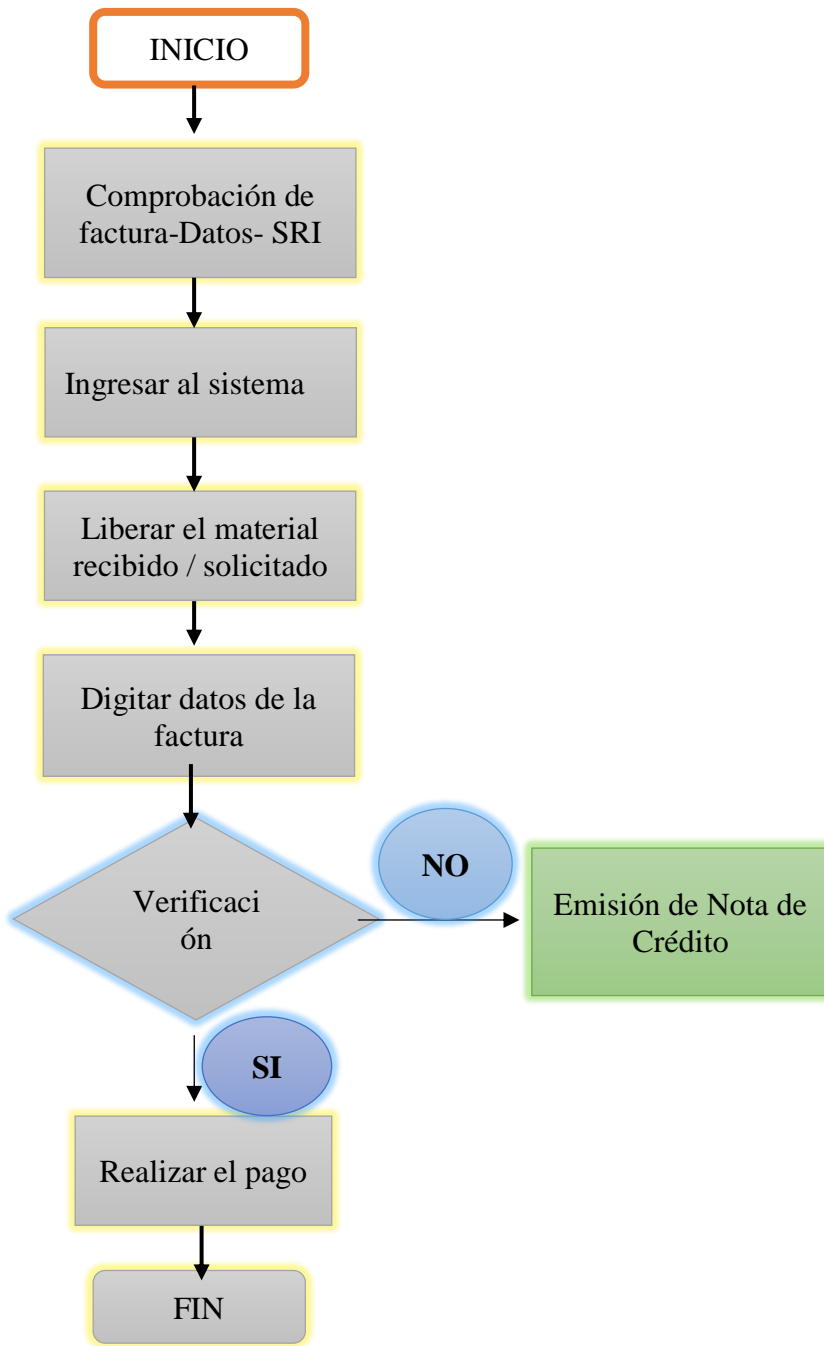


Ilustración 27 Flujo grama Ingreso de Factura
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

FLUJO GRAMA PROCESO DE VENTA

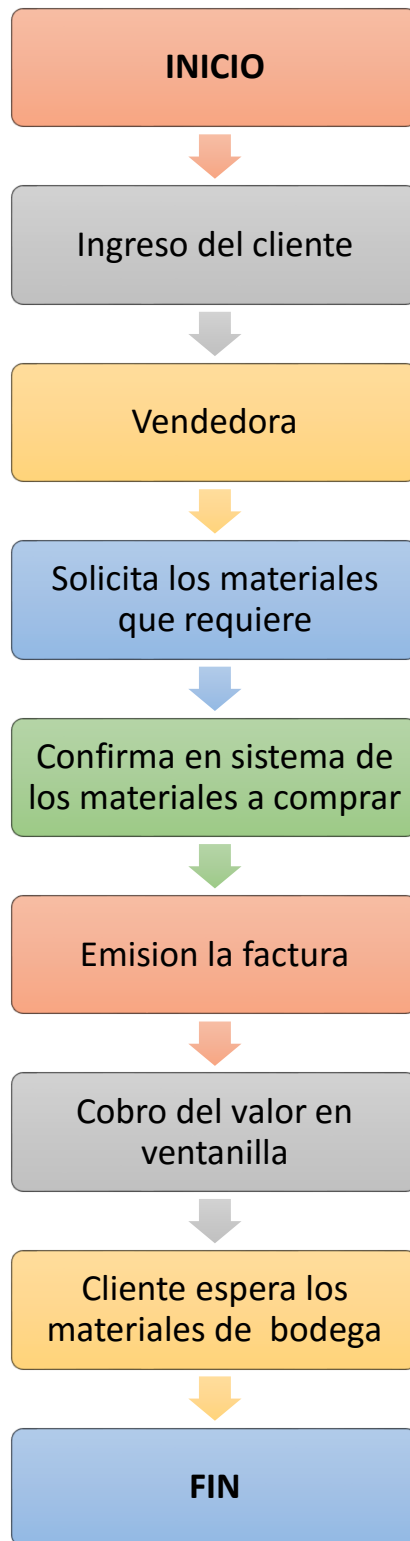


Ilustración 28 Flujo grama Proceso de venta
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

FLUJO GRAMA PROCESO DE ENTREGA DE MATERIALES / DESPACHO

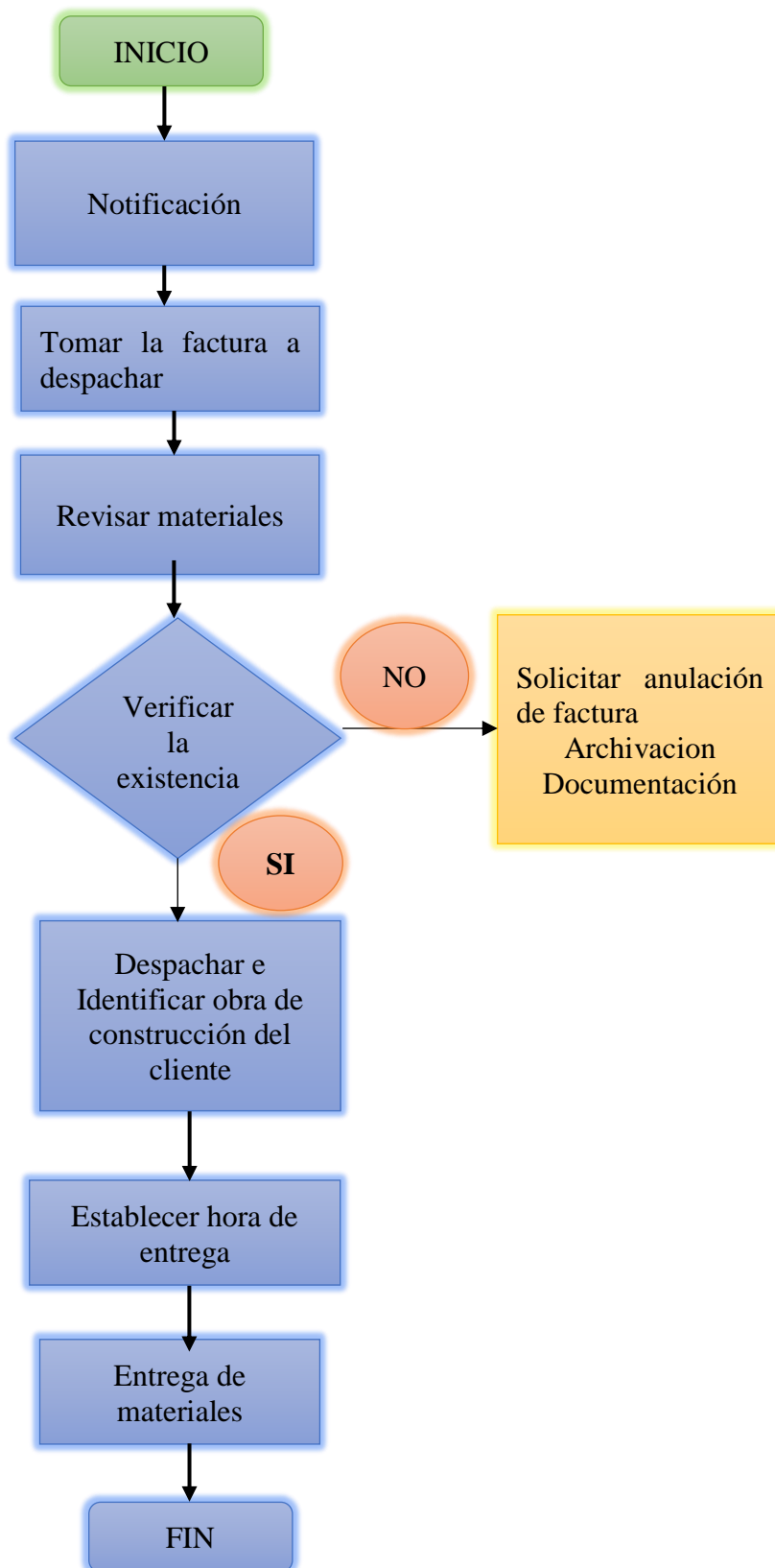


Ilustración 29 Flujo grama entrega de materiales
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Análisis

El flujo de diagrama nos permite mejorar los procedimientos y procesos de cada actividad que se realiza dentro de la organización, facilitando así el flujo productivo de cada actividad para nuestros colaboradores.

Estos diagramas nos permiten detallar cada aspecto de diseño y producción de un producto simple o complejo, detallando los aspectos importantes a utilizar al entregar una solución dada.

Hoy en día, estos gráficos son una herramienta muy utilizada por los reclutadores corporativos para capacitar a nuevos empleados o personas que realizan tareas específicas.

FLUJO GRAMA PROCESO DE COMPRA

En la figura 25, se desarrolló el diagrama de flujo de compra, aquí se puede observar cuales son los procesos detallados en el abastecimiento de productos ferreteros en el local, se define cada uno de los pasos desde que se emite la solicitud del pedido, selección de proveedores y la mejor selección de oferta, esto nos permite elegir varias opciones que convengan a la empresa.

FLUJO GRAMA PROCESO RECEPCION DE MATERIALES

En la figura 26, se elaboró el flujo grama de recepción de materiales que sería la continuación del proceso de compra, el empleado deberá encargarse de recibir los materiales o productos de acorde a la solicitud del pedido, tomar las facturas que le entregaran los proveedores, si el producto está de acuerdo al pedido se lo acepta caso contrario se realiza la devolución del mismo. Se embodega los productos si están de acuerdo con el pedido.

FLUJO GRAMA PROCESO INGRESO DE FACTURA

En la representación 27, se elaboró el flujo grama de ingreso de factura de la compra recibida, se registra en el sistema y se coteja el material solicitado, digitalizamos la factura si cumple con las condiciones se efectúa el pago de la mercadería caso contradictorio se emite una nota de devolución.

FLUJO GRAMA PROCESO DE VENTA MATERIALES

La figura 28, se realizó el flujo de diagrama de ventas es una herramienta en donde se analiza cada uno de los pasos para la negociación del producto, es aquí donde el vendedor

debe seguir este proceso sin ningún inconveniente para llegar a la meta deseada, que es vender el producto al cliente.

El cliente solicita los productos que requiere, el empleado realiza el ingreso en el sistema los materiales deseados y emita la factura al cliente, ya sea con datos o consumidor final, se realiza el cobro y entrega de la factura.

FLUJO GRAMA PROCESO DE ENTREGA DE MATERIALES

En la figura 29, se elaboró el flujo grama de entrega de materiales más conocido como el despacho de la mercadería, en la cual se acerca a bodega el cliente con la factura y se constatan los materiales solicitados, se verifica la existencia en las perchas para luego coordinar el horario de entrega y dirección de domicilio del cliente para su respectiva traspaso de material.

Análisis y Evaluación del Estudio Técnico

3.8 Ubicación.

a) Macro localización.

Para determinar la ubicación de la empresa a nivel macro se desplegará un mapa del Ecuador mostrando los siguientes datos sobre la ubicación donde se creará el centro ferretero, ubicada en el cantón el La Troncal provincia del Cañar.



Ilustración 30 Macro Localización
Fuente: : www.google.com.ec/mapasdeecuador

a) Micro localización.

Empresa: “FERRECONSTRUCTOR S.A.”

De acuerdo con el análisis de micro ubicación, el estacionamiento es un factor relevante, y debido a la concentración actual de vehículos, es difícil ingresar al centro de la ciudad, y la distancia de competencia es de aproximadamente 400 metros, que es una distancia considerable que indica que la ubicación el sitio web es conveniente.

