



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de Licenciado de Empresas

TEMA: “Desarrollo de una nueva línea de negocio de interiores y acabados en el cantón Ambato, parroquia Quisapincha”

AUTOR: Miguel Angel Pasochoa Muntza

TUTOR: Ing. Ivan Fernando Silva Ordoñez, MBA.

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Ivan Fernando Silva Ordoñez, MBA.

Certifica:

En mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular “**Desarrollo de una nueva línea de negocio de interiores y acabados en el cantón Ambato, parroquia Quisapincha**” presentado por el señor **Miguel Angel Pasochoa Muntza**, para optar por el título de Licenciado de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 30 de agosto de 2023

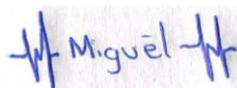
A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'I' followed by several vertical strokes, likely representing the name 'Ivan Fernando Silva Ordoñez'.

Ing. Iván Fernando Silva Ordoñez, MBA.

C.I.1802490548

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Miguel Angel Pasochoa Muntza**, declaro que los contenidos y resultados en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Miguel Angel Pasochoa Muntza

C.I. 1805212667

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadoros, aprueban el presente trabajo de unidad de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Dr. Walter Ramiro Jiménez Silva, MBA.

C.I. 0501797351



Ing. Juan Enrique Ramos Guevara, Mg.

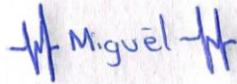
C.I. 1803084209

Ambato, 30 de agosto de 2023

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de unidad de titulación como parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación, según las normas de institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública, además, apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mi derecho de autor.



Miguel Angel Pasochoa Muntza

C.I. 1805212667

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis queridos padres, Maria Muntza y Toribio Pasochoa, gracias por su amor incondicional que me han dado fuerza y ánimo para seguir adelante en mis estudios, gracias por encolcarme de valores que han brindado oportunidades en la vida.

A mis hermanos y hermanas, Walter Sebastián, Jhon Sahiro, Digna Alexandra, Liliana Soraya, Sandy Lorena y Emily Brigitte, ustedes como cómplices y amigos en esta aventura llamada vida, gracias por demostrar su apoyo incondicional, y lealtad hacia a mi persona.

Esta dedicatoria es un pequeño reconocimiento para todos ustedes, en cualquier parte de mundo que estén los llevare en mi corazón.

Con todo mi amor y gratitud,

MIGUEL ANGEL PASOCHOA MUNTZA

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo a Dios por darme salud y vida, y por haberme permitido llegar a cumplir una parte de mis sueños. También agradezco a cada uno los docentes en especial a quienes me ayudaron en todo este proceso de formación y enseñanza, gracias por compartir sus conocimiento y experiencias que me ayudaron a crecer en el ámbito académico y personal.

PASOCHOA MUNTZA MIGUEL ANGEL

ÍNDICE DE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLA.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	xvii
INDICE DE ANEXOS.....	xix
RESUMEN EJECUTIVO	xx
ABSTRACT.....	xxi
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
Definición del Problema de Investigación	1
Árbol de Problema.....	2
Análisis del Árbol de Problemas	3
Árbol de Objetivo	4
Análisis de Árbol de Objetivos	5
Análisis de Involucrados	6
Alternativas de Solución.....	7
CAPÍTULO II	8
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	8
Nombre del Emprendimiento	8
Localización Geográfica.....	8
Localización Geográfica del Emprendimiento (Mercado Meta)	8
Justificación.....	9
Objetivos	13
Objetivo General.....	13

Objetivos Específicos	13
Beneficiarios.....	13
Resultado a Alcanzar	14
CAPÍTULO III.....	15
ESTUDIO DE MERCADO	15
Descripción, Características y Usos del Producto.....	15
Segmentación de Mercado	16
Población y muestra	19
Población	19
Muestra	19
Metodología de la Investigación	20
Enfoque de la Investigación.....	21
Diseño de la Investigación.....	22
Nivel de la Investigación	22
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	23
Encuesta.....	23
Tabulación, análisis e interpretación de resultados	28
Estudio de la Demanda.....	39
Cálculo de la demanda.....	39
Demanda en personas	40
Proyección de la Demanda en Personas	40
Estudio de Demanda en Productos	41
Proyección de la Demanda en Productos.....	42
Estudio de la Oferta.....	43
Oferta en Personas	44
Proyección de la Oferta en Personas.....	45
Estudio de la Oferta en Productos.....	46
Proyección de la Oferta en Productos.....	47
Mercado Potencial.....	48
Demanda Potencial Insatisfecha (DPI).....	48
Análisis de Precio	49

Comercialización.....	53
Canales de comercialización.....	53
Canales de Comunicación Para Comercialización	53
Canales de Distribución.....	54
Matriz FODA	55
Matriz FODA Cruzada.....	55
Matriz de Perfil de Capacidad Interna (PCI).....	57
Matriz de Perfil de las Oportunidades y Amenazas (POAM)	58
CAPÍTULO IV	59
ESTUDIO TÉCNICO.....	59
Tamaño Óptimo del Proyecto.....	59
Factores Determinantes Del Tamaño.....	59
Tamaño Óptimo	60
Localización	61
Localización Óptima.....	61
Macro Localización	63
Micro localización	63
Ingeniería de Proceso	64
Producto – Precio.....	64
Balance de Materiales.....	66
Diagrama de Flujos	67
CAPÍTULO V.....	72
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	72
Aspectos Generales	72
Diseño Organizacional	73
Niveles Jerárquicos	73
Misión.....	75
Visión	75
Valores.....	75
Estructura Organizativa.....	76
Manual de Funciones.....	78

CAPÍTULO VI	84
ESTUDIO FINANCIERO	84
Ingresos Brutos	84
Activos Fijos Intangibles	92
Capital de Trabajo o Activo Circulante	93
Activo Corriente o Circulante	93
Pasivo Circulante	98
Capital de Trabajo	98
Inversión Inicial	99
Financiamiento	99
Plan de inversiones	100
Presupuestos de Gastos e Ingresos	101
Gastos Operativos	101
Gastos Administrativos	104
Gastos de Ventas	106
Gastos Financieros	106
Situación Financiera Actual	108
Presupuesto de Ingresos	111
Estado de Resultado Proyectado	112
Flujo de Caja	113
Punto de Equilibrio	114
Punto de Equilibrio en Unidades	115
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (Tmar)	116
Valor Actual Neto (VAN)	118
Indicadores Financieros	120
Índice de Solvencia	120
Índice de liquidez	120
Índice de Endeudamiento	121
Índice de apalancamiento	121
Tasa Beneficio – Costo	122
Periodo de Recuperación de la Inversión	123

Tasa Interna de Retorno (TIR)	123
Cuadro de Sensibilidad	124
CAPÍTULO VII.....	127
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	127
Conclusiones	127
Recomendaciones	130
BIBLIOGRAFÍA	132
ANEXOS	141

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Análisis de Involucrados	6
Tabla 2 Descripción, Características y Usos del Producto.....	16
Tabla 3 Segmentación de mercado	17
Tabla 4 Proyección poblacional	18
Tabla 5 Demanda de Bienes y Servicios.....	28
Tabla 6 Oferta de Bienes y Servicios	29
Tabla 7 Frecuencia de Compra.....	30
Tabla 8 Características de Bienes y Servicios.....	31
Tabla 9 Gama de Diseños y Acabados.....	32
Tabla 10 Punto de Venta	33
Tabla 11 Red Social	34
Tabla 12 Promoción	36
Tabla 13 Forma de Pago	37
Tabla 14 Otros Bienes y Servicios	38
Tabla 15 Aceptación de producto.....	40
Tabla 16 Proyección de la demanda en personas.....	40
Tabla 17 Demanda en productos	42
Tabla 18 Proyección de la demanda en productos	42
Tabla 19 Negación del producto	44
Tabla 20 Proyección de la oferta en personas	45
Tabla 21 Oferta en productos	46
Tabla 22 Proyección de la oferta en productos	47
Tabla 23 Demanda Potencial Insatisfecha DPI.....	48
Tabla 24 Proyección de precio gama económica.....	50
Tabla 25 Proyección de precio gama media.....	51
Tabla 26 Proyección de precio gama alta.....	52
Tabla 27 Matriz FODA	55
Tabla 28 Matriz FODA cruzada.....	55
Tabla 29 Matriz PCI.....	57

Tabla 30 Matriz POAM	58
Tabla 31 DPI real	60
Tabla 32 Valores de impacto.....	62
Tabla 33 Matriz de ponderación de localización	62
Tabla 34 Proceso de producción de diseño de interiores y acabados.....	65
Tabla 35 Materiales directos	66
Tabla 36 Herramientas	66
Tabla 37 Herramientas de instalación	66
Tabla 38 Equipos y enseres.....	67
Tabla 39 Simbología ASME	68
Tabla 40 Simbología y descripción de la planta	70
Tabla 41 Distribución de la planta	71
Tabla 42 Niveles jerárquicos.....	74
Tabla 43 Matriz Axiológica	76
Tabla 44 Manual de Funciones – Gerente General	78
Tabla 45 Manual de Funciones – Asesor	79
Tabla 46 Manual de Funciones – Contador	80
Tabla 47 Manual de Funciones – Arquitecto	81
Tabla 48 Manual de Funciones – Vendedor	82
Tabla 49 Manual de Funciones – Operador/trabajador.....	83
Tabla 50 Gama Económica	84
Tabla 51 Ingresos Brutos – Gama Económica.....	84
Tabla 52 Gama media	85
Tabla 53 Ingresos Brutos – Gama Media.....	86
Tabla 54 Gama Alta	87
Tabla 55 Ingresos Brutos – Gama Alta	87
Tabla 56 Total Ingresos Brutos	88
Tabla 57 Herramientas	90
Tabla 58 Equipos.....	90
Tabla 59 Equipos y enseres de oficina.....	91
Tabla 60 Activos Fijos	91

Tabla 61 Activo Diferido	92
Tabla 62 Insumo Pintura	93
Tabla 63 Insumo Revestimientos	94
Tabla 64 Insumo Iluminación	94
Tabla 65 Insumos Mobiliarios	94
Tabla 66 Persianas.....	95
Tabla 67 Accesorios de decoración.....	95
Tabla 68 Total Insumos.....	95
Tabla 69 Ingresos Brutos 2023	96
Tabla 70 Total Activo Circulante.....	97
Tabla 71 Financiamiento.....	100
Tabla 72 Comparación Instituciones Financieras	100
Tabla 73 Plan de inversiones.....	101
Tabla 74 Insumos	101
Tabla 75 Insumos de instalación	102
Tabla 76 Materiales Indirectos	102
Tabla 77 Cargos de depreciación	102
Tabla 78 Cargos de amortización.....	103
Tabla 79 Mantenimiento de equipos	103
Tabla 80 Personal de contacto directo.....	103
Tabla 81 Gastos Operativos	104
Tabla 82 Servicios Básicos	104
Tabla 83 Sueldos	105
Tabla 84 Suministro de Oficina	105
Tabla 85 Arriendo	105
Tabla 86 Gastos Administrativos	106
Tabla 87 Gastos de Venta.....	106
Tabla 88 Préstamo Bancario	107
Tabla 89 Gastos Financieros	107
Tabla 90 Gastos totales	108
Tabla 91 Situación Financiera Actual	109

Tabla 92 Situación Financiera Proyectada	110
Tabla 93 Presupuesto de Ingresos	111
Tabla 94 Estado de Resultado Proyectado	112
Tabla 95 Flujo de Caja	113
Tabla 96 Tmar1 Global Mixto	117
Tabla 97 Tmar1 Global Mixto	118
Tabla 98 Cuadro de sensibilidad	124