- Ciudad: La Troncal
- Dirección: Av. 25 de Agosto Calle Principal.

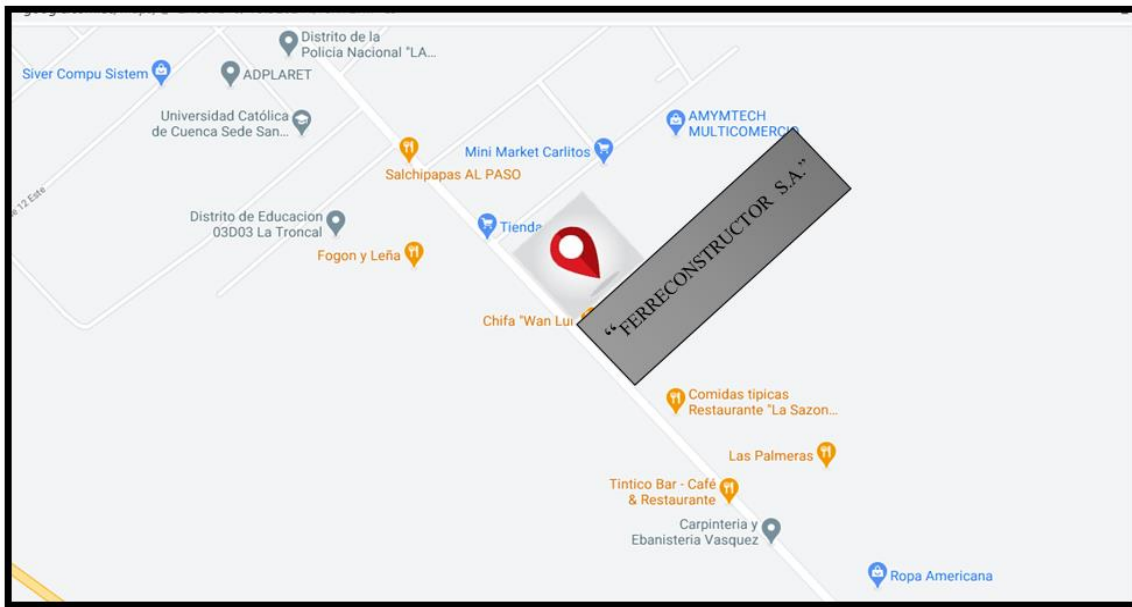


Ilustración 31 Ubicación Ferreconstructor S.A.
Fuente: Google maps

Análisis:

El plan de negocio a ejecutar sobre la Ferretería FerroConstructor S.A, se encontrará ubicada en la vía principal Av. 25 de agosto, Ecuador-Cañar, afueras de los pobladores de la Troncal, con el fin de tener un buen posicionamiento en un área donde se pueda evitar cualquier riesgo alguno al momento de realizar las actividades, logrando obtener los mejores beneficios para la organización. Como se visualiza en la gráfica presentada el local esta estratégicamente situado con acceso directo a una de las vías principales de la ciudad lo que le permite trasportar los insumos de entrega a cualquier parte de la cuidad sin inconveniente ni demoras.

Como muestra la imagen, el local está idealmente ubicado con acceso directo a una de las vías principales de la ciudad, lo que le permite trasladar los materiales a cualquier lugar de la ciudad sin inconvenientes ni demoras.

3.9 Distribución del almacén

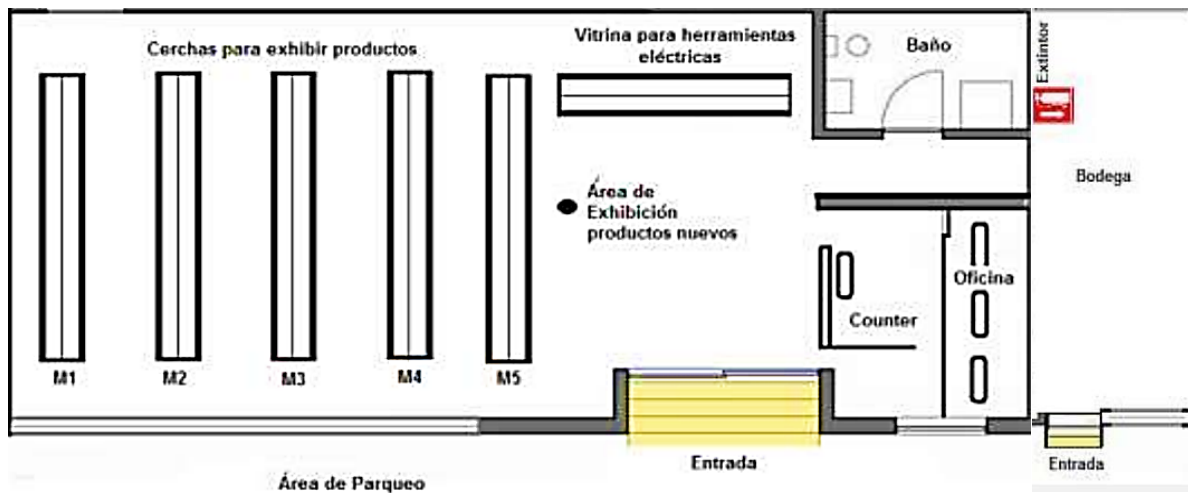


Ilustración 32 Distribución de la planta.

Fuente: Autor.

Análisis:

Identificar las diferentes áreas donde se encuentran los productos de ferretería para que estén más disponibles para los habitantes del cantón La Troncal. Como se puede observar en la figura 32, la empresa cuenta con diferentes perchas para exhibir los productos ferreteros, cuenta con una bodega, un almacén y oficinas. La bodega se utilizara para los materiales más grandes como el cemento y el hierro, de mayor volumen; mientras el almacén se utilizara para exhibir productos y el acceso directo a los clientes, los gerentes y contadores jugarán roles en las oficinas.

El tamaño de la empresa es un factor muy importante dentro del estudio técnico, ya que esto permite al administrador determinar la capacidad de producción que puede llegar a tener la fábrica en determinado tiempo.

Estudio y Análisis de la Evaluación Financiera

3.10 Definición

La evaluación financiera se encargada de recopilar toda la información monetaria de la ferretería así como el ordenamiento de los datos correspondientes a las ventas, compras, gastos operativos y costos necesario para el funcionamiento óptimo de la empresa, por tanto, se determina los costos en activos fijos como maquinaria y equipo, muebles enseres, vehículos, entre otros.

Las evaluaciones financieras, incluidas las tarifas y la mejora de los datos, deben ser coherentes con los costos necesarios para la función apropiada de la empresa, costos de activos fijos, máquinas y equipos, depreciación, costos de capital y estos otros. .

3.10.1 Inversión inicial

A continuación, todos los costos involucrados en actividades económicas tempranas se cuantificarán, debido a la inversión preliminar de Ferroconstructor S.A. Se utiliza tanto máquinas, equipos, muebles y herramientas e instrumentos, dependiendo del tamaño de la ferretería.

- **Equipos de Computación**

Los equipos de computación a implementarse en el funcionamiento de la ferretería será el siguiente:

EQUIPO DE COMPUTACION				
Concepto	Cantidad	Unid. Medida	V. Unit	V. Total
ORDENADORES	2	UNIDAD	\$ 845,00	\$ 1.690,00
IMPRESORAS	1	UNIDAD	\$ 325,00	\$ 325,00
LECTOR DE PRECIO	2	UNIDAD	\$ 75,00	\$ 150,00
TELEFONO	1	UNIDAD	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL				\$ 2.285,00

Tabla 23 Maquinaria y equipo
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Los dos ordenadores de computación estarán destinados para el área de gerencia y ventas en registrar inventarios. Además contara con sus respectivos lectores de precio e impresoras.

- **Muebles y Enseres**

Es necesario adquirir muebles y enseres para la ferretería ya que permitirá una mejor logística de los materiales a vender, descritos a continuación.

MUEBLES Y ENSERES				
Concepto	Cantidad	Unid. Medida	V. Unit	V. Total
Sillas	8	UNIDAD	\$ 58,00	\$ 464,00
Escritorios	4	UNIDAD	\$ 240,00	\$ 960,00
Aire Acondicionado	2	UNIDAD	\$ 750,00	\$ 1.500,00
Vitrinas	8	UNIDAD	\$ 215,00	\$ 1.720,00
Estantes	5	UNIDAD	\$ 165,00	\$ 825,00
Otros	5	UNIDAD	\$ 60,00	\$ 300,00
			TOTAL	\$ 5.769,00

Tabla 24 Muebles y enseres
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Para el funcionamiento de la ferretería es de vital importancia contar con vitrinas y estantes para la exhibición de los productos, sillas, escritorios entre otros elementos valorados en \$5769,00.

- **Vehículos**

CAMION-VEHÍCULO				
Concepto	Cantidad	Unid. Medida	V. Unit	V. Total
CHEVROLET AVEO	1	UNIDAD	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00
CAMION 2018 HINO GL	1	UNIDAD	\$ 32.000,00	\$ 32.000,00
			TOTAL	\$ 54.000,00

Tabla 25 Vehiculos
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El camión a operar, es un vehículo de los socios que corresponde a la Ferretería, su avalúo comercial bordea los \$32.000,00; el mismo que está destinado en un 100% del tiempo total del uso del camión para el área de ventas, mientras que la camioneta Chevrolet aveo estará para el área administrativa y de ventas es por eso que se cuantificará por el valor de \$54.000,00.

- **Gastos de Constitución e Instalación**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN FERRETERIA				
Concepto	Cant.	Medida	V. Unitario	V. Total
TRAMITES JURIDICOS	1	UNID	\$ 320,00	\$ 320,00
TASAS E IMPUEST	1	UNID	\$ 640,00	\$ 640,00
OTROS CONCEPTOS	1	UNID	\$ 185,00	\$ 185,00
			TOTAL	\$ 1.145,00

GASTOS DE INSTALACIÓN FERRETERIA				
Concepto	Cant.	Medida	V. Unitario	V. Total
PINTADA	450	MT 2	\$ 0,50	\$ 225,00
INST ELECTRICA	400	MT 2	\$ 0,45	\$ 180,00

ADECUACIONES	40	MT 2	\$ 3,50	\$ 140,00
			TOTAL	\$ 545,00

Tabla 26 Gastos de Constitucion e Instalacion
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Para la conformación de una ferretería tiene que cumplir una base legal por lo tanto deben efectuarse trámites jurídicos para su respectivo funcionamiento, como el pago de tasas e impuestos, además el local comercial debe sujetarse a adecuaciones, diseño de pintura entre otros, este gasto estará valorado en \$1.690,00.

- **Financiamiento**

APORTE DE CAPITAL	
Vehículos	\$ 54.000,00
Efectivo	\$ 32.849,00
	\$ 86.849,00

Tabla 27 Financiamiento
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Los socios aportaron en vehículos \$54.000,00 y en dinero en efectivo la cantidad de \$32.849,00.

- **Inventario de Mercancías**

INVENTARIO DE MERCADERIAS				
Concepto	Cantidad	Unid. Medida	V. Unit	V. Total
Alambre de Pua Fort 200 Ideal Alambre	8	UNIDAD	\$ 25,65	\$ 205,23
Alicate corta cable de alto poder mango negro	26	UNIDAD	\$ 9,48	\$ 246,36
Amoladora angular 4 1/2" 800w 110v	15	UNIDAD	\$ 31,05	\$ 465,70
Barra Bellota 14	17	UNIDAD	\$ 14,83	\$ 252,14
Bisagra Dorada	140	UNIDAD	\$ 0,84	\$ 117,94
Bloque Liviano 9x19x39cm Vipresa	2860	UNIDAD	\$ 0,34	\$ 972,40
Bomba de agua a gasolina de 7hp 3"	4	UNIDAD	\$ 203,82	\$ 815,27
Bondex Plus Ceramica 25kg intaco	189	UNIDAD	\$ 10,43	\$ 1.970,44
Bondex premium porcelanato 25kg	210	UNIDAD	\$ 10,81	\$ 2.269,51
Boquilla Negra	91	UNIDAD	\$ 1,20	\$ 108,76
Brocha 2 mango madera Ingco	98	UNIDAD	\$ 1,64	\$ 160,88
Cable flexible #10 nexan rollo	11	ROLLO	\$ 67,90	\$ 746,86
Caja Rectangular de Plastico	145	UNIDAD	\$ 0,59	\$ 85,61
Cemento Asfaltico Caneca	20	CANECA	\$ 33,89	\$ 677,81
Cemento Asfaltico Galon	59	GALON	\$ 13,72	\$ 809,24
Cemento Chimborazo 50kg	958	UNIDAD	\$ 5,29	\$ 5.069,74
Cemento Holcim Fuerte 50 kg	1458	UNIDAD	\$ 5,62	\$ 8.198,63
Cemento Selvalegre 50kg	1021	UNIDAD	\$ 5,13	\$ 5.241,41
Cerradura de sobreponer 50mm gris	24	UNIDAD	\$ 8,38	\$ 201,14
Cerradura electrica viro	12	UNIDAD	\$ 59,87	\$ 718,42

Clavo 2"	235	LIBRA	\$ 0,68	\$ 160,74
Clavo 5"	100	LIBRA	\$ 0,93	\$ 92,88
Codo 1"	100	UNIDAD	\$ 1,25	\$ 125,28
Codo 4"	120	UNIDAD	\$ 3,31	\$ 397,44
Combo Gala Milan Blanco	5	UNIDAD	\$ 100,20	\$ 500,98
Concretera Ferri	2	UNIDAD	\$ 902,88	\$ 1.805,76
Cortadora de Marmol de 1400w	4	UNIDAD	\$ 88,16	\$ 352,63
Destornillador estrella industrial	75	UNIDAD	\$ 1,66	\$ 124,74
Disco de Corte diamante seco 7"x1/8	49	UNIDAD	\$ 3,85	\$ 188,75
Ducha Electrica 4 tiempos	22	UNIDAD	\$ 13,95	\$ 306,82
Duratecho 4.20 mts x 0.30 mm novacero	100	UNIDAD	\$ 17,16	\$ 1.715,76
Empaste sika mon	311	UNIDAD	\$ 5,98	\$ 1.858,54
Escalera Pata de gallo de 7 pisos	5	UNIDAD	\$ 83,28	\$ 416,38
Esponja de enluc	120	UNIDAD	\$ 0,39	\$ 46,66
Flexometro de 10m 1 ¼	61	UNIDAD	\$ 4,86	\$ 296,46
Foco Silvana 9w	148	UNIDAD	\$ 0,64	\$ 94,84
Fregadero de 1 pieza 78 x 43 cm con valvula	8	UNIDAD	\$ 19,31	\$ 154,48
Guaraña	4	UNIDAD	\$ 216,00	\$ 864,00
Hidrolavadora de 1800w	4	UNIDAD	\$ 162,02	\$ 648,09
Kalipega 125 Cc. Plastigama	35	UNIDAD	\$ 3,10	\$ 108,61
Lima bellota	46	UNIDAD	\$ 1,08	\$ 49,68
Machete 198	39	UNIDAD	\$ 3,28	\$ 127,76
Carretilla	12	UNIDAD	\$ 48,96	\$ 587,52
Martillo curvo con cabeza de acero 20oz	41	UNIDAD	\$ 9,04	\$ 370,77
Maxiempaste Liso Exterior 20kg	98	UNIDAD	\$ 17,97	\$ 1.761,18
Pala bellota redonda	34	UNIDAD	\$ 7,78	\$ 264,38
Picaporte	24	UNIDAD	\$ 1,48	\$ 35,42
Rejillas	24	UNIDAD	\$ 4,68	\$ 112,32
Rodillo completo de microfibra 9"	36	UNIDAD	\$ 4,10	\$ 147,74
Rollo alambre negro	4	ROLLO	\$ 26,60	\$ 106,42
Rollo manguera 1/2 Agua	15	ROLLO	\$ 12,96	\$ 194,40
Sika Fill 5 1kg	26	UNIDAD	\$ 4,33	\$ 112,69
Soldadura 6011 1/8" 20kg Kilogramo	45	CAJA	\$ 3,95	\$ 177,55
Solido 12 electrocable	284	MT	\$ 0,36	\$ 102,24
Taípe	152	UNIDAD	\$ 0,79	\$ 120,38
Taladro atornillador 1/2"	5	UNIDAD	\$ 189,88	\$ 949,39
Tanque Apilable 250 lt azul plastigama	5	UNIDAD	\$ 65,40	\$ 326,99
Tanque T/chancho 500lt azul plastigama	4	UNIDAD	\$ 121,54	\$ 486,17
Te ½	152	UNIDAD	\$ 0,45	\$ 67,85
Tubo 6" desagüe	96	UNIDAD	\$ 1,15	\$ 110,59
Tubo Plastibador 1	31	UNIDAD	\$ 9,79	\$ 303,55
Tubo Plastibador ¾	26	UNIDAD	\$ 7,99	\$ 207,79
Union Plastigama 4	104	UNIDAD	\$ 0,99	\$ 103,33
Varilla #10	144	UNIDAD	\$ 6,34	\$ 912,38

Varilla #12	127	UNIDAD	\$ 8,71	\$ 1.106,42
Varilla laminada corrugada as42 16mm x 06m	287	UNIDAD	\$ 6,95	\$ 1.994,08
Varilla laminada corrugada as42 18mm x 06m	186	UNIDAD	\$ 8,80	\$ 1.636,50
Veto tomacorriente doble pla35369	65	UNIDAD	\$ 1,47	\$ 95,47
Viga V3 7mm (15x15) Andec	131	UNIDAD	\$ 14,72	\$ 1.927,90
Viga V3 9mm (15x10) Adelca	158	UNIDAD	\$ 25,87	\$ 4.087,40
			TOTAL	\$ 58.179,58

Tabla 28 Inventario de Mercaderías
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

En el área de construcción o remodelación, el cemento, hierro, pinturas, etc., son productos básicos y necesarios, por lo que la ferretería Ferreconstructor se ha basado en la selección de 70 ítems productos para su respectivo análisis, se realizó el estudio económico para conocer los costos y tendencias que presenta la demanda de los productos ferreteros. El inventario de mercadería de la ferretería está valorado en \$58.179,58 dólares.

3.10.2 Estado de Situación Inicial


			
ESTADO DE SITUACION INICIAL			
AL 01 DE ENERO DEL 2017			
ACTIVOS		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Disponibles		Proveedores de Mercaderías	\$ 26.180,81
Caja	\$ 10.404,00	Prest Banc Cort Plazo	\$ 1.925,69
Exigibles		PASIVO NO CORRIENTE	
Cuentas por Cobrar	\$ -	Prest Banc Largo Plazo	\$ 17.372,08
Realizables		TOTAL PASIVO	\$ 45.478,58
Inventarios de Mercadería	\$ 58.179,58		
Otro Act Corrientes			
UTILES DE LIMPIEZA	\$ -		
ACTIVOS NO CORRIENTES			
Fijo Depreciable			
Equipo de Computo	\$ 2.285,00		
Vehiculos	\$ 54.000,00		
Muebles y Enseres	\$ 5.769,00		
Maquinaria y Equipos	-		
Local Comercial	\$ -		
Fijo No Depreciable			
Terreno	-		
Amortizables			
Gastos de Constitucion	\$ 1.145,00	PATRIMONIO	
Gastos de Instalacion	\$ 545,00	Aporte de Capital	\$ 86.849,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 132.327,58	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 132.327,58

Tabla 29 Estado de Situación Inicial
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Como se observa en la tabla 29, se detalla cómo está conformado el estado de situación inicial de la ferretería FERRECONSTRUCTOR S.A., Activo, Pasivo y Patrimonio. El valor total de la inversión del plan de negocios es de \$132.327,58 de los cuales \$68.538,58 pertenecen al activo corriente y \$63.744,00 son del activo no corriente. Pasivo corriente y no corriente por \$45.478,58 y patrimonio por \$86.849,00.

3.10.3 Costo de Capital

CUADRO DEL COSTO DE CAPITAL

ANUAL

FINANCIAMIENTO		TASA DE INTERES	FACTOR DE PARTICIPACION	FACTOR DE PONDERACION	INTERES V. ANUAL
ACTORES	VALOR				
Proveedor Mercaderías	\$26.180,81	10,71%	0,20	0,02	\$ 2.804,16
Banco	\$19.297,77	15,50%	0,15	0,02	\$ 2.991,15
Socios / Dueños	\$ 86.849,00	29,22%	0,66	0,19	\$ 25.379,21
TOTAL	\$132.327,58			23,56%	\$ 31.174,53

Tabla 30 Costo de capital

Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El costo de capital permite ver detalladamente los actores que intervienen en el financiamiento de la empresa y el porcentaje total que cuesta tener el dinero de proveedores, bancos y socios.

La inversión de capital es crucial para que una empresa produzca y opere, por lo tanto el costo de capital para la ferretería es del 23,56%.

3.10.4 Cronograma de Inversión

<u>CRONORAMA DE INVERSION</u>											
INVERSION INICIAL	CRONOGRAMA DE INVERSIONES										
	01/01/22	31/12/22	31/12/23	31/12/24	31/12/25	31/12/26	31/12/27	31/12/28	31/12/29	31/12/30	31/12/31
INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
ACTIVOS FIJOS											
Equipo de Computo	2.285,00		\$ 1.033,98	\$ 2.420,58		\$ 2.873,19	\$ 2.564,21		\$ 4.116,53	\$ 2.716,36	
Vehiculos	54.000,00					\$ 59.445,22		\$ 57.167,21			\$ 65.439,51
Muebles y Enseres	5.769,00		\$ 764,83					\$ 1.938,15			\$ 6.991,12
Intangible	1.690,00										
TOTAL ACTIVO FIJO (A no Cte)	\$ 63.744,00										

Tabla 31 Cronograma de Inversión

Elaborado: Jonathan Tenempaguay

En el cronograma de inversión se detalla los activos fijos que cuenta la empresa, como el equipo de cómputo se renueva cada 3 años, vehículos cada 5 años, muebles y enseres cada 10 años. El total de activos fijos es de \$63.744,00.

3.10.5 Depreciación de Activos

Tengamos en cuenta que la ferretería previa a la propuesta no tenía activos fijos y, por lo tanto, no tenía gastos de depreciación. Los requisitos de la propuesta detallan la adquisición de ciertos activos fijos, tales como camión y camioneta nueva, mueble y enseres; y equipo de oficina, los cuales están enfocados a mejorar las actividades operacionales de la empresa y mejorar el servicio al cliente, pero nuevamente, se deben realizar los asientos contables correspondientes. por sus compras. Para su elaboración se utilizó el método de línea recta para cada bien adquirido, se detalla en la Tabla 32.

RESUMEN DE TABLA DE DEPRECIACIONES

DEPRECIACIONES	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025	31/12/2026	31/12/2027
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 761,67	\$ 761,67	\$ 1.106,33	\$ 1.151,52	\$ 1.151,52	\$ 1.764,59	\$ 1.812,47	\$ 1.812,47	\$ 2.226,92	\$ 2.277,63
VEHICULO	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 11.889,04	\$ 11.889,04	\$ 23.322,49	\$ 23.322,49	\$ 23.322,49
MUEBLES Y ENSERES	\$ 576,90	\$ 576,90	\$ 653,38	\$ 653,38	\$ 653,38	\$ 653,38	\$ 653,38	\$ 653,38	\$ 847,20	\$ 847,20
TOTAL	\$ 12.138,57	\$ 12.138,57	\$ 12.559,71	\$ 12.604,90	\$ 12.604,90	\$ 14.307,02	\$ 14.354,89	\$ 25.788,33	\$ 26.396,60	\$ 26.447,32

AMORTIZACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTO DE CONSTITUCIO	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00	\$ 338,00

Tabla 32 Tabla de depreciaciones
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

3.10.6 Presupuesto de Ventas

Para los ingresos de los periodos proyectados fue necesario determinar las unidades a vender; es decir las unidades por cada producto ferretero (70 ítems), las cuales fueron determinadas en el estudio del mercado.

Según el estudio de la proyección de ventas tendrá las siguientes ingresos; en el año 1 entradas de \$396.381,40, año 2 de \$409.800,63, año 3 ventas de \$424.143,16, año 4 ingresos de \$438.934,86, hasta llegar al año 10 con ventas de \$538.196,23.

Segregacion de Ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Vtas al Contado	\$ 383.829,32	\$ 396.823,61	\$ 410.711,96	\$ 425.035,25	\$ 439.788,97	\$ 455.093,95	\$ 470.850,39	\$ 487.125,94	\$ 503.873,75	\$ 521.153,35
VENTAS A CREDITO	\$ 12.552,08	\$ 12.977,02	\$ 13.431,20	\$ 13.899,60	\$ 14.382,08	\$ 14.882,59	\$ 15.397,86	\$ 15.930,11	\$ 16.477,80	\$ 17.042,88
Recaudacion del Efectivo										
Vtas del año actual contado	\$ 383.829,32	\$ 396.823,61	\$ 410.711,96	\$ 425.035,25	\$ 439.788,97	\$ 455.093,95	\$ 470.850,39	\$ 487.125,94	\$ 503.873,75	\$ 521.153,35
Deudad de diciembre año ant	0	\$ 12.552,08	\$ 12.977,02	\$ 13.431,20	\$ 13.899,60	\$ 14.382,08	\$ 14.882,59	\$ 15.397,86	\$ 15.930,11	\$ 16.477,80
TOTAL EFECTIVO	\$ 383.829,32	\$ 409.375,69	\$ 423.688,98	\$ 438.466,45	\$ 453.688,57	\$ 469.476,03	\$ 485.732,98	\$ 502.523,80	\$ 519.803,86	\$ 537.631,15

Tabla 33 Presupuestos de Ventas
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

La tabla 33 indica la segregación de ventas proyectadas para los 10 años de evaluación, la cual maneja una política de crédito del 38% con un plazo de 30 días.