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Árbol de Problema.....	2
Ilustración 2 Árbol de Objetivo.....	4
Ilustración 3 Provincia Tungurahua, Cantón Ambato, parroquia Quisapincha.....	8
Ilustración 4 Diseño de interiores y acabados	15
Ilustración 5 Demanda de Bienes y Servicios	28
Ilustración 6 Oferta de Bienes y Servicios	29
Ilustración 7 Frecuencia de compra.....	30
Ilustración 8 Características de Bienes y Servicios	31
Ilustración 9 Gama de Diseños y Acabados	32
Ilustración 10 Punto de Venta	34
Ilustración 11 Red Social.....	35
Ilustración 12 Promoción	36
Ilustración 13 Forma de Pago.....	37
Ilustración 14 Otros Bienes y Servicios	38
Ilustración 15 Proyección de la demanda en personas	41
Ilustración 16 Proyección de la demanda en productos	43
Ilustración 17 Proyección de la oferta en personas	45
Ilustración 18 Proyección de la oferta en productos	47
Ilustración 19 Demanda Potencial Insatisfecha DPI	49
Ilustración 20 Proyección de precio gama económica	50
Ilustración 21 Proyección de precio gama media.....	51
Ilustración 22 Proyección de precio gama alta.....	52
Ilustración 23 Canal de distribución Directo.....	54
Ilustración 24 DPI real.....	61
Ilustración 25 Cantón Ambato.....	63
Ilustración 26 Parroquia Quisapincha, Parque central.....	64
Ilustración 27 Diagrama de flujo.....	69
Ilustración 28 Logo de la empresa.....	72

Ilustración 29 Organigrama Estructural	76
Ilustración 30 Organigrama Funcional	77
Ilustración 31 Ingresos Brutos – Gama Económica	85
Ilustración 32 Ingresos Brutos – Gama Media	86
Ilustración 33 Ingresos Brutos – Gama Alta	88
Ilustración 34 Total Ingresos Brutos	89
Ilustración 35 Punto de Equilibrio.....	116

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Estado de Resultado (+) 20%	141
Anexo 2 VAN1 (+) 20%	142
Anexo 3 VAN2 (+) 20%	143
Anexo 4 Tasa Costo-Beneficio (+) 20%	144
Anexo 5 Periodo de Recuperación (+) 20%	144
Anexo 6 Tasa de Retorno de Inversión (+) 20%	144
Anexo 7 Estado de Resultado (-) 20%	146
Anexo 8 VAN1 (-) 20%	147
Anexo 9 VAN2 (-) 20%	147
Anexo 10 Tasa Costo-Beneficio (-) 20%	149
Anexo 11 Periodo de Recuperación de Inversión (-) 20%	149
Anexo 12 Tasa de Retorno de Inversión (-) 20%	150
Anexo 13 Tabla de Amortización	150

RESUMEN EJECUTIVO

La descripción de emprendimiento consiste en asignar un nombre al emprendimiento, en este caso, el nombre del proyecto se denomina “Nize”. El proyecto va estar ubicado en la parroquia Quisapincha, sector parque central en las calles Bolívar, entre García Moreno y Celiano Zurita Toro. En la parte de justificación se mencionó la razón de porque se llevó a cabo este proyecto, además, se planteó un objetivo general y tres objetivos específicos.

El estudio de mercado radica en recolar la información relevante acerca de los posibles clientes o consumidores, aplicando diversas metodologías y técnicas, incluyendo el cuestionario, matriz FODA, y las diferentes estrategias según las ocasiones que se presente en el entorno. Mediante el cuestionario se determinó la cantidad de la demanda y la cantidad de oferta, acerca de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados.

El estudio técnico nos permite determinar la capacidad de producción como la ubicación adecuada de la empresa o el proyecto. Además, nos proporciona una visión general de cómo estará distribuido la planta con el objetivo de organizar adecuadamente los espacios físicos de la empresa con el fin de mejorar la productividad.

El estudio organizacional es esencial porque nos facilita establecer la estructura organizativa de la empresa, adicional, este estudio nos concede elaborar los manuales de funciones donde se puede evidenciar las responsabilidades y roles de cada uno de los trabajadores y colaboradores. Finalmente, el estudio financiero nos permite evaluar la viabilidad del proyecto, la TIR indica que anualmente el proyecto tendrá un retorno de inversión de 51.97%, por otra parte, la tasa costo-beneficio indica que por cada dólar invertido generará \$10.22.

PALABRAS CLAVES: EMPRENDIMIENTO, LINEA DE NEGOCIO, DISEÑO DE INTERIORES, SERVICIOS, EMPRESA.

ABSTRACT

The project description consists of assigning a name to the project, in this case, the name of the project is called "Nize". The project will be located in the Quisapincha parish, in the central park sector, on Bolivar Street, between Garcia Moreno and Celiano Zurita Toro. In the justification part, the reason why this project was carried out was mentioned, in addition, a general objective and three specific objectives were stated.

The market study is based on collecting relevant information about potential customers or consumers, applying various methodologies and techniques, including the questionnaire, SWOT matrix, and different strategies according to the occasions that arise in the environment. The questionnaire was used to determine the amount of demand and the amount of supply of interior design and finishing products and services.

The technical study is essential to determine the capacity of the project and analyze the location of the company or project where it will be established. Additionally, in this part, a sketch of how the plant will be distributed was made, the objective of this is to organize the physical spaces of the company to improve productivity and efficiency.

The organizational study is essential because it allows us to analyze the organizational structure of the company, in addition, these studies allow us to prepare the function manuals indicating the responsibilities and roles of each of the workers. Finally, the financial study allows us to evaluate the viability of the project, the IRR indicates that annually the project will have a return on investment of 51.97%, on the other hand, the cost-benefit ratio indicates that for every dollar invested it will generate \$10.22.

KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, BUSINESS LINE, INTERIOR DESIGN, SERVICES, COMPANY.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Definición del Problema de Investigación

La ausencia de una línea de negocio de diseño de interiores y acabados en la parroquia Quisapincha, delimita a los clientes a adquirir los bienes y servicios de esta línea de negocio, por lo tanto, los clientes se ven obligados a buscar los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados en las ciudades aledañas, lo que esto puede resultar que el costo de transporte sea más alto y que el tiempo de entrega sea más prolongado, a su vez puede generar la insatisfacción del cliente y que pierda el interés en adquirir los bienes y servicios de esta línea de negocio.

Asimismo, el ausentismo de esta línea de negocio también puede generar la disminución de empleos directos e indirectos y limitar el desarrollo de habilidades profesionales. El empleo directo estaría vinculado directamente con los profesionales de esta línea de negocio, los cuales son los arquitectos, diseñador de interiores, ingenieros civiles, trabajadores dedicados a la construcción. En cambio, el empleo indirecto está vinculado con la cadena de suministro, los cuales serían los proveedores de los materiales, fabricante de muebles, persianas, entre otros.

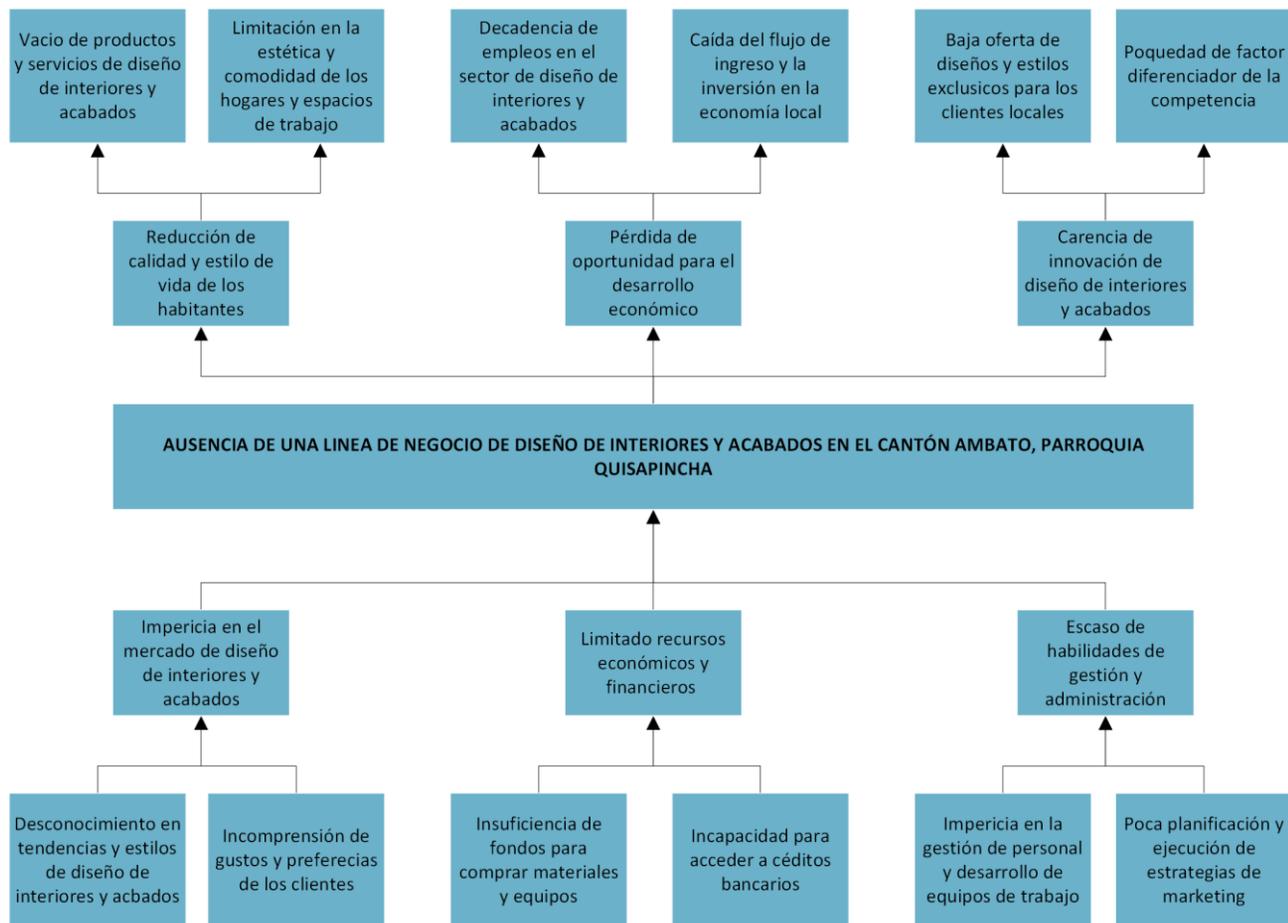
De la misma manera, la inexistencia de un local de diseño de interiores y acabados puede afectar a la diversificación de estilos y tendencias en las construcciones de la zona, además este tipo de negocio podría servir como una fuente de inspiración para dar una identidad a las construcciones de la parroquia, ya que actualmente en las construcciones no se puede apreciar algo que identifique o que diga que tal construcción es el distintivo de la zona.

En pocas palabras, la ausencia de empresas o emprendimientos dedicadas a la línea de negocio de diseño de interiores y acabados en la parroquia Quisapincha puede tener varias dificultades y limitaciones en términos de empleo, desarrollo económico y la diversificación de estilos y tendencias. Por lo tanto, es importante desarrollar esta línea de negocio para que en la misma parroquia los clientes puedan adquirir todos los bienes y servicios necesarios de diseño de interiores y acabados.

Árbol de Problema

Ilustración 1

Árbol de Problema



Nota. El árbol de problema nos permite contextualizar o la naturaleza de la problemática.

Análisis del Árbol de Problemas

La ausencia de una línea de negocio de diseño de interiores y acabados en la parroquia Quisapincha ha tenido como causa la impericia en el mercado de diseño de interiores y acabados, debido a que los emprendedores tienen el desconocimiento en tendencias y estilos de esta línea de negocio y la incomprensión de gustos y preferencias de los clientes de la zona. Por lo tanto, trae consigo la reducción de calidad y estilo de vida de los habitantes porque no existe un sitio donde el cliente pueda adquirir todos los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados que permita mejorar la estética y comodidad de los hogares y espacios de trabajo.