Resumen Presupuesto de Ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Alambre de Pua Fort 200 Ideal Alambre	\$ 3.324,71	\$ 3.424,51	\$ 3.562,92	\$ 3.705,42	\$ 3.852,10	\$ 4.003,08	\$ 4.158,47	\$ 4.318,38	\$ 4.482,93	\$ 4.652,24
Alicate corta cable de alto poder mango	\$ 1.841,98	\$ 1.903,79	\$ 1.967,31	\$ 2.032,58	\$ 2.099,64	\$ 2.168,53	\$ 2.239,31	\$ 2.312,02	\$ 2.386,71	\$ 2.463,42
Amoladora angular 4 1/2" 800w 110v	\$ 5.811,89	\$ 6.006,92	\$ 6.207,34	\$ 6.413,27	\$ 6.624,86	\$ 6.842,24	\$ 7.065,57	\$ 7.294,98	\$ 7.530,64	\$ 7.772,69
Barra Bellota 14	\$ 1.851,03	\$ 1.906,60	\$ 1.983,66	\$ 2.063,00	\$ 2.144,66	\$ 2.228,72	\$ 2.315,23	\$ 2.404,26	\$ 2.495,88	\$ 2.590,14
Bisagra Dorada	\$ 157,70	\$ 162,99	\$ 168,43	\$ 174,02	\$ 179,76	\$ 185,65	\$ 191,71	\$ 197,94	\$ 204,33	\$ 210,90
Bloque Liviano 9x19x39cm Vipresa	\$ 1.684,22	\$ 1.743,72	\$ 1.805,36	\$ 1.869,19	\$ 1.935,29	\$ 2.003,73	\$ 2.074,60	\$ 2.147,96	\$ 2.223,90	\$ 2.302,50
Bomba de agua a gasolina de 7hp 3"	\$ 11.544,23	\$ 12.013,36	\$ 12.496,34	\$ 12.993,55	\$ 13.505,34	\$ 14.032,10	\$ 14.574,22	\$ 15.132,09	\$ 15.706,11	\$ 16.296,72
Bondex Plus Ceramica 25kg intaco	\$ 27.223,33	\$ 28.185,08	\$ 29.173,89	\$ 30.205,49	\$ 31.266,14	\$ 32.372,17	\$ 33.509,36	\$ 34.694,70	\$ 35.913,42	\$ 37.183,23
Bondex premium porcelanato 25kg	\$ 23.421,36	\$ 24.245,24	\$ 25.106,76	\$ 25.992,58	\$ 26.903,33	\$ 27.854,97	\$ 28.833,41	\$ 29.855,28	\$ 30.905,95	\$ 32.002,72
Boquilla Negra	\$ 131,95	\$ 135,91	\$ 141,40	\$ 147,06	\$ 152,88	\$ 158,87	\$ 165,04	\$ 171,39	\$ 177,92	\$ 184,64
Brocha 2 mango madera Ingco	\$ 212,75	\$ 219,14	\$ 228,00	\$ 237,11	\$ 246,50	\$ 256,16	\$ 266,10	\$ 276,34	\$ 286,87	\$ 297,70
Cable flexible #10 nexan rollo	\$ 4.236,71	\$ 4.408,88	\$ 4.586,13	\$ 4.768,61	\$ 4.956,43	\$ 5.149,75	\$ 5.348,71	\$ 5.553,45	\$ 5.764,11	\$ 5.980,87
Caja Rectangular de Plastico	\$ 147,36	\$ 152,57	\$ 157,92	\$ 163,43	\$ 169,08	\$ 174,90	\$ 180,87	\$ 187,02	\$ 193,33	\$ 199,82
Cemento Asfaltico Caneca	\$ 25.377,13	\$ 26.273,66	\$ 27.195,42	\$ 28.143,06	\$ 29.117,23	\$ 30.167,10	\$ 31.246,75	\$ 32.356,94	\$ 33.498,45	\$ 34.672,06
Cemento Asfaltico Galon	\$ 8.558,78	\$ 8.852,06	\$ 9.172,03	\$ 9.501,07	\$ 9.839,44	\$ 10.187,35	\$ 10.545,06	\$ 10.912,88	\$ 11.290,88	\$ 11.679,50
Cemento Chimborazo 50kg	\$ 23.115,46	\$ 23.928,58	\$ 24.771,69	\$ 25.645,81	\$ 26.551,94	\$ 27.491,15	\$ 28.464,54	\$ 29.473,21	\$ 30.510,30	\$ 31.584,73
Cemento Holcim Fuerte 50 kg	\$ 43.860,96	\$ 45.412,35	\$ 47.015,02	\$ 48.678,27	\$ 50.396,26	\$ 52.178,67	\$ 54.019,48	\$ 55.928,81	\$ 57.900,40	\$ 59.944,83
Cemento Selvalegre 50kg	\$ 28.830,30	\$ 29.845,42	\$ 30.896,01	\$ 31.983,20	\$ 33.115,35	\$ 34.286,75	\$ 35.498,62	\$ 36.752,24	\$ 38.048,93	\$ 39.390,03
Cerradura de sobreponer 50mm gris	\$ 1.053,97	\$ 1.085,61	\$ 1.129,49	\$ 1.174,66	\$ 1.221,16	\$ 1.269,02	\$ 1.318,28	\$ 1.368,98	\$ 1.421,14	\$ 1.474,81
Cerradura electrica viro	\$ 7.471,53	\$ 7.695,81	\$ 8.006,87	\$ 8.327,09	\$ 8.656,73	\$ 8.996,02	\$ 9.345,22	\$ 9.704,59	\$ 10.074,38	\$ 10.454,86
Clavo 2"	\$ 302,05	\$ 312,73	\$ 323,70	\$ 334,98	\$ 346,57	\$ 358,49	\$ 370,74	\$ 384,23	\$ 398,11	\$ 412,38
Clavo 5"	\$ 102,54	\$ 105,62	\$ 109,89	\$ 114,28	\$ 118,81	\$ 123,46	\$ 128,25	\$ 133,19	\$ 138,26	\$ 143,48
Codo 1"	\$ 144,32	\$ 148,65	\$ 154,66	\$ 160,85	\$ 167,22	\$ 173,77	\$ 180,52	\$ 187,46	\$ 194,60	\$ 201,95
Codo 4"	\$ 769,44	\$ 796,63	\$ 824,57	\$ 853,31	\$ 882,84	\$ 913,21	\$ 944,41	\$ 976,49	\$ 1.009,45	\$ 1.043,33
Combo Gala Milan Blanco	\$ 12.985,30	\$ 13.375,10	\$ 13.915,70	\$ 14.472,25	\$ 15.045,15	\$ 15.634,83	\$ 16.241,73	\$ 16.866,29	\$ 17.508,97	\$ 18.170,25
Concretera Ferri	\$ 33.587,14	\$ 34.238,73	\$ 34.902,96	\$ 35.580,08	\$ 36.270,33	\$ 36.973,97	\$ 37.691,27	\$ 38.422,48	\$ 39.167,87	\$ 39.927,73
Cortadora de Marmol de 1400w	\$ 5.712,56	\$ 5.944,70	\$ 6.183,71	\$ 6.429,74	\$ 6.683,00	\$ 6.943,66	\$ 7.211,92	\$ 7.487,98	\$ 7.772,03	\$ 8.064,29
Destornillador estrella industrial	\$ 215,55	\$ 222,02	\$ 231,00	\$ 240,23	\$ 249,74	\$ 259,53	\$ 269,61	\$ 279,97	\$ 290,64	\$ 301,62
Disco de Corte diamante seco 7"x1/8	\$ 499,22	\$ 514,21	\$ 534,99	\$ 556,38	\$ 578,41	\$ 601,08	\$ 624,41	\$ 648,42	\$ 673,13	\$ 698,55
Ducha Electrica 4 tiempos	\$ 1.807,45	\$ 1.861,71	\$ 1.936,96	\$ 2.014,43	\$ 2.094,17	\$ 2.176,25	\$ 2.260,72	\$ 2.347,66	\$ 2.437,11	\$ 2.529,16
Duratecho 4.20 mts x 0.30 mm novacero	\$ 2.223,62	\$ 2.290,38	\$ 2.382,95	\$ 2.478,25	\$ 2.576,36	\$ 2.677,34	\$ 2.781,26	\$ 2.888,21	\$ 2.998,27	\$ 3.111,50
Empaste sika mon	\$ 2.710,71	\$ 2.804,42	\$ 2.900,75	\$ 2.999,75	\$ 3.101,51	\$ 3.214,96	\$ 3.331,65	\$ 3.451,66	\$ 3.575,07	\$ 3.701,97
Escalera Pata de gallo de 7 pisos	\$ 14.989,54	\$ 15.492,56	\$ 16.009,46	\$ 16.540,58	\$ 17.086,29	\$ 17.646,95	\$ 18.222,92	\$ 18.814,61	\$ 19.422,39	\$ 20.046,68
Espanja de enluc	\$ 251,94	\$ 260,58	\$ 269,99	\$ 279,68	\$ 289,64	\$ 299,88	\$ 310,41	\$ 321,24	\$ 332,37	\$ 343,81
Flexometro de 10m 1 1/4	\$ 1.213,06	\$ 1.255,91	\$ 1.299,97	\$ 1.345,27	\$ 1.391,84	\$ 1.439,70	\$ 1.488,90	\$ 1.539,47	\$ 1.591,44	\$ 1.644,85
Foco Silvana 9w	\$ 121,80	\$ 125,89	\$ 130,09	\$ 134,41	\$ 138,84	\$ 143,40	\$ 148,08	\$ 152,89	\$ 157,82	\$ 162,90
Fregadero de 1 pieza 78 x 43 cm con valv	\$ 1.232,78	\$ 1.282,87	\$ 1.334,45	\$ 1.387,54	\$ 1.442,20	\$ 1.498,45	\$ 1.556,34	\$ 1.615,91	\$ 1.677,21	\$ 1.740,28
Guaraña	\$ 13.996,80	\$ 14.565,59	\$ 15.151,19	\$ 15.754,03	\$ 16.374,55	\$ 17.012,22	\$ 17.670,51	\$ 18.346,90	\$ 19.042,88	\$ 19.758,96
Hidrolavadora de 1800w	\$ 10.965,62	\$ 11.411,24	\$ 11.870,02	\$ 12.342,30	\$ 12.828,44	\$ 13.328,80	\$ 13.843,74	\$ 14.373,65	\$ 14.918,91	\$ 15.479,91
Kalipega 125 Cc. Plastigama	\$ 198,11	\$ 206,16	\$ 214,45	\$ 222,98	\$ 231,76	\$ 240,80	\$ 250,11	\$ 259,68	\$ 269,53	\$ 279,66
Lima bellota	\$ 136,86	\$ 140,97	\$ 146,66	\$ 152,53	\$ 158,57	\$ 164,78	\$ 171,18	\$ 177,76	\$ 184,53	\$ 191,50
Machete 198	\$ 408,84	\$ 421,12	\$ 438,14	\$ 455,66	\$ 473,70	\$ 492,27	\$ 511,37	\$ 531,04	\$ 551,27	\$ 572,09
Carretilla	\$ 3.055,10	\$ 3.179,26	\$ 3.307,07	\$ 3.438,66	\$ 3.574,10	\$ 3.713,50	\$ 3.856,97	\$ 4.004,61	\$ 4.156,52	\$ 4.312,82
Martillo curvo con cabeza de acero 20oz	\$ 586,00	\$ 609,81	\$ 634,33	\$ 659,57	\$ 685,55	\$ 712,29	\$ 739,81	\$ 768,12	\$ 797,26	\$ 827,24
Maxiempaste Liso Exterior 20kg	\$ 2.242,81	\$ 2.310,13	\$ 2.403,50	\$ 2.499,63	\$ 2.598,58	\$ 2.700,43	\$ 2.805,25	\$ 2.913,13	\$ 3.024,13	\$ 3.138,34
Pala bellota redonda	\$ 485,22	\$ 504,94	\$ 525,24	\$ 546,14	\$ 567,65	\$ 589,79	\$ 612,58	\$ 636,03	\$ 660,15	\$ 684,98
Picaporte	\$ 184,20	\$ 189,73	\$ 197,40	\$ 205,30	\$ 213,43	\$ 221,79	\$ 230,40	\$ 239,26	\$ 248,38	\$ 257,76
Rejillas	\$ 292,03	\$ 303,90	\$ 316,12	\$ 328,70	\$ 341,64	\$ 354,97	\$ 368,68	\$ 382,79	\$ 397,31	\$ 412,25
Rodillo completo de microfibra 9"	\$ 265,94	\$ 276,75	\$ 287,87	\$ 299,33	\$ 311,12	\$ 323,25	\$ 335,74	\$ 348,59	\$ 361,81	\$ 375,42
Rollo alambre negro	\$ 3.447,88	\$ 3.551,38	\$ 3.694,92	\$ 3.842,70	\$ 3.994,81	\$ 4.151,39	\$ 4.312,53	\$ 4.478,37	\$ 4.649,01	\$ 4.824,59
Rollo manguera 1/2 Agua	\$ 1.679,62	\$ 1.730,04	\$ 1.799,96	\$ 1.871,95	\$ 1.946,05	\$ 2.022,33	\$ 2.100,83	\$ 2.181,61	\$ 2.264,74	\$ 2.350,28
Sika Fill 5 1kg	\$ 540,93	\$ 557,17	\$ 579,69	\$ 602,88	\$ 626,74	\$ 651,31	\$ 676,59	\$ 702,61	\$ 729,38	\$ 756,92
Soldadura 6011 1/8" 20kg Kilogramo	\$ 492,41	\$ 507,19	\$ 527,69	\$ 548,80	\$ 570,52	\$ 592,88	\$ 615,90	\$ 639,58	\$ 663,95	\$ 689,03
Solido 12 electrocable	\$ 134,78	\$ 139,31	\$ 144,44	\$ 149,72	\$ 155,15	\$ 160,74	\$ 166,48	\$ 172,39	\$ 178,46	\$ 184,71
Taipe	\$ 200,72	\$ 207,82	\$ 215,11	\$ 222,60	\$ 230,31	\$ 238,23	\$ 246,37	\$ 254,74	\$ 263,34	\$ 272,17
Taladro atornillador 1/2"	\$ 12.121,84	\$ 12.614,44	\$ 13.121,59	\$ 13.643,67	\$ 14.181,07	\$ 14.734,19	\$ 15.303,43	\$ 15.889,21	\$ 16.491,96	\$ 17.112,12
Tanque Apilable 250 Lt azul plastigama	\$ 2.103,19	\$ 2.143,99	\$ 2.185,58	\$ 2.227,98	\$ 2.271,21	\$ 2.315,27	\$ 2.360,18	\$ 2.405,97	\$ 2.452,65	\$ 2.500,23
Tanque T/chanco 500lt azul plastigama	\$ 3.792,15	\$ 3.865,72	\$ 3.940,71	\$ 4.017,16	\$ 4.095,09	\$ 4.174,54	\$ 4.255,52	\$ 4.338,08	\$ 4.422,24	\$ 4.508,03
Te 1/2	\$ 83,57	\$ 86,37	\$ 89,25	\$ 92,21	\$ 95,26	\$ 98,38	\$ 101,59	\$ 104,89	\$ 108,28	\$ 111,76
Tubo 6" desagüe	\$ 1.078,27	\$ 1.115,98	\$ 1.154,75	\$ 1.196,19	\$ 1.238,81	\$ 1.282,62	\$ 1.327,67	\$ 1.373,99	\$ 1.421,35	\$ 1.474,10
Tubo Plastibador 1	\$ 634,52	\$ 660,31	\$ 686,85	\$ 714,18	\$ 742,31	\$ 771,27	\$ 801,06	\$ 831,73	\$ 863,28	\$ 895,74
Tubo Plastibador 3/4	\$ 517,88	\$ 538,93	\$ 560,59	\$ 582,90	\$ 605,86	\$ 629,49	\$ 653,81	\$ 678,84	\$ 704,59	\$ 731,08
Union Plastigama 4	\$ 126,86	\$ 130,67	\$ 135,95	\$ 141,39	\$ 146,99	\$ 152,75	\$ 158,68	\$ 164,78	\$ 171,06	\$ 177,52
Varilla #10	\$ 1.976,83	\$ 2.048,77	\$ 2.122,75	\$ 2.198,84	\$ 2.277,07	\$ 2.357,52	\$ 2.440,23	\$ 2.525,26	\$ 2.612,67	\$ 2.702,52
Varilla #12	\$ 2.718,14	\$ 2.817,06	\$ 2.918,79	\$ 3.023,40	\$ 3.130,98	\$ 3.241,59	\$ 3.355,31	\$ 3.472,23	\$ 3.592,42	\$ 3.715,97
Varilla laminada corrugada as42 16mm x	\$ 2.701,38	\$ 2.792,04	\$ 2.894,94	\$ 3.000,78	\$ 3.109,64	\$ 3.221,60	\$ 3.336,73	\$ 3.455,11	\$ 3.576,83	\$ 3.701,97
Varilla laminada corrugada as42 18mm x	\$ 4.561,09	\$ 4.722,23	\$ 4.887,90	\$ 5.058,22	\$ 5.233,31	\$ 5.413,29	\$ 5.598,28	\$ 5.800,00	\$ 6.011,52	\$ 6.226,98
Veto tomacorriente doble pla35369	\$ 750,15	\$ 776,65	\$ 803,89	\$ 831,91	\$ 860,70	\$ 890,30	\$ 920,73	\$ 952,23	\$ 984,69	\$ 1.024,13
Viga V3 7mm (15x15) Andec	\$ 7.170,02	\$ 7.417,89	\$ 7.672,67	\$ 7.934,55	\$ 8.203,70	\$ 8.503,80	\$ 8.812,46	\$ 9.129,89	\$ 9.456,32	\$ 9.791,98
Viga V3 9mm (15x10) Adelca	\$ 18.005,24	\$ 18.622,21	\$ 19.295,33	\$ 19.987,55	\$ 20.699,37	\$ 21.431,29	\$ 22.183,81	\$ 22.957,46	\$ 23.752,79	\$ 24.570,33
TOTAL	\$ 396.381,40	\$ 409.800,63	\$ 424.143,16	\$ 438.934,86	\$ 454.171,05	\$ 469.976,54	\$ 486.248,25	\$ 503.056,05	\$ 520.351,55	\$ 538.196,23