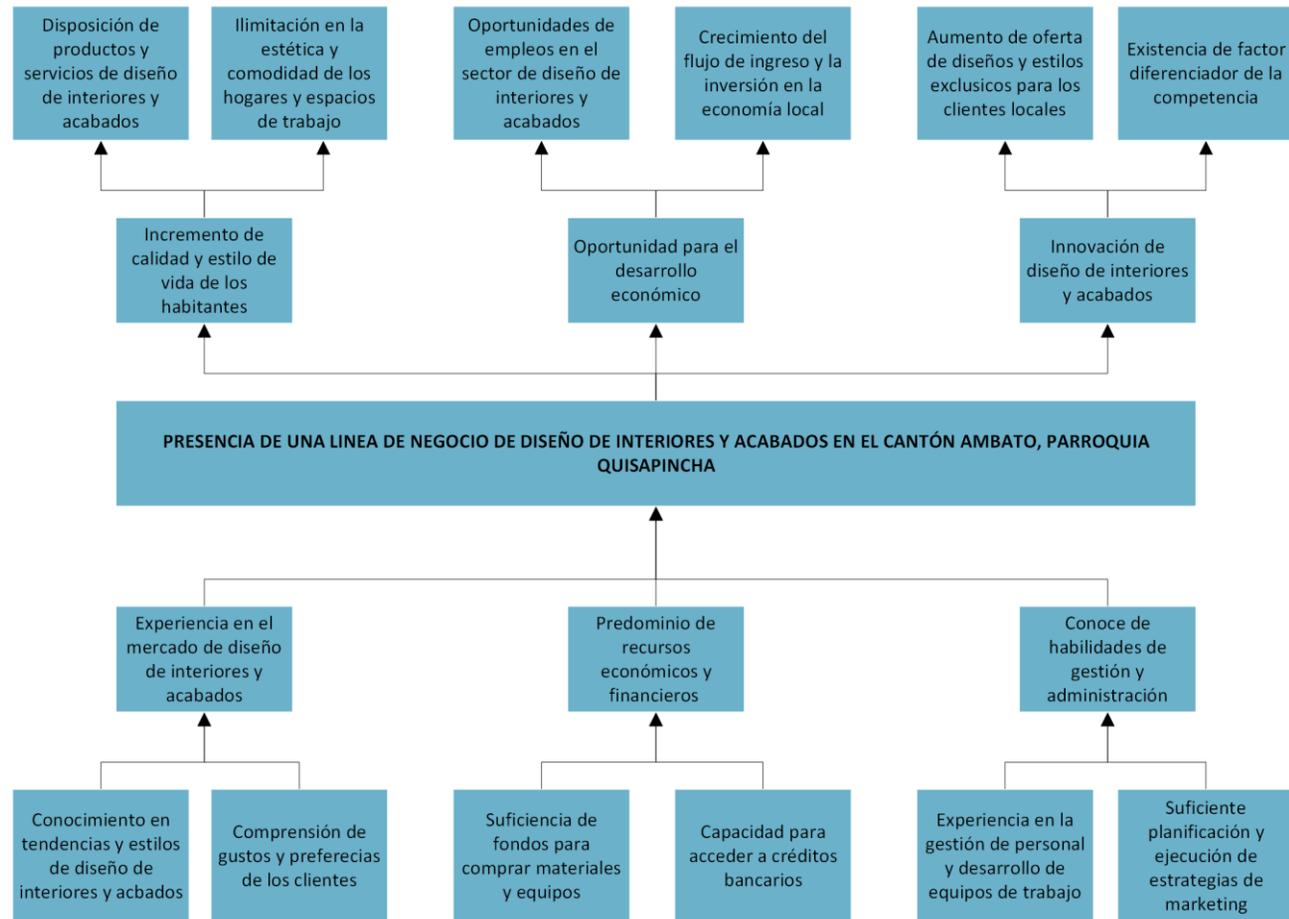
En cambio, el limitado de recursos económicos y financieros de los emprendedores impide la ejecución del proyecto, dejando varios proyectos incompletos o abandonos por la insuficiencia de fondos para comprar materiales y equipos para iniciar esta línea de negocio, además, los emprendedores no pueden acceder a créditos bancarios porque posee un historial crediticio baja, la capacidad de pago es limitada porque los ingresos del individuo no son suficiente para cubrir la deuda en el plazo establecido.

De la misma manera, el escaso habilidades de gestión y administración podría ser el resultado de diversas causas como la impericia en la gestión de personal y desarrollo de equipos de trabajo, la ausencia de planificación y ejecución de estrategias de marketing puede provocar la inexistencia de estrategias de crecimiento a largo plazo. Estas causas podrían generar múltiples efectos negativos como la carencia de innovación de diseño de interiores y acabados para el crecimiento y desarrollo de la empresa, la baja oferta de diseños y estilos exclusivos para los clientes locales y la poquedad de factor diferenciador podría afectar a la factibilidad y rendimiento del negocio.

Árbol de Objetivo

Ilustración 2

Árbol de Objetivo



Nota. El árbol de objetivo es una manera para dar a conocer alternativas de solución.

Análisis de Árbol de Objetivos

La presencia de una línea de negocio de diseño de interiores y acabados en el cantón Ambato, parroquia Quisapincha ha sido resultado de la experiencia en el mercado de diseño de interiores y acabados, debido a que los emprendedores tienen el conocimiento de las tendencias y estilos de esta línea de negocio y tiene esa capacidad para comprender los gustos y preferencias de los clientes de la zona. Por lo tanto, trae consigo el incremento de calidad y estilo de vida de los habitantes porque existe un sitio donde el cliente pueda adquirir todos los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados que permita mejorar la estética y comodidad de los hogares y espacios de trabajo.

De la misma manera, el predominio de recursos económicos y financieros de los emprendedores ayuda a la ejecución del proyecto, por lo tanto, disminuye el número de proyectos incompletos o abandonos por que los individuos poseen la suficiencia de fondos para comprar materiales y equipos para iniciar esta línea de negocio, además, los emprendedores pueden acceder a créditos bancarios porque poseen un historial crediticio excelente, la capacidad de pago no es un impedimento porque los ingresos del individuo son suficientes para cubrir la deuda en el plazo establecido.

Por otra parte, las habilidades de gestión y administración pueden generar ventajas competitivas provenientes de la experiencia en la gestión de personal y desarrollo de equipos de trabajo, la presencia de planificación y ejecución de estrategias de marketing pueden ayudar al mejoramiento de estrategias de crecimiento a largo plazo. Estas causas podrían generar múltiples efectos positivos como la innovación de diseño de interiores y acabados para el crecimiento y desarrollo de la empresa, el aumento de oferta de diseños y estilos exclusivos para los clientes locales y la existencia de factor diferenciador podría mejorar el rendimiento del negocio.

Análisis de Involucrados

Tabla 1

Análisis de Involucrados

Grupos	Intereses	Problemas percibidos	Recursos y mandatos
GAD Municipalidad de Ambato	<ul style="list-style-type: none"> - Asegurar que las construcciones que vayan a realizar cumplan con las normativas de construcción. - Promover el desarrollo económico y social de sus habitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de control en las construcciones de las viviendas en las zonas rurales. 	<ul style="list-style-type: none"> - PUGS 2033 es una herramienta que regula los usos y la gestión de suelo en el cantón Ambato.
Proveedores y colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> - Suministrar bienes y servicios de diseño de interiores y acabados. - Establecer relaciones comerciales a largo plazo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incumplimiento en tiempos de entrega. - Bienes en mal estados. 	<ul style="list-style-type: none"> - En la ley orgánica de defensa del consumidor, capítulo V habla de las responsabilidades y obligaciones del proveedor.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir bienes y servicios de calidad en diseño de interiores y acabados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausencia de empresas que dedican a esta línea de negocio 	<ul style="list-style-type: none"> - En la ley orgánica de defensa del consumidor, capítulo II habla de los derechos y obligaciones de los consumidores.
Equipos de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de objetivos empresariales. - Satisfacer las necesidades del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Carencia de planificación estratégica 	<ul style="list-style-type: none"> - La ley orgánica de Emprendimiento e Innovación en el capítulo II, Art. 11 da mención a Estrategia Nacional de Emprendimiento e Innovación
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar la cuota de mercado y maximizar las ganancias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia desleal 	<ul style="list-style-type: none"> - La Constitución de la República del Ecuador en el Art. 335 prohíbe los actos desleales.

Nota. La presente matriz permite hacer el análisis de los grupos de referencia frente a los intereses, los problemas percibidos, los recursos y los mandatos.

Alternativas de Solución

- Asociación con emprendedores del sector constructor y profesionales de diseño de interiores y acabados en el cantón Ambato, parroquia Quisapincha.
- Desarrollo de una nueva línea de negocio de diseño de interiores y acabados en el cantón Ambato, parroquia Quisapincha.
- Desarrollo de programas de formación y capacitación en la rama de diseño de interiores y acabados en el cantón Ambato, parroquia Quisapincha.
- Promoción de la zona como destino turístico para atraer inversionistas extranjeros para la ejecución de la línea de negocio de diseño de interiores y acabados en el cantón Ambato, parroquia Quisapincha.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

Nombre del Emprendimiento

Desarrollo de una nueva línea de negocio de diseño de interiores y acabados en el cantón Ambato, parroquia Quisapincha.

Localización Geográfica

Ilustración 3

Provincia Tungurahua, Cantón Ambato, parroquia Quisapincha



Nota. Esta ilustración muestra la parte urbana de la parroquia Quisapincha, Google Maps (2023).

Localización Geográfica del Emprendimiento (Mercado Meta)

Para conocer la población de la parroquia Quisapincha se tomaron los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2010) y para conocer la PEA de la Consultoría e Ingeniería y Ambiente (2014). Esta idea de emprendimiento está enfocada a todas las personas quienes estén en el rango de edad de 18 a 65 años de edad, las mismas que son parte de la Población Económicamente Activa PEA de la parroquia Quisapincha.

Justificación

La parroquia Quisapincha, en especial las comunidades ubicadas a su alrededor se encuentran en el auge de construcción, a pesar que el sector constructor vaya expandiéndose día tras día, todavía no existe una empresa que se especialice en diseño de interiores y acabados. Lo que busca mediante este proyecto es ofrecer a la población de Quisapincha todos los bienes y servicios necesarios para diseño de interiores y acabados.

La razón del presente proyecto de diseño de interiores y acabados es por el hecho que el ser humano en la actualidad impone exigencias de espacios más modernos, mediante este proyecto busca cubrir la necesidad de contar con espacios más acogedores, teniendo en cuenta la parte tecnológica, funcionalidad y económica. Durante estos últimos 3 años la construcción ha tenido un crecimiento enorme a diferencia de años anteriores, las comunidades que se encuentran en el auge de la construcción están situadas en zona alta y media de la parroquia Quisapincha, todo el sector constructor ha sido impulsado gracias a los emigrantes que residen en su mayor parte en Estados Unidos y España.

Los beneficiarios de este proyecto serán los habitantes de la parroquia Quisapincha, ya que va tener la facilidad de adquirir todo lo necesario en materiales de diseño de interiores y acabados para hogares y negocios. Otro de los beneficiarios una vez ejecutado el proyecto serán las empresas dedicadas a la construcción e inmobiliaria, a su vez profesionales como son los arquitectos y diseñador de interiores y decoradores.

A comparación de otras empresas se diferencia en dos aspectos importantes; direccionamiento técnico y financiamiento directo.

Direccionamiento técnico, el personal encargado mostrará varios modelos de diseño de interiores y acabados mediante un recorrido virtual en programas especializados, a su vez el cliente podrá solicitar una visita técnica para que nosotros podamos apreciar el tipo de construcción para luego recomendar el tipo de diseño de interiores y acabados. Financiamiento directo, la empresa realizará alianzas estratégicas con las diferentes cooperativas para que el cliente pueda acceder a un crédito de forma más rápida sin la necesidad de un garante o base, el financiamiento cubrirá solamente el valor presupuestado o el valor que se detalla en la proforma.