3.10.7 Presupuesto de Compras

Presupuesto de Compra

Año 1 a Año 10

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
CONSOLIDACION	\$ 251.318,02	\$ 307.591,52	\$ 318.318,25	\$ 329.493,87	\$ 341.079,47	\$ 352.948,77	\$ 365.249,05	\$ 377.905,90	\$ 391.299,58	\$ 404.615,39
COMPRA DICIEMBRE	\$ 20.943,17	\$ 25.632,63	\$ 26.526,52	\$ 27.457,82	\$ 28.423,29	\$ 29.412,40	\$ 30.437,42	\$ 31.492,16	\$ 32.608,30	\$ 33.717,95

SEGREGACION DE COMPRAS DE MERCADERIA

CUENTAS POR PAGAR - PROVEEDORES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Compras a credito del año periodo	\$ 7.330,11	\$ 8.971,42	\$ 9.284,28	\$ 9.610,24	\$ 9.948,15	\$ 10.294,34	\$ 10.653,10	\$ 11.022,26	\$ 11.412,90	\$ 11.801,28
TOTAL CUENTAS POR PAGAR	\$ 7.330,11	\$ 8.971,42	\$ 9.284,28	\$ 9.610,24	\$ 9.948,15	\$ 10.294,34	\$ 10.653,10	\$ 11.022,26	\$ 11.412,90	\$ 11.801,28

CANCELACION A PROVEEDORES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Compras al contado	\$ 243.987,92	\$ 298.620,10	\$ 309.033,96	\$ 319.883,63	\$ 331.131,32	\$ 342.654,43	\$ 354.595,95	\$ 366.883,65	\$ 379.886,67	\$ 392.814,11
Deudas anteriores vencida	\$ 26.180,81	\$ 7.330,11	\$ 8.971,42	\$ 9.284,28	\$ 9.610,24	\$ 9.948,15	\$ 10.294,34	\$ 10.653,10	\$ 11.022,26	\$ 11.412,90
TOTAL CUENTAS POR PAGAR	\$ 270.168,73	\$ 305.950,21	\$ 318.005,38	\$ 329.167,92	\$ 340.741,56	\$ 352.602,58	\$ 364.890,29	\$ 377.536,74	\$ 390.908,93	\$ 404.227,01

Tabla 34 Presupuesto de Compras
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El presupuesto de compras nos permite garantizar el abastecimiento oportuno de materiales de construcción, teniendo en cuenta el tiempo de entrega, por lo que los proveedores entregan la mercadería con una política de cancelación o crédito del 35% a 30 días plazo.

Permite tener una mayor gestión en inventarios y programación de pedidos, por lo que la ferretería FERRECONSTRUCTOR S.A. realizara compras de productos ferreteros valoradas en \$251.318,02 en el año 1, \$307.591,52 en el año 2, \$318.318,25 en el año 3 así paulatinamente hasta llegar al año 10.

Aprovechar la demanda del mercado en los tipos de cemento como Holcim Rocafuerte, y aumente las líneas de ferreterías restantes, a través de incentivos de publicidad, descuentos y combinaciones.

3.10.8 Presupuesto de Inventario - Costo de Venta

En la tabla 35, se analiza de manera monetaria el costo de venta y el inventario final que queda en los registros de los artículos vendidos, expresados en dólares americanos, con la intervención de los inventarios de inicio y final de cada periodo se logra determinar el costo del articulo vendido, para el primer año un costo total de \$297.311,80 e inventario final de \$12.185,80 , mientras que para el segundo año un costo total de \$307.077,21 e inventario final de \$12.700,11, paulatinamente de esta manera hasta llegar al año 10 con un costo total del periodo por \$ 403.984,95 e inventario final \$16.438,20.

Presupuesto de Inventario - Costo de Venta

Año 1 a Año 10

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
CONSOLIDACION	\$ 297.311,80	\$ 307.077,21	\$ 318.001,74	\$ 329.152,89	\$ 340.638,11	\$ 352.551,92	\$ 364.820,22	\$ 377.491,49	\$ 390.530,86	\$ 403.984,95
INV. FINAL DE MERCADERIAS	\$ 12.185,80	\$ 12.700,11	\$ 13.016,62	\$ 13.357,60	\$ 13.798,95	\$ 14.195,80	\$ 14.624,63	\$ 15.039,04	\$ 15.807,76	\$ 16.438,20

Tabla 35 Presupuesto de Inventario- Costo de venta
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

3.10.9 Presupuesto de Gastos Operativos

Presupuesto Gastos Operativos

Año 1 a Año 10

RESUMEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
G.OP A PAGAR	\$ 40.241,61	\$ 41.027,15	\$ 41.828,36	\$ 42.645,30	\$ 43.478,24	\$ 44.327,57	\$ 45.193,53	\$ 46.076,52	\$ 46.976,80	\$ 47.894,76
G.OP CONTABLES (REALES)	\$ 52.718,17	\$ 53.503,71	\$ 54.726,07	\$ 55.588,20	\$ 56.421,15	\$ 58.634,58	\$ 59.548,42	\$ 71.864,85	\$ 73.373,40	\$ 74.342,08
PROMEDIO GASTOS OP. A PAGAR	\$ 3.353,47	\$ 3.418,93	\$ 3.485,70	\$ 3.553,77	\$ 3.623,19	\$ 3.693,96	\$ 3.766,13	\$ 3.839,71	\$ 3.914,73	\$ 3.991,23

Tabla 36 Gastos Operativos
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

En estos días, todas las empresas tienen que asumir los gastos operativos para hacer buenos negocios, por lo que es inevitable, pero ahora buscan más eficiencia, lo que para las empresas significa que tienen que producir cada vez mejor con menos producto.

Algunos de estos consumos son constantes y difíciles de reducir, y otros no pueden eliminarse pero sí controlarse, uno de los cuales son los costos de operación.

En la tabla 36, los gastos operativos se detallan en valores monetario de cada periodo, por lo que en el primer año posee un gasto contable de \$52.718,17, al año 2 de \$53.503,71, año 3 de \$54.726,07, año 4 de \$55.588,20, año 5 de \$56.421,15 hasta llegar al año 10 con gasto contable de \$74.342,08.

Ferroconstructor S.A. cuenta con el personal administrativo encargado de tomar las mejores decisiones para la empresa y personal del área de ventas encargada de efectuar las ventas, despacho y manejo del vehículo, su labor diaria según el código del trabajo estipula que deben recibir una remuneración básica de acuerdo a la ley y percibir sus beneficios sociales, detallados a continuación:

Sueldo Administrativos

Cant	Cargo	Sueldo Mes	Beneficios	Total
1	Admin-Caja	\$ 500,00	\$ 200,33	\$ 700,33

Sueldo Ventas

Cant	Cargo	Sueldo Mes	Beneficios	Total
1	Vendedor	\$ 425,00	\$ 175,60	\$ 600,60
1	Despachador	\$ 425,00	\$ 175,60	\$ 600,60
1	Chofer	\$ 425,00	\$ 175,60	\$ 600,60

3.10.10 Presupuesto de Caja

Los flujos de efectivo representan el cambio de efectivo de las actividades operativas y no operativas de un proyecto, con un período proyectado de 10 años, incluida la inversión inicial, los ingresos y los costos necesarios para operar el negocio. Se espera que genere un flujo de caja positivo en el primer año y un crecimiento significativo en el segundo, ya que la empresa se encuentra inicialmente en el desarrollo del mercado. El saldo final de caja en el año 1 es \$ 8.000,00, ya que es el saldo mínimo final en caja.



Presupuesto Caja Año 1 a Año 10

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Saldo Inicial	\$ 10.404,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Recadaciones	\$ 383.829,32	\$ 409.375,69	\$ 423.688,98	\$ 438.466,45	\$ 453.688,57	\$ 469.476,03	\$ 485.732,98	\$ 502.523,80	\$ 519.803,86	\$ 537.631,15
FLUJO NETO DE ENTRADAS DE EFECTIVO	\$ 394.233,32	\$ 417.375,69	\$ 431.688,98	\$ 446.466,45	\$ 461.688,57	\$ 477.476,03	\$ 493.732,98	\$ 510.523,80	\$ 527.803,86	\$ 545.631,15
Cancelación proveedores	\$ 270.168,73	\$ 305.950,21	\$ 318.005,38	\$ 329.167,92	\$ 340.741,56	\$ 352.602,58	\$ 364.890,29	\$ 377.536,74	\$ 390.908,93	\$ 404.227,01
G Opt A Pagar	\$ 40.241,61	\$ 41.027,15	\$ 41.828,36	\$ 42.645,30	\$ 43.478,24	\$ 44.327,57	\$ 45.193,53	\$ 46.076,52	\$ 46.976,80	\$ 47.894,76
FLUJO NETO SALIENTE DE EFECTIVO	\$ 310.410,34	\$ 346.977,35	\$ 359.833,75	\$ 371.813,22	\$ 384.219,80	\$ 396.930,15	\$ 410.083,82	\$ 423.613,26	\$ 437.885,73	\$ 452.121,77
Saldo Operativo	\$ 83.822,99	\$ 70.398,34	\$ 71.855,23	\$ 74.653,24	\$ 77.468,77	\$ 80.545,88	\$ 83.649,17	\$ 86.910,55	\$ 89.918,13	\$ 93.509,38
Inversiones										
Equipo de Computo	\$ -	\$ 1.033,98	\$ 2.420,58	\$ -	\$ 2.873,19	\$ 2.564,21	\$ -	\$ 4.116,53	\$ 2.716,36	\$ -
Vehiculos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 59.445,22	\$ -	\$ 57.167,21	\$ -	\$ -	\$ 65.439,51
Muebles y Enseres	\$ -	\$ 764,83	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.938,15	\$ -	\$ 6.991,12
Total inversión	\$ -	\$ 1.798,81	\$ 2.420,58	\$ -	\$ 62.318,40	\$ 2.564,21	\$ 57.167,21	\$ 6.054,69	\$ 2.716,36	\$ 72.430,63
SALDO NETO DE EFECIVO	\$ 83.822,99	\$ 68.599,52	\$ 69.434,65	\$ 74.653,24	\$ 15.150,37	\$ 77.981,67	\$ 26.481,96	\$ 80.855,86	\$ 87.201,77	\$ 21.078,74
Intereses x pagar	\$ 2.620,72	\$ 2.524,48	\$ 2.119,01	\$ 1.646,03	\$ 1.094,31	\$ 450,72	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital por pagar	\$ 1.925,69	\$ 2.435,24	\$ 2.840,71	\$ 3.313,68	\$ 3.865,41	\$ 4.509,00	\$ 408,04	\$ -	\$ -	\$ -
participacion trabajadores	\$ -	\$ 4.373,07	\$ 4.883,35	\$ 5.202,18	\$ 5.576,93	\$ 5.982,31	\$ 6.086,32	\$ 6.486,19	\$ 5.571,85	\$ 5.901,24
impuesto a la renta	\$ -	\$ 8.658,68	\$ 9.669,04	\$ 10.300,32	\$ 11.042,33	\$ 11.844,97	\$ 12.050,90	\$ 12.842,66	\$ 11.032,27	\$ 11.684,45
reserva legal	\$ -	\$ 3.069,90	\$ 3.428,11	\$ 3.651,93	\$ 3.915,01	\$ 4.199,58	\$ 4.272,59	\$ 4.553,31	\$ 3.911,44	\$ 4.142,67
dividendos declarados	\$ -	\$ 22.103,25	\$ 24.682,42	\$ 26.293,91	\$ 28.188,06	\$ 30.236,99	\$ 30.762,67	\$ 32.783,81	\$ 28.162,37	\$ 29.827,21
Nuevo préstamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
intereses por cobrar	\$ -	\$ 2.138,30	\$ 2.725,49	\$ 3.221,62	\$ 3.805,62	\$ 2.523,84	\$ 2.982,30	\$ 2.018,81	\$ 2.565,07	\$ 3.557,74
Capital cobrado	\$ -	\$ 71.276,58	\$ 90.849,79	\$ 107.387,29	\$ 126.854,08	\$ 84.128,02	\$ 99.409,96	\$ 67.293,68	\$ 85.502,39	\$ 118.591,30
Nueva Inversión	\$ 71.276,58	\$ 90.849,79	\$ 107.387,29	\$ 126.854,08	\$ 84.128,02	\$ 99.409,96	\$ 67.293,68	\$ 85.502,39	\$ 118.591,30	\$ 83.672,22
Saldo final de caja	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00

Saldo mínimo de efectivo	\$ 8.000,00
Tasa Activa (Interes x pagar)	15,00%
Tasa Pasiva (Interés por cobrar)	3,00%

Tabla 37 Presupuesto de Caja
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

El presupuesto de caja indica cual es el comportamiento de la vida útil de la empresa en el transcurso de los años, por lo tanto podemos observar que el saldo neto de efectivo crece y decrece, esto se debe a deudas o adquisiciones nuevas, entre otras, la ferretería tiene como política que al final del año siempre exista un saldo mínimo para el inicio del siguiente año de \$8000, y que el dinero sobrante sea invertido para el beneficio de los socios.

Con respecto a las inversiones se visualiza que cada año va incrementando su valor, con respecto a esto podemos llegar a la conclusión que la empresa tiene dinero disponible para poder aumentar su capacidad de ventas y otros establecimientos, permitiendo dinamizar la economía del sector. La tasa de interés a pagar está fijada por el Banco Central siendo esta del 15% y tasa de inversión del 3%.

3.10.11 Presupuesto Pérdidas y Ganancias

El estado de resultados define la utilidad neta por ingresos, costos, gastos, por lo que la utilidad neta del primer año es de \$27.629,06 y aumenta de año en año. El presupuesto de pérdidas y ganancias detalla de manera cronológica las cuentas que intervienen para el cálculo del resultado del ejercicio durante un periodo establecido. A continuación la Ferretería FerroConstructor detalla el estado P y G, aproximándose para los 10 años de operación.

El análisis para el primer año da una ganancia bruta en ventas de \$99.069,60 restando los gastos operativos se obtiene la utilidad operativa de \$46.351,42 menos otros gastos o más otros ingresos da como resultado utilidad no distributiva de \$43.730,71 menos impuestos y reparto a trabajadores obtenemos utilidad neta del ejercicio de \$27.629,06 y menos reparto de socios obtenemos la utilidad retenida de \$5.525,81.


		Presupuesto Perdidas y Ganancias									
		Año 1 a Año 10									
<u>CONSILACION</u>											
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
Ventas Totales	\$ 396.381,40	\$409.800,63	\$424.143,16	\$438.934,86	\$ 454.171,05	\$ 469.976,54	\$ 486.248,25	\$ 503.056,05	\$ 520.351,55	\$ 538.196,23	
Costo de Ventas	\$ 297.311,80	\$307.077,21	\$318.001,74	\$329.152,89	\$ 340.638,11	\$ 352.551,92	\$ 364.820,22	\$ 377.491,49	\$ 390.530,86	\$ 403.984,95	
GANANCIA BRUTA EN VENTA	\$ 99.069,60	\$102.723,42	\$106.141,42	\$109.781,97	\$ 113.532,94	\$ 117.424,62	\$ 121.428,03	\$ 125.564,56	\$ 129.820,69	\$ 134.211,28	
Gastos Operativos	\$ 52.718,17	\$ 53.503,71	\$ 54.726,07	\$ 55.588,20	\$ 56.421,15	\$ 58.634,58	\$ 59.548,42	\$ 71.864,85	\$ 73.373,40	\$ 74.342,08	
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 46.351,42	\$ 49.219,71	\$ 51.415,35	\$ 54.193,76	\$ 57.111,79	\$ 58.790,03	\$ 61.879,61	\$ 53.699,71	\$ 56.447,29	\$ 59.869,20	
menos: Otros Gastos	\$ 2.620,72	\$ 2.524,48	\$ 2.119,01	\$ 1.646,03	\$ 1.094,31	\$ 450,72	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
mas: Otros Ingresos	\$ -	\$ 2.138,30	\$ 2.725,49	\$ 3.221,62	\$ 3.805,62	\$ 2.523,84	\$ 2.982,30	\$ 2.018,81	\$ 2.565,07	\$ 3.557,74	
UTILIDAD NO DISTRIBUIDA	\$ 43.730,71	\$ 48.833,53	\$ 52.021,83	\$ 55.769,35	\$ 59.823,10	\$ 60.863,15	\$ 64.861,91	\$ 55.718,52	\$ 59.012,36	\$ 63.426,94	
15% TRABAJODRES	\$ 4.373,07	\$ 4.883,35	\$ 5.202,18	\$ 5.576,93	\$ 5.982,31	\$ 6.086,32	\$ 6.486,19	\$ 5.571,85	\$ 5.901,24	\$ 6.342,69	
22% IMPUESTO RENTA	\$ 8.658,68	\$ 9.669,04	\$ 10.300,32	\$ 11.042,33	\$ 11.844,97	\$ 12.050,90	\$ 12.842,66	\$ 11.032,27	\$ 11.684,45	\$ 12.558,53	
10% RESERVA LEGAL	\$ 3.069,90	\$ 3.428,11	\$ 3.651,93	\$ 3.915,01	\$ 4.199,58	\$ 4.272,59	\$ 4.553,31	\$ 3.911,44	\$ 4.142,67	\$ 4.452,57	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 27.629,06	\$ 30.853,02	\$ 32.867,39	\$ 35.235,07	\$ 37.796,24	\$ 38.453,34	\$ 40.979,76	\$ 35.202,96	\$ 37.284,01	\$ 40.073,14	
80% DIVIDENDOS DECLARADOS	\$ 22.103,25	\$ 24.682,42	\$ 26.293,91	\$ 28.188,06	\$ 30.236,99	\$ 30.762,67	\$ 32.783,81	\$ 28.162,37	\$ 29.827,21	\$ 32.058,51	
UTILIDAD RETENIDA	\$ 5.525,81	\$ 6.170,60	\$ 6.573,48	\$ 7.047,01	\$ 7.559,25	\$ 7.690,67	\$ 8.195,95	\$ 7.040,59	\$ 7.456,80	\$ 8.014,63	

Tabla 38 Presupuesto Perdidas Y Ganancias
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

3.10.12 Balance General

El balance general proyectado durante la vida del proyecto de 10 años muestra el momento final de cada periodo de evaluación, en el cual se detalla un activo total de \$ 155.281,89, un pasivo total de \$ 59.837,19 y un patrimonio total de \$95.444,71. También se observa que el capital de trabajo es positivo, recursos con lo que la empresa dispone para una vez cancelado todas las obligaciones a corto plazo.

El capital de trabajo es bueno en el año 1 con un valor de \$ 59.114,11 dólares, pero para el año 5 disminuye a un valor de \$ 57.787,63, y en el año siguiente aumenta considerablemente en \$ 76.886,08 dólares; se aprecia entonces que la empresa tiene un buen capital de trabajo debido al alto rubro de inventarios.

Ferreconstructor dispone de un balance general proyectado positivo, el cual servirá para demostrar a las instituciones financieras la rentabilidad y rendimiento de la empresa con el fin de solicitar un crédito a solicitar.