Según INEC (2010) indica que la población de la parroquia Quisapincha es de 13.001 habitantes de las cuales 6.235 son hombres y 6.766 son mujeres. Conserva una superficie de 122,15km², se limita de la siguiente manera; al norte la provincia de Cotopaxi, al sur las parroquias Pasa y Santa Rosa, en la parte este las parroquias Ambatillo, Pinllo y la ciudad de Ambato, y en la parte oeste las parroquias Pasa y San Fernando.

Según Consultoria e Ingeniería y Ambiente (2014) indica que la Población Económicamente Activa PEA promedio es 43% de la población total, en caso de Quisapincha la PEA es superior en 8% del promedio que se estima. La PEA de la parroquia Quisapincha es alrededor de 6627 habitantes de las cuales están en un rango de edad de los 18 a 65 años, por otro lado, la Población en Edad de Trabajar PET es de 9007 habitantes en un rango de edad que va desde los 15 años en adelante.

Según Registro Oficial del Ecuador (2022) la economía de la parroquia Quisapincha está distribuida de la siguiente manera; el 50% de la población se dedica a la agricultura y ganadería la misma que pertenece al sector primario, el 33% de los habitantes se dedican al sector secundario las cuales constan de artesanía, finalmente el 17% de la población se dedica al sector terciario que son actividades relacionada a la prestación de servicio como es el comercio y el turismo.

La actividad económica de la parroquia Quisapincha está dada de la agricultura, la ganadería, la artesanía, el comercio y el turismo, aunque la mayoría de los habitantes dedican más a la agricultura, pero seguramente el comercio es la que más genere ingresos económicos.

Registro Oficial del Ecuador (2022) menciona que la emigración es otro factor importante para el crecimiento y la economía de Quisapincha, en la actualidad más de 50% de la economía de la parroquia es gracias al envío de remesas desde un país extranjero, el resultado de esto se puede observar grandes cambios sociales y económicos en los habitantes de la parroquia sobre todo en la construcción de viviendas, especialmente en la zona alta y media de Quisapincha.

Según INEC (2022) en el informe de registro estadístico de entradas y salidas internacionales indica que durante el año 2021 existieron un total de 867.973 ecuatorianos

que salieron del país de las cuales el mes de agosto del mismo año se registró un mayor número de movimiento con un total de 98.120 salidas, el principal destino de los ecuatorianos fue Estados Unidos con un 55,8% de todas las salidas registradas, el 16.5% de las salidas registradas corresponde a personas que están en un rango de edad entre 18 y 29 años.

Según Ferreira (2022) menciona que un emprendimiento nace a partir de una idea de negocio que un individuo posee y que desea ejecutarlo, es decir que un emprendimiento es la acción de crear un negocio con la finalidad de generar riqueza, más allá de eso un emprendimiento buscar satisfacer la necesidad que existe en el mercado, por lo tanto, el emprendedor debe ser visionario, loco y apasionado por los negocios.

La revista Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad RSE (2021) señala que el emprendimiento es la acción de empezar un proceso que involucra una serie de qué cosas como son las actividades, funciones y estrategias para satisfacer la demanda existente en el mercado. Emprender es sinónimo de innovación, creativo, visionario, persistente, apasionado.

Es decir, la idea surge desde una necesidad que existe en el mercado con la finalidad de ofrecer bienes y servicios de diseño de interiores y acabados que logren satisfacer las necesidades de los clientes. El emprendimiento es sinónimo de innovación, la innovación es una forma de dar nuevas características o funcionalidades a un producto existente, o a su vez desarrollar todo el proceso de innovación desde cero. La finalidad de un proyecto de emprendimiento es generar utilidad o contribuir al desarrollo de la sociedad mediante la creación de fuentes de empleos, el dueño del proyecto o más conocido como el emprendedor debe es un loco, soñador, visionario, disciplinado, trabajador y sobre todo perseverante tener una mentalidad ganadora en tiempos de angustia.

Según Promedio (2020) menciona que el desarrollo de una nueva línea de negocio es una nueva forma de expandir y atraer nuevos clientes. El desarrollo de una nueva línea de negocio va de la mano con la innovación y la creatividad, a su vez se puede considerar como una estrategia para aumentar los ingresos y el porcentaje de participación en el mercado logrando así atender a un mercado potencial insatisfecho.

El desarrollo de una nueva línea de negocio nos permite diversificar las inversiones, es decir, no depender de un solo bien o servicio. Aprovechar las oportunidades, busca satisfacer a un mercado que todavía no ha sido atendido con ideas innovadoras y novedosas, por lo tanto, tiene altas probabilidades de progresar y expandirse a otros nuevos mercados. Aumentar la cartera de clientes, una nueva línea de negocio puede traer consigo nuevos clientes quienes prefieran nuestro bienes y servicios. Flexibilidad, al contar con varias líneas de negocio la empresa es capaz de adaptarse a los diferentes cambios que pueda suscitar en el entorno. Finalmente, el desarrollo de una nueva línea de negocio nos permite aumentar las ganancias y ser más rentable.

Según Contreras (2019) señala que los acabados son todos los materiales empleados para las azoteas, exterior e interior especialmente se colocan en pisos (piso flotante), muros, techos (cielo raso, gypsum) las mismas que permiten promover la estética y el confort del usuario, los acabados ayudan a la protección de los efectos nocivos, la humedad y la temperatura.

Según Franco (2020) menciona que el diseño de interiores es una manera de crear espacios de confort para el cliente, por lo tanto, el profesional debe considerar los siguientes aspectos:

- Layout esto nos permitirá visualizar de una manera general la distribución de espacios.
- Mobiliario antes de adquirir algún tipo de muebles el diseñador debe tener en cuenta el espacio disponible para el mueble, ya que habrá ocasión que los espacios son muy reducidos, por lo tanto, no debería colocar un mueble común sino un mueble modular que se pueda acoplar a los espacios disponibles.
- Las plantas aparte de purificar el aire ayudan crear espacios de confort y ergonomía.
- Los materiales y revestimientos por general elegimos un material según nuestros criterios; la estética, el color, el precio, pero más allá de eso

debemos considerar la vida útil del producto, la composición del material, la capa superficial y los sistemas de instalación.

Según Moreno (2022) indica que un plan de negocio es un documento donde se plasma los objetivos, los planes y las estrategias que va emplear para materializar un proyecto, generalmente un plan de negocio se utiliza para presentar ante futuros inversionista, también se puede considerar como un documento que ayuda respalda la idea del negocio para acceder a créditos en las instituciones financieras.

El plan de negocio contiene la descripción de la empresa, estudio de mercado, análisis de competencia, estrategias de marketing y ventas, recursos (material, tecnológico, humano, financiero). En otras palabras, el plan de negocio es un documento valioso y de suma importancia que permite desarrollar técnicas y crear estrategias para el éxito de la empresa.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una nueva línea de negocio de diseños de interiores y acabados en el cantón Ambato, parroquia Quisapincha.

Objetivos Específicos

- Realizar el estudio de mercado que mida la factibilidad del desarrollo de la nueva línea de negocios de diseño de interiores y acabados.
- Desarrollar el estudio técnico, organizacional, económico y financiero para conocer la factibilidad del proyecto.
- Realizar el plan de negocio como una herramienta que ayude la ejecución de la nueva línea de diseño de interiores y acabados.

Beneficiarios

Los beneficiarios de este proyecto serán los habitantes de la parroquia Quisapincha, ya que va tener la facilidad de adquirir todo lo necesario en materiales de diseño de interiores y acabados para hogares y negocios.

Otro de los beneficiarios una vez ejecutado el proyecto serán las empresas dedicadas a la construcción e inmobiliaria, a su vez profesionales como son los arquitectos y diseñador de interiores y decoradores.

Resultado a Alcanzar

El resultado que se espera lograr es desarrollar una nueva línea de negocio de diseños de interiores y acabados en el cantón Ambato, parroquia Quisapincha. Lo primero que se va realizar es el estudio de mercado para comprender las necesidades y deseos del mercado para lo cual se utilizará como técnica de recolección de datos la encuesta, en base a los resultados obtenidos se medirá la factibilidad para ejecutar el proyecto.

Seguidamente, se desarrollará los cuatros estudios las cuales son; el estudio técnico, organizacional, económico y financiero.

- El estudio técnico nos permitirá identificar los recursos, evaluar la capacidad productiva y determinar la infraestructura.
- El estudio organizacional nos permitirá identificar cual va ser nuestra estructura organizativa y evaluar las herramientas de gestión de la empresa hacia los individuos involucrados en el proyecto.
- El estudio económico nos ayudara determinar los costos de producción, evaluar la rentabilidad y determinar los precios para cubrir los gastos y generar ganancias.
- El estudio financiero nos dará conocer cuál es el valor presente neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), y la tasa media anual de rendimiento (TMAR).

Finalmente, se realizó el plan de negocio donde se detallará con mayor claridad el objetivo del negocio, estrategias y tácticas para alcanzar el objetivo planteado, además dentro del plan de negocio se planteará estrategias para obtener financiamiento de los inversionistas o de instituciones financieras.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Descripción, Características y Usos del Producto

El producto hace referencia a bienes y servicios que ofertan las empresas y organizaciones ya sea estas públicas o privadas, teniendo como objetivo satisfacer las necesidades del mercado y generar ganancias y utilidades, un producto es el resultado final de la transformación de la materia prima en bienes o servicios (Salazar et al., 2019).

El producto es un conjunto de bienes o servicios que se encuentra en el mercado teniendo como finalidad comercializar para satisfacer las necesidades del consumidor, siendo esta tangible o intangibles que pueden ser percibidos por los sentidos como es la calidad, la textura, el empaque entre otros (Morán et al., 2020).

En otras palabras, se puede decir que el producto posee dos tipos de atributos; tangibles e intangibles, la parte tangible hace referencia a todo lo que podemos tocar o sentir, además, ocupa un espacio físico, en cambio, la parte intangible es la parte que no pueden ser percibidos de una manera física. Los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados es una nueva línea de negocio orientada para todas las personas que desea tener un ambiente cómodo y acogedor donde puedan pasar momento agradable, la finalidad de este proyecto es mejorar la calidad de vida de los clientes.

Ilustración 4

Diseño de interiores y acabados



Nota. El diseño de interiores y acabados nos permite crear espacios modernos y mejorar confort. Tomado de (Spacejoy, 2021).

Tabla 2*Descripción, Características y Usos del Producto*

Producto	Descripción	Características	Usos
Diseño interiores	de El diseño de interiores es ideal para aquellas personas que desea crear espacios modernos y estéticamente atractivos.	El servicio posee una variedad de diseños, de la misma manera el cliente puede elegir los diferentes estilos de diseños de interiores.	Los diseños de interiores se pueden utilizar para dar una nueva estética a su hogar, departamento, oficina, y cualquier otros espacios comerciales y no comerciales.
Acabados	Los acabados es la parte final de una construcción o remodelación, siendo estas revestimientos o recubrimientos de pisos, techos y paredes.	Los bienes son de calidad, duradero y resistente a los impactos o golpes. Son características que permite conservar el desgaste y la estética de los acabados.	Los acabados se pueden utilizar para dar una nueva estética a su hogar, departamento, oficina, y cualquier otros espacios comerciales y no comerciales.

Nota. Esta tabla da conocer la descripción, características y los usos de diseño de interiores y acabados.

Segmentación de Mercado

Según Mejillón (2021) menciona que la segmentación de mercado hace referencia a encontrar un grupo de clientes y consumidores homogéneos, la segmentación de mercado es esencial especialmente para el departamento de marketing, ya que las estrategias y técnicas se desarrollaran de acorde a las necesidades, intereses y características de nuestra audiencia.

Según Chávez et al., (2022) la segmentación de mercado es un proceso de suma importancia ya que permite dividir el mercado en grupos más pequeños, a través de la segmentación las empresas pueden desarrollar bienes y servicios según las características, las necesidad e interés de los clientes y consumidores, además la segmentación de

mercado es muy útil ya permite direccionar la parte de marketing que se encuentra dentro de la empresa u organización.