BALANCE GENERAL
Año 1 a Año 10

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVOS										
Disponibles										
Caja	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Inversiones Temporales										
Nueva Inversión	\$ 71.276,58	\$ 90.849,79	\$ 107.387,29	\$ 126.854,08	\$ 84.128,02	\$ 99.409,96	\$ 67.293,68	\$ 85.502,39	\$ 118.591,30	\$ 83.672,22
Exigible										
Cuentas por Cobrar	\$ 12.552,08	\$ 12.977,02	\$ 13.431,20	\$ 13.899,60	\$ 14.382,08	\$ 14.882,59	\$ 15.397,86	\$ 15.930,11	\$ 16.477,80	\$ 17.042,88
Realizable										
Inventarios final de Prod. Terminados	\$ 12.185,80	\$ 12.700,11	\$ 13.016,62	\$ 13.357,60	\$ 13.798,95	\$ 14.195,80	\$ 14.624,63	\$ 15.039,04	\$ 15.807,76	\$ 16.438,20
Otro Act Corrientes										
Herramientas y Suministros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVOS NO CORRIENTES										
Fijo Depreciable										
Equipo de Computo	\$ 2.285,00	\$ 3.318,98	\$ 5.739,56	\$ 5.739,56	\$ 8.612,75	\$ 11.176,96	\$ 11.176,96	\$ 15.293,50	\$ 18.009,86	\$ 18.009,86
Vehiculos	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 113.445,22	\$ 113.445,22	\$ 170.612,43	\$ 170.612,43	\$ 170.612,43	\$ 236.051,94
Muebles y Enseres	\$ 5.769,00	\$ 6.533,83	\$ 6.533,83	\$ 6.533,83	\$ 6.533,83	\$ 6.533,83	\$ 6.533,83	\$ 8.471,99	\$ 8.471,99	\$ 15.463,11
Depreciaciones Acumuladas	\$ -12.138,57	\$ -24.277,13	\$ -36.836,84	\$ -49.441,75	\$ -62.046,65	\$ -76.353,67	\$ -90.708,56	\$ -116.496,90	\$ -142.893,50	\$ -169.340,81
Fijo No Depreciable										
Terreno	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortizables										
Gastos de Constitucion	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00	\$ 1.145,00
Gastos de Instalacion	\$ 545,00	\$ 545,00	\$ 545,00	\$ 545,00	\$ 545,00	\$ 545,00	\$ 545,00	\$ 545,00	\$ 545,00	\$ 545,00
Amortizacion Acumulada	\$ -338,00	\$ -676,00	\$ -1.014,00	\$ -1.352,00	\$ -1.690,00	\$ -1.690,00	\$ -1.690,00	\$ -1.690,00	\$ -1.690,00	\$ -1.690,00
TOTAL ACTIVO	\$ 155.281,89	\$ 165.116,60	\$ 171.947,66	\$ 179.280,93	\$ 186.854,20	\$ 191.290,69	\$ 202.930,84	\$ 202.352,56	\$ 213.077,63	\$ 225.337,39
PASIVOS										
PASIVOS CORRIENTES										
Proveedores MP	\$ 7.330,11	\$ 8.971,42	\$ 9.284,28	\$ 9.610,24	\$ 9.948,15	\$ 10.294,34	\$ 10.653,10	\$ 11.022,26	\$ 11.412,90	\$ 11.801,28
Prest Banc Cort Plazo	\$ 2.435,24	\$ 2.840,71	\$ 3.313,68	\$ 3.865,41	\$ 4.509,00	\$ 408,04				
Nuevo Prestamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
15% trabajadores x pagar	\$ 4.373,07	\$ 4.883,35	\$ 5.202,18	\$ 5.576,93	\$ 5.982,31	\$ 6.086,32	\$ 6.486,19	\$ 5.571,85	\$ 5.901,24	\$ 6.342,69
25% impuesto Renta x pagar	\$ 8.658,68	\$ 9.669,04	\$ 10.300,32	\$ 11.042,33	\$ 11.844,97	\$ 12.050,90	\$ 12.842,66	\$ 11.032,27	\$ 11.684,45	\$ 12.558,53
80% Dividendos x pagar	\$ 22.103,25	\$ 24.682,42	\$ 26.293,91	\$ 28.188,06	\$ 30.236,99	\$ 30.762,67	\$ 32.783,81	\$ 28.162,37	\$ 29.827,21	\$ 32.058,51
PASIVO NO CORRIENTE										
Prest Banc Largo Plazo	\$ 14.936,84	\$ 12.096,13	\$ 8.782,45	\$ 4.917,04	\$ 408,04					
TOTAL PASIVO	\$ 59.837,19	\$ 63.143,07	\$ 63.176,83	\$ 63.200,01	\$ 62.929,46	\$ 59.602,27	\$ 62.765,75	\$ 55.788,75	\$ 58.825,80	\$ 62.761,02
PATRIMONIO										
Aporte de Capital	\$ 86.849,00	\$ 86.849,00	\$ 86.849,00	\$ 86.849,00	\$ 86.849,00	\$ 86.849,00	\$ 86.849,00	\$ 86.849,00	\$ 86.849,00	\$ 86.849,00
10% reserva Legal	\$ 3.069,90	\$ 3.428,11	\$ 3.651,93	\$ 3.915,01	\$ 4.199,58	\$ 4.272,59	\$ 4.553,31	\$ 3.911,44	\$ 4.142,67	\$ 4.452,57
Utilidad año actual	\$ 5.525,81	\$ 6.170,60	\$ 6.573,48	\$ 7.047,01	\$ 7.559,25	\$ 7.690,67	\$ 8.195,95	\$ 7.040,59	\$ 7.456,80	\$ 8.014,63
Utilidad retenida años anteriores	\$ -	\$ 5.525,81	\$ 11.696,42	\$ 18.269,90	\$ 25.316,91	\$ 32.876,16	\$ 40.566,83	\$ 48.762,78	\$ 55.803,37	\$ 63.260,17
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 155.281,89	\$ 165.116,60	\$ 171.947,66	\$ 179.280,93	\$ 186.854,20	\$ 191.290,69	\$ 202.930,84	\$ 202.352,56	\$ 213.077,63	\$ 225.337,39

Tabla 39 Balance General
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

3.10.13 Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Liquidez - Razón Corriente	2,32	2,44	2,61	2,78	1,92	2,29	1,68	2,23	2,70	1,99
Actividad - Rotación de Inventario	8,45	24,68	24,73	24,96	25,09	25,19	25,32	25,45	25,32	25,06
Rentabilidad sobre Patrimonio	28,95%	30,26%	30,22%	30,35%	30,50%	29,20%	29,24%	24,02%	24,17%	24,65%
Margen neto de Utilidad	11,03%	11,92%	12,27%	12,71%	13,17%	12,95%	13,34%	11,08%	11,34%	11,79%
Nivel de Endeudamiento	38,53%	38,24%	36,74%	35,25%	33,68%	31,16%	30,93%	27,57%	27,61%	27,85%

Tabla 40 Indicadores Financieros
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Liquidez - Razón Corriente

Determina la capacidad que posee una empresa para pagar sus deudas financieras a corto plazo. En este caso la liquidez corriente en el año 1 es de 2,32 dólares, el año 2 es de \$2,44 dólares y el año 3 es de \$ 2,61 dólares, por lo que se ve que la liquidez aumenta desde el primer año, por lo que Ferroconstructor posee 1,32 ctvs., para pagar un dólar de deuda, año 2 posee \$1,44 por cada dólar adeudado y año 10 posee \$0,99 por cada dólar de deuda para cumplir con sus obligaciones.

Actividad - Rotación de Inventario

La rotación de inventarios en la ferretería Ferroconstructor quiere decir que durante el año 1 el ratio de rotación de inventarios fue de 8,45 veces o que la mercancía se roto cada mes y medio aproximadamente. Se puede establecer que en los primeros años este índice es bajo debido a que recién se está ganando la aceptación por parte del mercado, pero se puede observar que en el año 5 aumento a 25,09 veces y año 10 a 25,06 concluyendo que este índice es altamente positivo.

Rentabilidad sobre Patrimonio

ROE es un indicador con el que se determina la utilidad generada a partir del capital aportado por los socios en la ferretería. Este índice tiene utilidad para los accionistas de acuerdo que se enfoca en la inversión realizada, por lo que los socios a mayor sea la inversión mejor será su utilidad.

Significa que la ferretería en el año 1 tiene una capacidad del 28,95% para generar utilidades con uso de fondos propios, año 2 del 30,26% y finalmente el año 10 del 24,65%

Margen neto de Utilidad

Respecto al margen de utilidad neta represento un índice del 11,03% para el año 1, para el año 2 un 11,92%, en el año 3 un 12,27%, en el año 4 un 12,71% y para el año 10 un 11,79% de beneficio de utilidad en función a las ventas proyectadas.

Por lo tanto esto significa que por cada US\$ 100 que ingresan a caja de Ferroconstructor, quedan disponibles US\$ 11,03 después de cancelar los costes necesarios para la venta, como los gastos variables y fijos.

Nivel de Endeudamiento

Incluso con sus propios recursos, las empresas pueden estar muy endeudadas. En consecuencia, la capacidad de la empresa para lograr nuevos compromisos se verá comprometida.

Al mismo tiempos la deuda capital social para el año 1= 38,53%, año 5 = 33,68% y finalmente año 10 = 27,85%. Se concluye que el capital social está endeudado en un 38,53% por lo que la área administrativa debe tomar mejores alternativas para disminuir la tasa de endeudamiento.

3.10.14 VAN Y TIR

Flujo neto de efectivo						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión inicial	\$ -132.327,58	\$83.822,99	\$68.599,52	\$69.434,65	\$74.653,24	\$15.150,37
		AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
		\$77.981,67	\$26.481,96	\$80.855,86	\$87.201,77	\$21.078,74

Tabla 41 Flujo neto de efectivo
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Costo de Capital	23,56%
TIR	52,48%
Valor presente	\$245.231,54
VALOR ACTUAL NETO – VAN	\$112.903,96

Tabla 42 Resultados TIR Y VAN
Elaborado: Jonathan Tenempaguay

Análisis e interpretación

El presente plan de negocios concluye con el análisis de viabilidad económica y demuestra que los resultados son positivos para una proyección de flujo de caja de diez años, FerroConstructor S.A. da como efecto un Valor Actual Neto (VAN) de \$112.903,96, valor positivo que determina que la implementación de una ferretería nueva es viable.

Como se muestra en la Tabla 41: La Tasa Interna de Retorno. En conclusión, la Ferretería FerroConstructor S.A demuestra que el proyecto presentado posee una tasa interna de retorno positiva del 52,48% lo que confirma que si existe rentabilidad en el plan de negocios propuesto, ya que cumple con los parámetros propuestos y sobrepasa el estándar del 30% para que sea viable.

CAPÍTULO 4

4.1 Conclusiones y Recomendaciones

4.1.1 Conclusiones

Mediante la aplicación y tabulación de la encuestas se comprobó que los habitantes del cantón La Troncal adquieren con frecuencia productos ferreteros, demostrando un alto índice de consumo del 38% diario, además el 47% de encuestados mencionaron que las ferreterías de la localidad no disponen de todos los productos que requieren, siendo este una ventaja competitiva para la nueva ferretería, por lo que el 90% están de acuerdo que se implemente una empresa comercializadora y distribuidora de productos ferreteros en la ciudad, aumentando las opciones de compra, pero siempre manteniendo las características esenciales como el precio, variedad de productos, calidad, atención al cliente y servicio de entrega. Además, la línea de productos ferreteros que tiene mayor demanda es el área de construcción con el 49%, ya que la demanda de estos productos estará siempre en aumento por el crecimiento de la economía, el 23% productos de instalación eléctrica.

Se aplicó el modelo CANVAS para la creación de la Ferretería FERROCONSTRUCTOR S.A. con la finalidad de encontrar el mejor método de gestión correcto, analizando los elementos que lo conforman como segmento de clientes, propuesta de valor, canales, relación con los clientes potenciales, ingresos, actividades claves y recursos. Además se aplicó la matriz FODA con el propósito de efectuar un análisis interno y externo determinando así sus Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, esta herramienta permitió la elaboración de la misión, objetivos, planes y las estrategias de la empresa. (Tabla 22) y por último el organigrama estructural de la empresa, como está conformada el área administrativa y de ventas con sus diferentes funciones, y las relaciones de dependencia entre ellas, de modo que la organización de la empresa puede ser vista como un todo. (Ilustración 23)

En síntesis, el estudio técnico permitió determinar la ubicación de la empresa a nivel macro que sería la provincia del Cañar y de acuerdo con el análisis de micro ubicación el cantón La Troncal, cabe recalcar que el estacionamiento es un factor relevante para la

ferretería. El plan de negocio a ejecutar sobre la Ferretería FerroConstructor S.A, se encontrará ubicada en la vía principal Av. 25 de agosto, Ecuador-Cañar, afueras de los pobladores de la Troncal, con el fin de tener un buen posicionamiento en el área, logrando obtener mejores beneficios para la organización. Como se visualiza en la gráfica presentada el local esta estratégicamente situado con acceso directo a una de las vías principales de la ciudad lo que permite trasportar los insumos de entrega a cualquier parte de la ciudad sin inconveniente ni demoras. Se efectuó diferentes diagramas de flujos con el propósito de conocer todos los procesos, esto permitirá reducciones de tiempo.

En el flujo grama del proceso de compra en la figura 25, se puede observar cuales son los procesos detallados en el abastecimiento de productos ferreteros en el local. Con respecto al proceso de recepción de materiales la figura 26, el empleado deberá encargarse de recibir los materiales de acuerdo al pedido. En la representación 27, el ingreso de factura de la compra recibida, se registra en el sistema. La figura 28, diagrama de ventas negociación del producto, y por último la figura 29, entrega de materiales más conocido como el despacho de la mercadería.

Para iniciar las actividades de operación de la ferretería requiere un total de activos de \$ 155.281,89 dólares y un capital de trabajo de \$ 59.114,11 dólares, una inversión en activos fijos de \$ 63.744,00. Además, se solicita un préstamo con la cooperativa JEP por un valor de \$19.297,77 para 6 años. Vale recalcar que el costo de capital de la ferretería es del 23,56%.

Se efectuó proyecciones de ventas, compras, costos de venta, gastos operativos, etc., a diez años para el funcionamiento. Se espera obtener \$27.629,06 de utilidad para el primer año, monto que va en aumento por el crecimiento de la empresa y la demanda de clientes potenciales.

Según el estudio de la proyección de ventas tendrá las siguientes ingresos; en el año 1 entradas de \$396.381,40. En la tabla 35, se analiza el costo de venta para el primer año un costo total de \$297.311,80. El análisis para el primer año da una ganancia bruta en ventas de \$99.069,60.

El presente plan de negocios concluye con el análisis de viabilidad económica y demuestra que los resultados son positivos para una proyección de flujo de caja de diez años, FerroConstructor S.A. da como efecto un Valor Actual Neto (VAN) de \$112.903,96, valor positivo que determina que la implementación de una ferretería nueva es viable. En conclusión, la Tasa Interna de Retorno es del 52,48%, la relación beneficio costo demuestra que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 1,32 centavos lo que hace viable y rentable la elaboración del plan de negocios.