Desde tiempos de antes hasta la actualidad ha existido diferentes tamaños de mercados, por eso, la segmentación de mercado cumple un rol fundamental para dividir esos mercados en grupos más pequeños con características similares o parecidas. Existe varios motivos por los cuales se realiza la segmentación, pero unas de las principales razones es que la empresa busca conocer cuáles son los bienes y servicios que podrían ofrecer para satisfacer las necesidades del mercado. Además, se buscan que las técnicas y las estrategias desarrolladas por el departamento de marketing se logre aplicar de una manera exitosa, para lo cual, es necesario tener en cuenta las variables de segmentación las cuales son; comportamiento, psicográficas, demográficas y geográficas.

Tabla 3

Segmentación de mercado

Variables de segmentación	Variable	Población	Fuente
Geográfica	Provincia Tungurahua	504.583	(Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)
Geográfica	Cantón Ambato	329.856	(Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)
Geográfica	Parroquia Quisapincha	13.001	(Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)
Demografía	Población Económicamente Activo	6.627	(Consultoria e Ingeniería y Ambiente, 2014)

Nota. La tabla indica los datos de habitantes de la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia Quisapincha.

Análisis

Los datos fueron obtenidos de INEC (2010) y de la Consultoria e Ingeniería y Ambiente (2014) la segmentación de mercado se realizó mediante la variable geográfica y

demográfica las cuales indican que, en la provincia de Tungurahua existen alrededor 504.583 habitantes de los cuales 244.783 son hombres y 259.800 son mujeres. Asimismo, el cantón Ambato tiene alrededor 329.856 habitantes de los cuales 159.830 son hombres y 170,026 son mujeres. En cambio, en la parroquia Quisapincha moran 13.001 habitantes de los cuales 6.235 son hombres y 6.766 son mujeres. Finalmente, la PEA de la parroquia Quisapincha es alrededor de 6.627 habitantes de las cuales están en un rango de edad de los 18 a 65 años.

La PEA son datos obtenidos de Consultoría e Ingeniería y Ambiente (2014) por lo tanto, para conocer la población real de la parroquia Quisapincha se procederá a realizar la proyección poblacional.

Tabla 4

Proyección poblacional

Año	Mercado Meta	TCP (1.56%)
2014	6627	103
2015	6730	105
2016	6835	107
2017	6942	108
2018	7050	110
2019	7160	112
2020	7272	113
2021	7385	115
2022	7501	117
2023	7618	Mercado Meta

Nota. La tabla muestra la proyección poblacional del 2023.

Análisis e Interpretación

Respectivo a la proyección de mercado meta o mercado objetivo se tomó como referencia el año 2014 y la tasa de crecimiento poblacional (TCP) del año 2023 que es de 1,56% por lo tanto, se procedió a hacer una proyección empezando desde el año 2014 hasta el año 2023 que es la actual. Es así como tenemos el mercado meta de 7618 habitantes o mejor dicho nuestros posibles clientes.

Población y muestra

Población

Según Pilco (2022) señala que la población es un conjunto de individuos u objetos sobre la cual va llevar a cabo el estudio de la investigación, para determinar la población es necesario tener en cuenta cuales son las variables o en base a qué elementos se analizara las variables. Asimismo, las características de la población dependen mucho de la problemática de la investigación y de los objetivos de la investigación.

Según Castro (2019) menciona que la población o también conocida como universo es un conjunto total de elementos, individuos u objetos que poseen características similares que serán participes de una investigación, al seleccionar la población debe tener en claro bajo que parámetro va realizar el estudio siendo estas; homogeneidad, tiempo, espacio y cantidad.

En síntesis, se puede decir que la población es un conjunto total de individuos u objetos que poseen características parecidas para llevar a cabo el estudio, no obstante, llevar a cabo el estudio de toda la población tiene un grado de complejidad muy alto, adicional a eso la investigación seria muy costosa y se demoraría un largo tiempo hasta recabar la información total de la población. Por lo tanto, es recomendable hacer el estudio obteniendo la muestra.

Muestra

Según Castro (2019) menciona que la muestra es el subconjunto de una población definida, la misma que se subdivide en grupos con características similares o homogéneas. Para obtener la muestra es necesario que la población cumpla algunas exigencias como; debe tener características que represente a toda la población definida, la selección debe ser de una manera aleatoria y se deberá calcular el tamaño mínimo de la muestra.

La muestra es una porción de la población, a menudo los investigadores sacan una muestra porque para hacer el estudio de toda la población consume mucho tiempo y dinero (Porfirio, 2020).

La muestra es una porción que representa a toda la población, el cálculo de la muestra nos permite reducir tiempo y costo al momento de realizar el estudio y a la hora de aplicar las técnicas y herramientas de recolección de datos.

A continuación, se procederá a realizar el cálculo de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

n: tamaño de la muestra

N: población de universo

P: probabilidad a favor 50%

Z: 1.96 (nivel de confianza 95%)

Q: probabilidad en contra el 50%

e: nivel de significancia 5%

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(7618)}{(1.96)^2(0.50) + (7618)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{7316}{20}$$

$$n = 367$$

Análisis

Una vez aplicada la fórmula nos refleja el número de muestra de la investigación, por lo tanto, el cuestionario se aplicará a 367 habitantes de la parroquia Quisapincha. El tamaño de la muestra nos permite aplicar el cuestionario un grupo de personas que represente a toda la población.

Metodología de la Investigación

Según Universidad Iberoamericana (2020) menciona que la metodología de la investigación es un conjunto de procesos, técnicas y herramientas que se utiliza para llevar a cabo el estudio. En la mayoría de las investigaciones toman como técnica la encuesta,

conjuntamente con el cuestionario como herramienta para obtener la información necesaria respecto al estudio que se está llevando a cabo.

Según Rojas et al., (2022) indica que la metodología de la investigación es una disciplina que nos permite organizar, clasificar y ordenar la información obtenida mediante las técnicas y las herramientas de la recolección de datos, la finalidad de esta disciplina es que los resultados conseguidos sean los más verídicos y fiables posibles.

En otras palabras, se puede decir que la metodología de la investigación nos permite seguir un proceso para conseguir resultados verídicos y fiables. Todo este proceso se lo realizar con la finalidad responder a los objetivos propuestos para la mitigación del problema. La metodología que va tener este proyecto es de enfoque cuantitativo de diseño transversal con nivel exploratorio y descriptivo.

Enfoque de la Investigación

Según Flores (2019) indica que el enfoque de la investigación es la naturaleza de cómo se va llevar a cabo la investigación, la misma que divide en dos enfoques; cuantitativo y cualitativa.

El enfoque de la investigación del presente proyecto será de carácter cuantitativo, por lo tanto, en base al enfoque cuantitativo se efectuará la tabulación de datos que fueron obtenidos mediante la aplicación del cuestionario en la plataforma de Google Forms.

Enfoque Cuantitativo. Según Marquez et al., (2019) indica que el enfoque cuantitativo es un proceso deductivo, secuencial y probatorio, lo que caracteriza es que mide los fenómenos, emplea las estadísticas, envuelve la recolección de datos, análisis e interpretación de ambos enfoques según lo requiera el investigador.

Según Flores (2019) define al enfoque cuantitativo como un fenómeno que puede medir a través de la asignación del número, por ejemplo, la cantidad de oferta y demanda. También menciona que una vez recolectado los datos mediante la aplicación de técnicas y herramientas de recolección entra en funcionamiento este enfoque para describir, explicar, predecir y los movimientos futuros que puede suscitar frente al proyecto.

Para conllevar este proyecto, se utilizará el enfoque cuantitativo como parte de la metodología de investigación, el enfoque cuantitativo nos permitirá identificar las necesidades de clientes a través de un estudio de mercado, además es un enfoque esencial para desarrollar una propuesta de valor, también nos permitirá evaluar la implementación de técnicas y estrategias del proyecto.

La aplicación correcta del enfoque cualitativo como metodología de la investigación nos permitirá tomar las decisiones adecuadas en base a la información obtenida mediante las técnicas y herramientas de recolección de datos.

Diseño de la Investigación

Según Risco (2020) menciona toda investigación parte desde el planteamiento del problema, luego se debe plantear objetivos que se pretende alcanzar mediante la investigación, posteriormente se necesita establecer técnicas y herramientas para la recolección de información, todo este proceso se lo conoce como diseño de la investigación.

En síntesis, se puede decir que el diseño de la investigación hace énfasis la forma de cómo se va llevar a cabo la investigación, es decir, el diseño de investigación son pasos a seguir a lograr el cumplimiento del objetivo de investigación.

Investigación Transversal. Consiste en recolectar la información necesaria en un solo instante, existen dos tipos de estudios transversales las cuales son de carácter descriptivo y analítico, el tipo de estudios transversales depende mucho del objetivo general de la investigación, la investigación transversal es sencillo, rápido y económico (Vega et al., 2021).

Nivel de la Investigación

Investigación Descriptivos. Según Benalcázara et al., (2020) menciona que la investigación descriptiva es una técnica que nos ayuda a recopilar datos cuantificables para someter a un análisis estadístico, además, la investigación descriptiva buscar narrar con claridad las características, las propiedades de los individuos, objetos, fenómenos y comunidades.

Según (Ochoa et al., (2020) señala que la investigación descriptiva es parte de la investigación exploratoria, la finalidad de esto es describir características de una población u objeto de estudio, por ejemplo, el personal encargado de marketing necesita determinar la periodicidad de compra de un bien o servicio, para luego demostrar gráficamente en base a eso se procede a tomar acciones frente al mercado.

En síntesis, la investigación descriptiva nos permite describir características de una población o fenómeno que se encuentra bajo estudio, en este proyecto se aplicara la investigación descriptiva al momento de graficar y hacer el análisis correspondiente de cada variable o ítems.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Encuesta

Según Avila et al., (2020) exterioriza que la encuesta es un conjunto de pregunta frente a una variable que se pretende medir, siendo esta parte de las herramientas de recolección de datos, la encuesta nos ayuda a recopilar información acerca de una temática de estudio o investigación con el objetivo de identificar los problemas y necesidades de una población y plantear una solución para satisfacer las necesidades.

Según Gonzáles (2021) indica que la encuesta es una técnica que se lo realiza a través del instrumento llamado cuestionario, la finalidad de esto es recabar información de las personas para conocer sus puntos de vistas, opiniones y percepciones, una encuesta consiste de varias preguntas estructuras siendo esta de carácter nominal u ordinal.

Cuestionario

Objetivo

Medir la factibilidad del desarrollo de la nueva línea de negocios de diseño de interiores y acabados en la parroquia Quisapincha.

Instrucciones

Lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione una alternativa según considere adecuado. Recuerda que solo puedes seleccionar una alternativa y es importante que respondas con sinceridad. Cabe señalar que la información obtenida será utilizada con fines académicos.

Información general

Género

- Masculino
- Femenino
- Otros:

Edad

- De 18 a 28 años
- De 29 a 38 años
- De 39 a 48 años
- De 49 en adelante

Nivel académico

- Educación básica
- Bachillerato
- Técnico superior
- Tercer nivel
- Postgrado

Información específica

El presente cuestionario es acerca del desarrollo de una nueva línea de negocio de diseño de interiores y acabados, mediante este proyecto busca dar espacios más modernos y acogedores teniendo en cuenta la parte tecnológica, funcionalidad y económica.

1. ¿Si en la parroquia Quisapincha lograra ejecutar el proyecto de diseño de interiores y acabados, usted estaría dispuesto adquirir sus bienes y servicios?
 Si
 No
2. ¿Ha visto o ha escuchado que en la parroquia Quisapincha se oferte bienes y servicios de diseño de interiores y acabados? En caso de que su respuesta sea SI mencionar cual es la empresa o local que dedica a esta línea de negocio.
 Si
 No
Cual:
3. ¿Con que frecuencia usted utilizaría nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados?
 Anual
 Semestral
 Trimestral
 Mensual
 Nunca
4. ¿Cuál es la principal característica que usted tendría en cuenta a la hora de adquirir nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados?
 Precio
 Calidad
 Moda
 Marca
 Diseño

5. Teniendo en cuenta los precios ¿Qué tipo de diseño y acabados le gustaría dar a su vivienda, departamento u oficinas?
- Gama económica \$350 el m²
 - Gama media \$450 el m²
 - Gama Alta \$550 el m²
6. ¿En qué lugar preferiría que esté situado el punto de venta de nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados? En caso de que se respuesta sea otros, por favor especificar la respuesta.
- Alrededor del parque central
 - Alrededor del mercado Quisapincha
 - Alrededor de la plaza central (iglesia)
 - Otros:
7. ¿En qué red social le gustaría informarse acerca de nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados? En caso de que se respuesta sea otros, por favor especificar la respuesta.
- Facebook
 - Instagram
 - WhatsApp
 - Tik Tok
 - Otros:
8. ¿Usted como cliente que tipo de promoción le gustaría recibir por la compra de nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados? En caso de que se respuesta sea otros, por favor especificar la respuesta.
- Cupón de descuento
 - Rifas
 - Obsequio
 - Otros:
9. ¿Cuál es la forma de pago preferido para adquirir nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados?
- Efectivo

Tarjeta de crédito

Transferencia

10. ¿Qué otros bienes y servicios le gustaría que nuestra empresa ofreciera además de diseño de interiores y acabados? En caso de que se respuesta sea otros, por favor especificar la respuesta.

Consultoría y asesoramiento en diseño de exteriores

Diseño, planificación y construcción de viviendas, edificios u oficinas

Muebles y accesorios para el hogar

Artículos de decoración y objetos de arte

Otros:

Tabulación, análisis e interpretación de resultados

Preguntas

1. ¿Si en la parroquia Quisapincha lograra ejecutar el proyecto de diseño de interiores y acabados, usted estaría dispuesto adquirir sus bienes y servicios?

Tabla 5

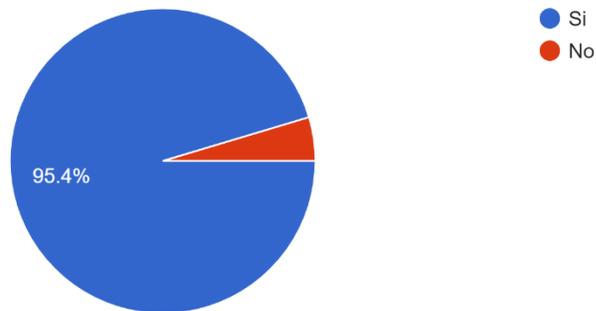
Demanda de Bienes y Servicios

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Si	350	7265	95.4
No	17	353	4.6
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados respecto a la pregunta 1.

Ilustración 5

Demanda de Bienes y Servicios



Nota. Esta ilustración muestra en porcentaje los resultados de la pregunta específica 1.

Análisis e Interpretación

Con respecto a la primera interrogante, el 95.4% de los encuestados respondieron que, si están dispuestos a adquirir los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados siempre cuando lograra ejecutar, en cambio, el 4.6% de los encuestados comentaron que, no adquirirían los bienes y servicios de esta línea de negocio que se pretende ofertar en la parroquia Quisapincha. Mediante los resultados obtenidos, se puede decir que, si es

factible desarrollar esta línea de negocio ya que la mayor parte de los encuestados si están interesados en adquirir los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados.

2. ¿Ha visto o ha escuchado que en la parroquia Quisapincha se oferte bienes y servicios de diseño de interiores y acabados? En caso de que su respuesta sea SI mencionar cual es la empresa o local que dedica a esta línea de negocio.

Tabla 6

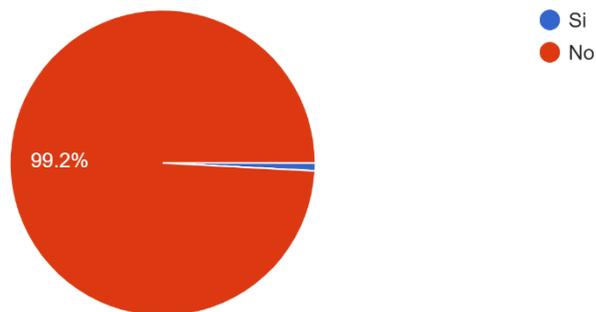
Oferta de Bienes y Servicios

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Si	3	62	0.8
No	364	7556	99.2
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados respecto a la pregunta 2.

Ilustración 6

Oferta de Bienes y Servicios



Nota. Esta ilustración muestra en porcentaje los resultados de la pregunta específica 2.

Análisis e Interpretación

En cuanto a la segunda pregunta específica, el 99.2% de los encuestados respondieron que, no ha visto ni han escuchado que la parroquia oferte los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados, en cambio, el 0.8% de los encuestados comentaron que, si han visto ofertar los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados, los mismo que nos indicaron nombre de dos empresas como es Grupo KA y la Constru Sillagana.

En otras palabras, se puede decir, que la mayoría de los habitantes de la parroquia si están dispuestos a adquirir los productos de diseño de interiores y acabados, ya que en la actualidad no existe una empresa que se dedica a esta línea de negocio.

3. ¿Con que frecuencia usted utilizaría nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados?

Tabla 7

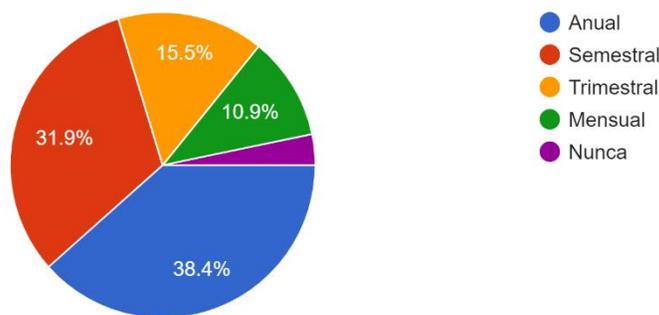
Frecuencia de Compra

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Anual	141	2927	38.4
Semestral	117	2429	31.9
Trimestral	57	1183	15.5
Mensual	40	830	10.9
Nunca	12	249	3.3
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados respecto a la pregunta 3.

Ilustración 7

Frecuencia de compra



Nota. Esta ilustración muestra en porcentaje los resultados de la pregunta específica 3.

Análisis e Interpretación

Referente a la tercera interrogante específica, al preguntar acerca de la frecuencia de compra de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados se obtuvieron los siguientes resultados; el 38.4% de los encuestados respondieron que adquirirían

anualmente, sin embargo, el 3.3% de los encuestados exteriorizaron que nunca adquirirían. Posiblemente los que eligieron comprar bienes y servicios de diseño de interiores anualmente pueden tener mayores recursos económicos y financieros por ellos tiene la necesidad de remodelar el espacio acorde a sus gustos o preferencias a comparación de quienes dijeron nunca.

4. ¿Cuál es la principal característica que usted tendría en cuenta a la hora de adquirir nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados?

Tabla 8

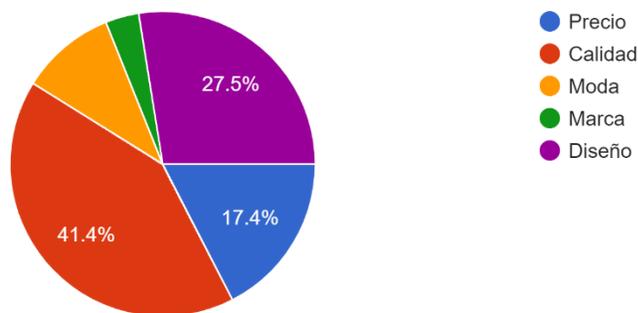
Características de Bienes y Servicios

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Precio	64	1328	17.4
Calidad	152	3155	41.4
Moda	37	768	10.1
Marca	13	270	3.5
Diseño	101	2097	27.5
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados respecto a la pregunta 4.

Ilustración 8

Características de Bienes y Servicios



Nota. Esta ilustración muestra en porcentaje los resultados de la pregunta específica 4.

Análisis e Interpretación

En términos de la cuarta pregunta específica, al indagar acerca de las características a la hora de adquirir los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados se consiguieron los siguientes resultados; el 41.4% de los encuestados confesaron que la principal característica que toman en cuenta es la calidad, mientras que, el 3.5% de los encuestados alegaron que la principal característica que consideran es la marca. Estos resultados pueden reflejar la percepción que tiene los clientes frente a los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados.

5. Teniendo en cuenta los precios ¿Qué tipo de diseño y acabados le gustaría dar a su vivienda, departamento u oficinas?

Tabla 9

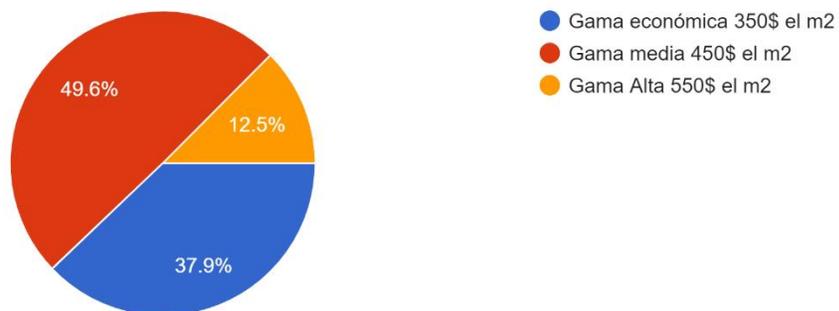
Gama de Diseños y Acabados

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Gama económica \$350 el m ²	139	2885	37.9
Gama media \$450 el m ²	182	3778	49.6
Gama alta \$550 el m ²	46	955	12.5
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados respecto a la pregunta 5.

Ilustración 9

Gama de Diseños y Acabados



Nota. Esta ilustración muestra en porcentaje los resultados de la pregunta específica 5.

Análisis e Interpretación

En relación a la quinta pregunta específica, el 39.6% de los encuestados confesaron le gustaría dar a su vivienda, departamento u oficina un diseño y acabados de gama media que oscila por los \$450 el m², en cambio, el 12.5% de los encuestados confesaron le gustaría la gama alta que ondea por \$550 el m². Aquellas personas que eligieron gama económica no pueden tener tantos recursos económicos como financieras a comparaciones de quienes si están dispuesto a pagar \$550 el m² por el trabajo de diseño de interiores y acabados.

6. ¿En qué lugar preferiría que esté situado el punto de venta de nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados? En caso de que se respuesta sea otros, por favor especificar la respuesta.

Tabla 10

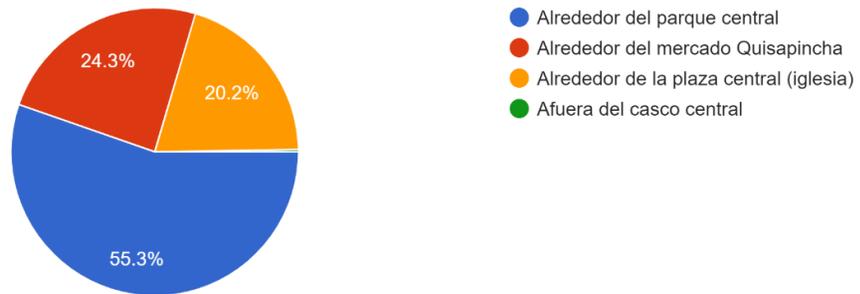
Punto de Venta

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Parque central	203	4214	55.3
Mercado Quisapincha	89	1847	24.3
Plaza central (Iglesia)	74	1536	20.2
Afuera de casco central	1	21	0.2
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados respecto a la pregunta 6.

Ilustración 10

Punto de Venta



Nota. Esta ilustración muestra en porcentaje los resultados de la pregunta específica 6.

Análisis e Interpretación

En referencia a la sexta pregunta específica, al consultar en qué lugar prefiere que este situado el punto de venta de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados se obtuvieron los siguientes resultados; el 55.3% de los encuestados manifestaron que prefieren que este situado alrededor del parque central, en cambio, el 0.2% de los encuestados indicaron que prefieren que este situado a las afuera del casco central, como es el caso de El Mirador.