4.1.2 Recomendaciones

Se recomienda a los directivos de la ferretería actualizar constantemente los precios oficiales de los materiales de construcción y del mercado. Además, deberán contar con la capacidad financiera para abastecer paulatinamente el inventario.

En el área de ventas siempre innovar con nuevos productos que estén de acorde a las necesidades de los clientes. Actualizar la malla presupuestaria con los valores reales de la actividad comercial con el fin de mejorar las proyecciones a futuro, permitiendo de esta manera minimizar costos y aumentar la rentabilidad de la empresa.

Que este plan de negocios siempre este en reajuste a los nuevos cambios y permita en un futuro mejorar su contenido para una maestría en negocios.

4.1.3. Bibliografía

- Allen, F., Brealey, A., & Myers, S. (2010). *Principios de finanzas corporativas*. Mexico: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S. A.
- Alonso, L. (12 de 09 de 2019). *Marketing4 Ecommerce*. Recuperado el 15 de 01 de 2021, de Marketing4 Ecommerce: <https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/>
- Ayala, A. (2010). *Oferta y demanda, estudio de mercado*. Barcelona-España: Soez.
- Baca Urbina, G. (2001). Evaluación de Proyectos. En G. Baca Urbina, *Evaluación de Proyectos* (pág. 84). México D.F.: McGraw-Hill.
- Cohen, W. (2008). El plan de marketing procedimientos, formularios, estrategias y técnicas. . En W. Cohen, *El plan de marketing procedimientos, formularios, estrategias y técnicas* (pág. 24). España: Deusto Bibao.
- Cuerpo de Bomberos. (14 de Mayo de 2020). *LaTroncal.gob.ec*. Obtenido de LaTroncal.gob.ec: <http://www.latroncal.gob.ec/WEB17/GACETA/2020/2020-04-ORDENANZA-ADSCRIPCION-BCB-LA-TRONCAL.PDF>
- Díaz Flor, N. (2009). *Protectos. Formulación y Criterios de evaluación*. . Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
- Galán, M. (22 de Diciembre de 2010). <http://manuelgalan.blogspot.com/>. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/>: <http://manuelgalan.blogspot.com/2010/12/determinar-la-poblacion-y-la-muestra.html>
- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO. (10 de Diciembre de 2019). *LaTroncal.gob.ec*. Obtenido de LaTroncal.gob.ec: <http://www.latroncal.gob.ec/WEB17/GACETA/2019/04-ORDENANZA-IMPUESTO-DE-PATENTES-2020-EN%20EL-CANTON-LA%20TRONCAL.PDF>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (30 de Marzo de 2016). *IESS*. Obtenido de IESS: <https://www.iess.gob.ec/documents/10162/33703/C.D.+516>
- Lucero, K. (19 de Julio de 2020). *GESTION DIGITAL*. Obtenido de GESTION DIGITAL: <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/la-construccion-un-pilar-de-la-economia-debilitado-por-la-pandemia?fbclid=IwAR1q6Co5UWUJM-jNrf-Syude7ZY1Zla2VSTRXcGq5L9eo04gK4NbwP4LZi0#:~:text=El%20sector%20de%20la%20construcci%C3%B3n,millones%2>

- Malthotra, N. K. (2008). Investigación de Mercado. En N. K. Malthotra, *Un enfoque aplicado* (pág. 7). Mexico: Pearson Educacion.
- Ministerio de Trabajo. (18 de Abril de 2017). *ESTATUTO ORGANICO POR PROCESOS, MINISTERIO DEL TRABAJO*. Obtenido de ESTATUTO ORGANICO POR PROCESOS, MINISTERIO DEL TRABAJO: https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-11/Documento_Estatuto-Org%C3%A1nico-Procesos-Ministerio-del-Trabajo.pdf
- Muñiz, L. (2010). Guía Práctica para mejorar un Plan de Negocio. En L. Muñiz, *Guía Práctica para mejorar un Plan de Negocio*. Barcelona España: Bresca.
- Pedrosa, S. J. (09 de 10 de 2015). *Economipedia*. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Ramirez, D. (1998). “Contabilidad Administrativa”. En D. Ramirez, “*Contabilidad Administrativa*” (pág. p.360). México.: McGraw-Hill. .
- Registrador Mercantil de Guayaquil. (1 de enero de 2015). *Registrador Mercantil de Guayaquil*. Obtenido de Registrador Mercantil de Guayaquil: http://registromercantilguayaquil.gob.ec/resolu_files/RequisitostramitesRMG.pdf
- Salvadori, L. (13 de 08 de 2020). *Windup School*. Recuperado el 19 de 08 de 2021, de Windup School: <https://windupschool.com/que-es-modelo-canvas-para-que-sirve/>
- Sanchez, C. (26 de 02 de 2020). *rsm.globa*. Recuperado el 24 de 02 de 2021, de rsm.globa: <https://www.rsm.global/peru/es/aportes/blog-rsm-peru/el-presupuesto-y-la-dinamica-empresarial>
- Santos, T. (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión*. Madrid: Mc. Graw.
- Sapag, N. C. (2006). *Proyectos de Inversion - Formulacion y Evaluacion - Con 1 CD*. Mexico: Pearson Publications Company.
- Servicio de Rentas Internas. (12 de 2021). *Inscripción del Registro Único de Contribuyentes (RUC)*. Obtenido de Inscripción del Registro Único de Contribuyentes (RUC): <https://gobecforms.gobiernoelectronico.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS. (2020). DIRECCION NACIONAL DE CONSULTAS Y DESARROLLO NORMATIVO. En V. Anchundi, *DIRECCION NACIONAL DE CONSULTAS Y DESARROLLO NORMATIVO* (pág. 28). Quito.
- Ucha, A. P. (16 de 07 de 2015). *Economipedia*. Recuperado el 12 de 01 de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Valera, R. (2008). *Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*. Edición Pearson Prentice Hall. Tercera Edición.
- Vigaray, M. d. (S/D de S/M de 2012). *RUA*. Obtenido de RUA: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20711/1/Tema3_mdo_dem_consum_STUD.pdf

4.1.4. Anexos

RESUMEN

El presente proyecto de tesis tiene como principal objetivo elaborar un plan de negocios para la implementación de una ferretería en el cantón La Troncal provincia del Cañar para el año 2022, debido al incremento de la población y la expansión de los sectores aledaños, hace que las empresas comercializadoras de productos ferreteros no tengan la capacidad para poder cubrir la demanda existente que día a día va en aumento, además la escasa variedad de materiales genera insatisfacción a los clientes, por lo que es de vital importancia determinar la oferta y demanda de los habitantes a través de la población económicamente activa, con una muestra poblacional de 381 personas, el mercado potencial manifestó que el 100% de los encuestados si adquiere productos ferreteros pero el 47% se encuentran insatisfechos por la escasa variedad de materiales, por lo tanto si consumirían en una nueva ferretería que ofrezca una amplia gama de productos, también se estableció el estudio técnico indicando la localización micro y macro de la empresa, el flujo de proceso para una mejor productividad comercial, y por último el estudio económico financiero refleja la inversión total de \$132.327,58 dólares para la creación de FERROCONSTRUCTOR S.A. demostrando a través de los indicadores de rentabilidad el valor actual neto \$112.903,96 dólares, la tasa interna de retorno 52,48% y la relación beneficio costo \$1,32 lo que hace viable la elaboración del proyecto para 10 años.

Palabras clave: Empresa, Productividad, Indicadores, Rentabilidad, Tasa.





CENTRO DE IDIOMAS

RESUMEN

El presente proyecto de tesis tiene como principal objetivo elaborar un plan de negocios para la implementación de una ferretería en el cantón La Troncal provincia del Cañar para el año 2022, debido al incremento de la población y la expansión de los sectores aledaños, hace que las empresas comercializadoras de productos ferreteros no tengan la capacidad para poder cubrir la demanda existente que día a día va en aumento, además la escasa variedad de materiales genera insatisfacción a los clientes, por lo que es de vital importancia determinar la oferta y demanda de los habitantes a través de la población económicamente activa, con una muestra poblacional de 381 personas, el mercado potencial manifestó que el 100% de los encuestados si adquiere productos ferreteros pero el 47% se encuentran insatisfechos por la escasa variedad de materiales, por lo tanto si consumirían en una nueva ferretería que ofrezca una amplia gama de productos, también se estableció el estudio técnico indicando la localización micro y macro de la empresa, el flujo de proceso para una mejor productividad comercial, y por último el estudio económico financiero refleja la inversión total de \$132.327,58 dólares para la creación de FERROCONSTRUCTOR S.A. demostrando a través de los indicadores de rentabilidad el valor actual neto \$112.903,96 dólares, la tasa interna de retorno 52,48% y la relación beneficio costo \$1,32 lo que hace viable la elaboración del proyecto para 10 años.

Palabras clave: Empresa, Productividad, Indicadores, Rentabilidad, Tasa.



CENTRO DE IDIOMAS

ABSTRACT

This research aims to develop a business plan for the implementation of a hardware store in the canton of La Troncal, Cañar province for the year 2022; due to the increase in population and the expansion of the surrounding sectors, makes the companies that sell hardware products can not cover the existing demand that is increasing day by day. In addition, the limited variety of materials generates customer dissatisfaction, so it is vitally important to determine the supply and demand of the inhabitants through the economically active population. Then, with a demographic sample of 381 people, the potential market stated that 100% of those surveyed do purchase hardware products, but 47% are dissatisfied due to the limited variety of materials; therefore, they would consume in a new hardware store that offers a wide range of products. Also, a technical study was established, indicating the micro and macro location of the company, the process flow for better commercial productivity, and finally; the economic-financial study reflects the total investment of \$132,327.58 for the creation of FERROCONSTRUCTOR S.A. demonstrating through profitability indicators the net present value of \$112,903.96. The internal rate of return of 52.48% and the cost-benefit ratio of \$1.32 make the project's development viable for 10 years.

Keywords: company, productivity, indicators, profitability, rate

La Troncal, 6 de abril 2022

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO



Lic. Nancy Orellana P., MSc.

COORDINADORA CENTRO DE IDIOMAS LA TRONCAL



Trabajo de grado

por Jonathan Tenempaguay

Fecha de entrega: 11-mar-2022 03:38p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1782194662

Nombre del archivo: TESIS_FERRETERIA_Jonnathan.docx (15.85M)

Total de palabras: 17935

Total de caracteres: 97862

TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

**" PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FERRETERÍA EN EL
CANTÓN LA TRONCAL "**

AUTOR:

JONATHAN JAVIER TENEMPAGUAY POGYO

Trabajo de grado

INFORME DE ORIGINALIDAD

8 %	8 %	2 %	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	qdoc.tips Fuente de Internet	1 %
2	repositorio.uide.edu.ec Fuente de Internet	1 %
3	www.scribd.com Fuente de Internet	1 %
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	1 %
5	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
6	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
7	idoc.pub Fuente de Internet	<1 %
8	repositorio.ute.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
9	repositorio.uisrael.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

10	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
11	www.viaweb.cl Fuente de Internet	<1 %
12	www.revistagestion.ec Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
14	ciencia.lasalle.edu.co Fuente de Internet	<1 %
15	dspace.cordillera.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
16	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
17	jesusproyecta.wixsite.com Fuente de Internet	<1 %
18	archive.org Fuente de Internet	<1 %
19	dspace.unl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
20	www.banconordeste.gov.br Fuente de Internet	<1 %
21	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %

22	documents.mx Fuente de Internet	<1 %
23	m.monografias.com Fuente de Internet	<1 %
24	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	livrosdeamor.com.br Fuente de Internet	<1 %
26	1library.co Fuente de Internet	<1 %
27	aymk1421.wixsite.com Fuente de Internet	<1 %
28	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.uti.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
31	www.rankia.cl Fuente de Internet	<1 %
32	nanopdf.com Fuente de Internet	<1 %
33	recursoshumanoupn.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %

34	www.gestiopolis.com Fuente de Internet	<1 %
35	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
36	edoc.pub Fuente de Internet	<1 %
37	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
38	repositorio.uptc.edu.co Fuente de Internet	<1 %
39	repositorioinstitucional.buap.mx Fuente de Internet	<1 %
40	baixardoc.com Fuente de Internet	<1 %
41	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas: Activo

Excluir bibliografía: Activo

Excluir coincidencias: < 15 words



Universidad
Católica
de Cuenca

ING. CARLOS
ORELLANA
ORELLANA
Apruebo este
documento
Responsable de
Unidad de Titulación -
Carrera de
Administración de
Empresas

Jonathan Javier Tenempaguay Pogyo, portador de la cédula de ciudadanía N° **0302962410**. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA FERRETERÍA EN EL CANTÓN LA TRONCAL”** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

La Troncal, 10 de marzo de 2022



Jonathan Javier Tenempaguay Pogyo
Universidad Católica de Cuenca Sede San Pablo de La Troncal
C.C. 030296241-0
Telf: (07) 2 422 350
[Mail:jjtenempaguayp10@est.ucacue.edu.ec](mailto:jjtenempaguayp10@est.ucacue.edu.ec)