7. ¿En qué red social le gustaría informarse acerca de nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados? En caso de que se respuesta sea otros, por favor especificar la respuesta.

Tabla 11

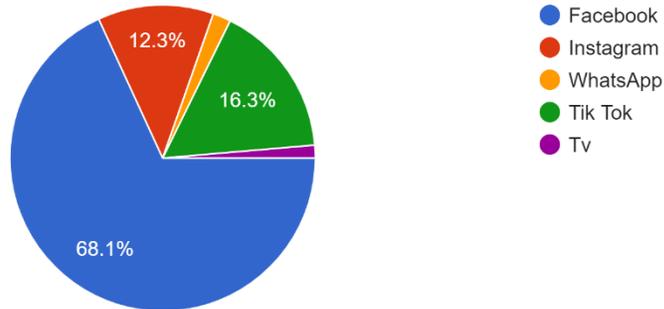
Red Social

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Facebook	250	5189	68.1
Instagram	45	934	12.3
WhatsApp	7	145	1.9
Tik Tok	60	1245	16.3
Tv	5	104	1.4
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados respecto a la pregunta 7.

Ilustración 11

Red Social



Nota. Esta ilustración muestra en porcentaje los resultados de la pregunta específica 7.

Análisis e Interpretación

Acerca de la séptima pregunta específica se determinó cual es la red social que le gustaría para informar de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados; el 68.1% de las personas encuestadas prefieren el Facebook, en cambio, aunque no sea una red social como tal en el apartado de otros el 1.4% de los encuestados indicaron que prefieren informarse por TV. La elección de Facebook como red social para informar de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados puede ser por la facilidad de acceso, además, Facebook es una red social que permite interactuar directamente con los clientes a través de los comentarios, mensajes o reseñas.

8. ¿Usted como cliente que tipo de promoción le gustaría recibir por la compra de nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados? En caso de que se respuesta sea otros, por favor especificar la respuesta.

Tabla 12

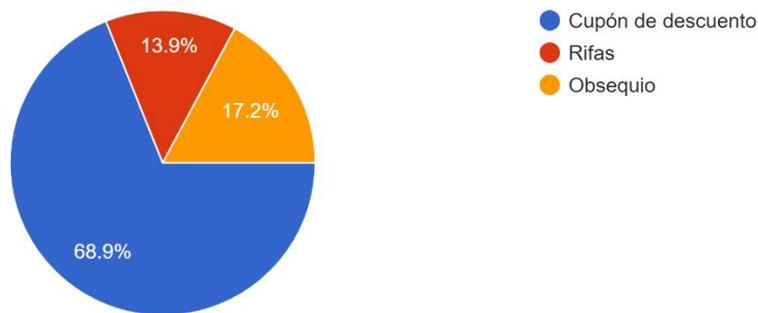
Promoción

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Cupón de descuento	253	5252	68.9
Rifas	51	1059	13.9
Obsequio	63	1308	17.2
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados respecto a la pregunta 8.

Ilustración 12

Promoción



Nota. Esta ilustración muestra en porcentaje los resultados de la pregunta específica 8.

Análisis e Interpretación

En lo que respecta a la octava pregunta específica, al preguntar qué tipo de promoción le gustaría recibir por la compra de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados se obtuvieron los siguientes resultados; el 68.9% de los encuestados manifestaron que prefieren el cupón de descuento por la compra, en cambio, el 13.9% de los encuestados manifestaron que prefieren las rifas por la compra. Las personas quienes prefieren los cupones de descuentos por la compra de los productos pueden ser porque le permite ahorrar dinero y ese dinero puede utilizar o ser cajeando en su próxima compra.

9. ¿Cuál es la forma de pago preferido para adquirir nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados?

Tabla 13

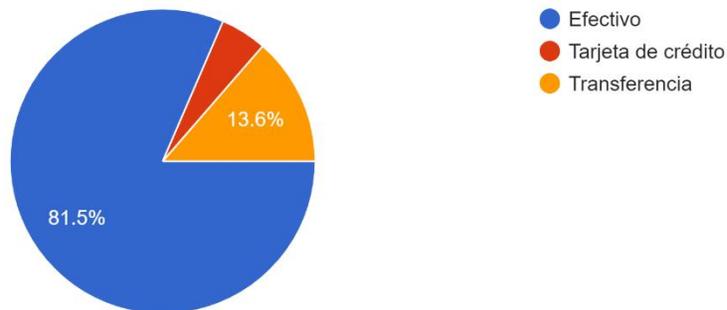
Forma de Pago

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Efectivo	299	6206	81.5
Tarjeta de crédito	18	374	4.9
Transferencia	50	1038	13.6
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados respecto a la pregunta 9.

Ilustración 13

Forma de Pago



Nota. Esta ilustración muestra en porcentaje los resultados de la pregunta específica 9.

Análisis e Interpretación

En cuanto a la novena pregunta específica, al preguntar acerca de las formas de pago una vez realizado la compra de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados se obtuvieron los siguientes resultados; el 81.5% de los encuestados manifestaron que prefieren pagar en efectivo, en cambio, el 4.9% de los encuestados exteriorizaron que prefieren pagar con tarjeta de crédito. Las personas que eligieron el efectivo pueden ser para controlar mejor sus gastos o a su vez desconocen de otros métodos de pago, mientras que, aquellos que optan por el pago mediante la tarjeta de crédito pueden conocer los beneficios que traen consigo este método de pago.

10. ¿Qué otros bienes y servicios le gustaría que nuestra empresa ofreciera además de diseño de interiores y acabados? En caso de que se respuesta sea otros, por favor especificar la respuesta.

Tabla 14

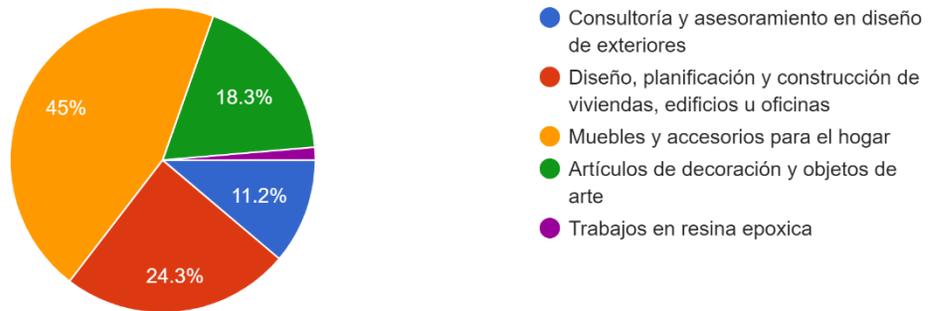
Otros Bienes y Servicios

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Consultoría	41	851	11.2
Diseño, planificación	89	1847	24.3
Muebles y accesorios	165	3425	45.0
Artículos de decoración	67	1391	18.3
Resina epoxica	5	104	1.4
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados respecto a la pregunta 10.

Ilustración 14

Otros Bienes y Servicios



Nota. Esta ilustración muestra en porcentaje los resultados de la pregunta específica 10.

Análisis e Interpretación

Hablando de la décima pregunta específica, al preguntar respecto a otros bienes y servicios que complemente a esta línea de negocio se obtuvieron los siguientes resultados; el 45% de los encuestados manifestaron que le gustaría los productos de muebles y accesorios para el hogar, en cambio, el 1.4% de los encuestados revelaron que le gustaría como

servicio los trabajos en resina epoxica. Los encuestados prefieren más los accesorios y accesorios para el hogar porque son esenciales para la funcionalidad y le permiten cambiar su espacio. Por el contrario, las aplicaciones de resina epoxi, aunque duraderas y flexibles, no son muy conocidas y pueden considerarse lujosas, no necesarias para la mayoría de las personas.

Estudio de la Demanda

Según Simón et al., (2019) menciona que el mercado se compone de dos agentes; compradores y vendedores, la demanda simboliza a los compradores, partiendo desde ahí, la demanda es una manera de entender a los consumidores el nivel de demanda que hay hacia ese bien o servicio frente a un determinado precio, es decir, la demanda es directamente proporcional al precio (a mayor precio menor demanda).

Según Parra et al., (2022) señala que la demanda se define como una gran variedad de bienes y servicios que puede ser obtenidos por el consumidor o por conjunto de consumidores a un precio predeterminado. Asimismo, menciona que a mayor precio la demanda será menor, y a menor precio la demanda será mayor.

En otras palabras, se puede decir que la demanda es la cantidad de bienes o servicios que se necesita para satisfacer las necesidades del mercado teniendo en cuenta el precio de cada bien o servicio. Para determinar la demanda de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados, dentro del cuestionario exactamente en la pregunta número uno de la sección preguntas específicas decía; ¿Si en la parroquia Quisapincha lograra ejecutar el proyecto de diseño de interiores y acabados, usted estaría dispuesto adquirir los bienes y servicios?, lo que se busca mediante esta interrogante es evidenciar si existe una demanda suficiente para ofertar los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados en la parroquia Quisapincha.

Cálculo de la demanda

Para llevar el cálculo de la demanda, primero se realizó la segmentación de mercado, luego de eso hizo una proyección para determinar cuántas habitantes existen actualmente en la parroquia Quisapincha, posteriormente, saco la muestra de la población para aplicar el

cuestionario, finalmente, se realizó la tabulación de datos y el análisis e interpretación de cada una de las preguntas.

Demanda en personas

En el cuestionario aplicado a la muestra poblacional de 367 habitantes, la pregunta que nos facilitó a determinar la demanda es; ¿Si en la parroquia Quisapincha lograra ejecutar el proyecto de diseño de interiores y acabados, usted estaría dispuesto adquirir los bienes y servicios?, para conocer la demanda en personas se toman en consideración las respuestas de carácter afirmativas, en base a eso se puede decir que la frecuencia de mercado objetivo es de 7265 personas que están dispuestas a demandar los bienes y servicios que se va ofrecer en la línea de diseño de interiores y acabados.

Tabla 15

Aceptación de producto

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Si	350	7265	95.4
No	17	353	4.6
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados de la pregunta específica uno.

Proyección de la Demanda en Personas

Tabla 16

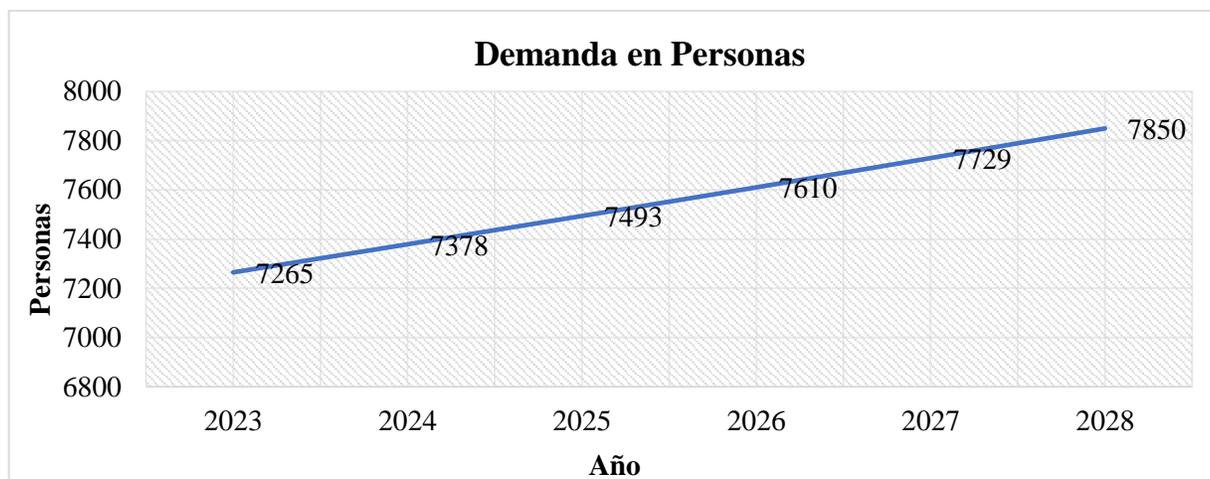
Proyección de la demanda en personas

Año	Demanda en Personas	TCP (1.56%)
2023	7265	113
2024	7378	115
2025	7493	117
2026	7610	119
2027	7729	121
2028	7850	122

Nota. Esta tabla muestra la demanda en personas.

Ilustración 15

Proyección de la demanda en personas



Nota. Esta ilustración muestra la demanda en personas.

Análisis e Interpretación

Mediante el estudio de mercado se determinó que para el año 2023 existiría una demanda de 7265 personas, en cambio, al realizar una proyección de la demanda en personas con la tasa de crecimiento poblacional de 1.56% se predice que para el año 2028 tendríamos 7850 personas que estarían dispuestos a adquirir los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados. Cabe recalcar que la proyección de la demanda en personas se realizó para los cinco años venideros empezando desde el año 2023 hasta el año 2028.

Estudio de Demanda en Productos

La interrogante que nos permitió realizar el estudio de la demanda en productos es la pregunta específica tres; ¿Con qué frecuencia usted utilizaría nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados? la misma es que parte de las diez preguntas específicas que está dentro del cuestionario. Para esto necesitamos considerar la demanda del año 2023, la cual fue de 7265 personas, seguidamente debemos tener en cuenta el porcentaje de cada una de las preguntas, para luego determinar la cantidad poblacional, luego se obtiene la cantidad promedio de cada una de las opciones que contiene la pregunta, para obtener la cantidad en compra se multiplica la cantidad poblacional con la cantidad promedio.

Tabla 17*Demanda en productos*

Demanda	Detalle	Porcentaje (%)	Cantidad Poblacional	Cantidad Promedio	Cantidad en compra
7265	Anual	38.4	2790	1	2790
	Semestral	31.9	2318	2	4635
	Trimestral	15.5	1126	4	4504
	Mensual	10.9	792	12	9503
	Nunca	3.3	240	0	0
Total		100	7265		21432

Nota. La tabla muestra el cálculo de la demanda en productos.

Proyección de la Demanda en Productos

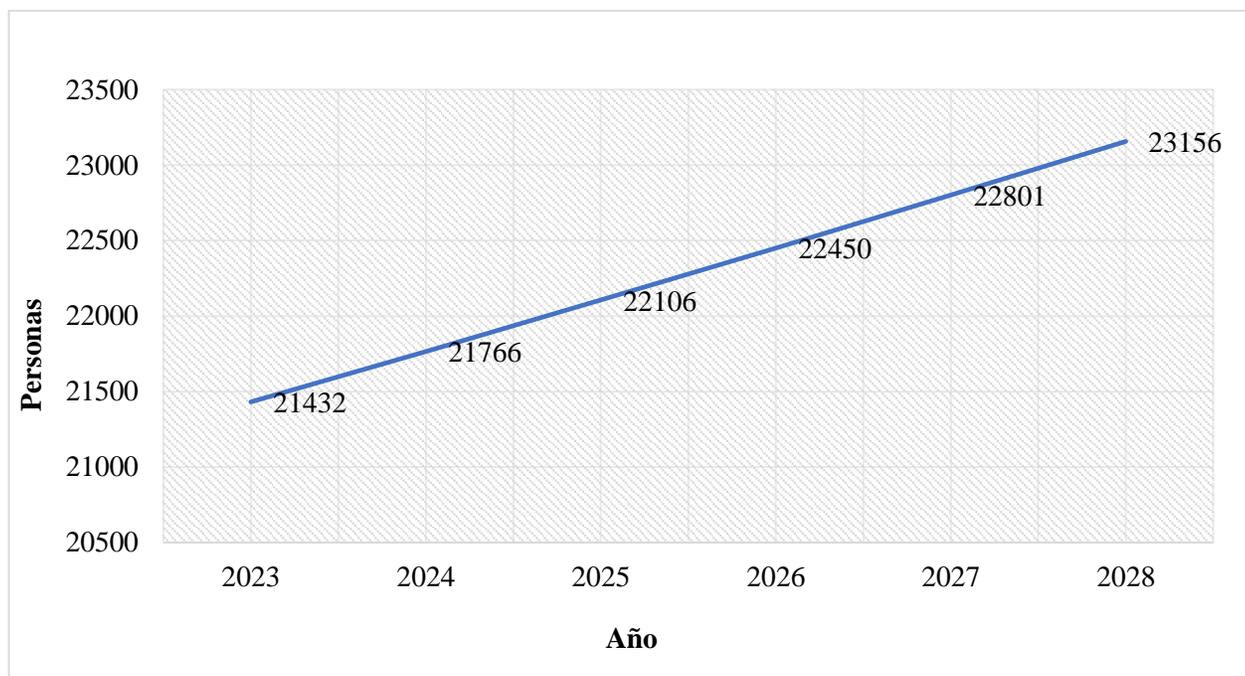
Tabla 18*Proyección de la demanda en productos*

Año	Demanda en Productos	TCP (1.56%)
2023	21432	334
2024	21766	340
2025	22106	345
2026	22450	350
2027	22801	356
2028	23156	361

Nota. La tabla muestra el cálculo de la proyección de la demanda en productos.

Ilustración 16

Proyección de la demanda en productos



Nota. Esta ilustración muestra la proyección de la demanda en productos.

Análisis e Interpretación

Una vez realizado la demanda en productos, se puede decir que la demanda en productos de diseño de interiores y acabados en el año 2023 es 21432 entre bienes y servicios, al igual que a la demanda en personas se realizó la proyección para cinco con la tasa de crecimiento poblacional de 1.56% obtenido así que para el año 2028 se tendrá una demanda en producto de 23156 entre bienes y servicios.

Estudio de la Oferta

Según Arboleda (2021) señala que la oferta está compuesta por un conjunto de bienes y servicios que el vendedor ofrece al mercado a un precio estimado, a su vez se puede decir que la oferta es el número de productos disponibles en el mercado en la espera de un comprador.

Según Hernández et al., (2018) menciona que la oferta es la cantidad de bienes y servicios que los vendedores o proveedores ponen a la venta a distintos precios, siendo estos productos de consumo, emergencia, conveniencia, especialidad y negocios.

En síntesis, la oferta es la cantidad de productos (bienes y servicios) que una empresa o individuo oferta en el mercado a un precio estimado, también hay que tener en cuenta la ley de la oferta, a un precio menor, mayor oferta y viceversa. En este caso, la oferta hace énfasis a la cantidad de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados que debemos colocar en el mercado.

Oferta en Personas

La interrogante que nos ayudara a conocer la oferta en personas es la siguiente; ¿Si en la parroquia Quisapincha lograra ejecutar el proyecto de diseño de interiores y acabados, usted estaría dispuesto adquirir los bienes y servicios?, en esta ocasión se tendrá en consideración a todas las personas encuestadas que dijeron NO.

Tabla 19

Negación del producto

Variables	Frecuencia de muestra	Mercado Objetivo	Porcentaje (%)
Si	350	7265	95.4
No	17	353	4.6
Total	367	7618	100

Nota. La tabla muestra los resultados de la pregunta específica uno.

Análisis e Interpretación

Se puede decir, de un total de 7618 personas las 353 personas No están dispuestas a adquirir los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados, lo que puede concluir que el 5% del mercado objetivo ya se encuentra satisfecha en esta línea de negocio, ya sea estas por productos sustitutos o existan alguna empresa que comercialice estos bienes y servicios, pero en pequeñas cantidades.

Proyección de la Oferta en Personas

Tabla 20

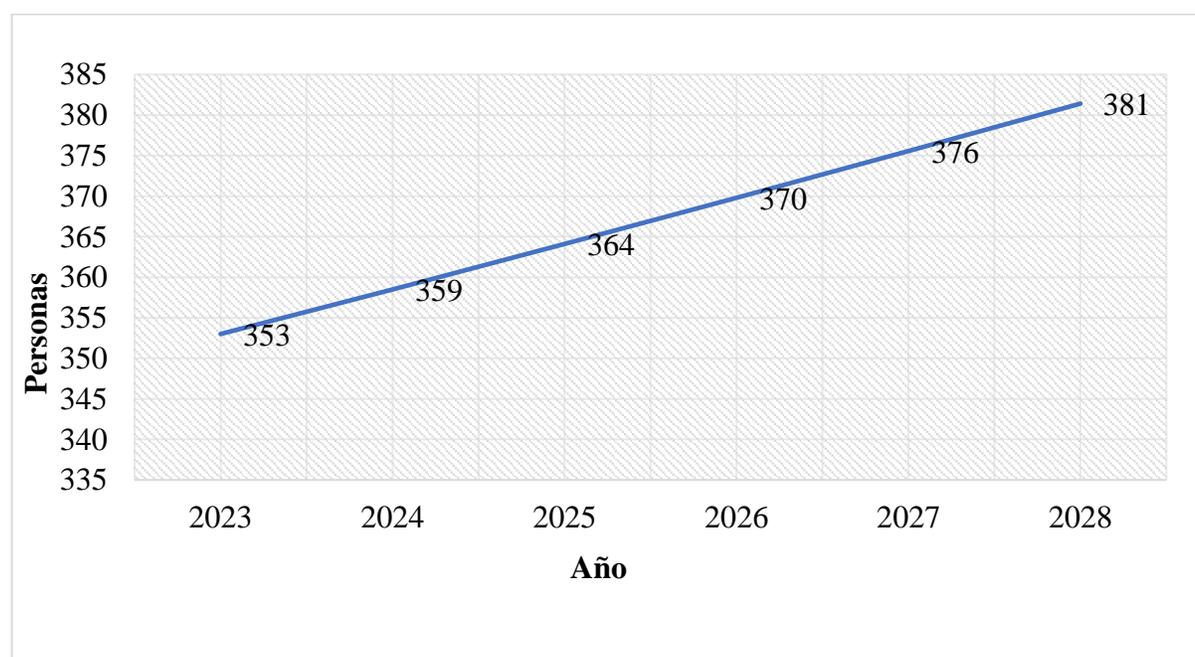
Proyección de la oferta en personas

Año	Oferta en Personas	TCP (1.56%)
2023	353	6
2024	359	6
2025	364	6
2026	370	6
2027	376	6
2028	381	6

Nota. Esta tabla muestra de la oferta en personas.

Ilustración 17

Proyección de la oferta en personas



Nota. Esta ilustración muestra de la oferta en personas.

Análisis e Interpretación

Una vez determinada la oferta en personas se puede decir que el año 2023 existe 353 personas la cual representa el 5% del mercado objetivo, en base a eso se realizó una proyección para cinco años venideros con la TCP de 1,56%, por lo tanto, para el año 2028 se espera que la oferta sea de 381 personas. En otras palabras, esa cantidad de personas no tendrá la necesidad de adquirir los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados, porque talvez ya exista otros bienes y servicios similares en el mercado.

Estudio de la Oferta en Productos

La interrogante que nos permitió realizar el estudio de la oferta en productos es la pregunta específica tres; ¿Con que frecuencia usted utilizaría nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados? la mismo es que parte de las diez preguntas específicas que está dentro del cuestionario. Para esto necesitamos considerar la oferta en personas del año 2023, la cual fue de 353 personas, seguidamente debemos tener en cuenta el porcentaje de cada una de las preguntas, para luego determinar la cantidad poblacional, luego se obtiene la cantidad promedio de cada una de las opciones que contiene la pregunta, para obtener la cantidad en compra se multiplica la cantidad poblacional con la cantidad promedio.

Tabla 21

Oferta en productos

Oferta	Detalle	Porcentaje (%)	Cantidad Poblacional	Cantidad Promedio	Cantidad en compra
353	Anual	38.4	136	1	136
	Semestral	31.9	113	2	225
	Trimestral	15.5	55	4	219
	Mensual	10.9	38	12	462
	Nunca	3.3	12	0	0
Total		100	353		1041

Nota. La tabla muestra el cálculo de la oferta en productos.

Proyección de la Oferta en Productos

Tabla 22

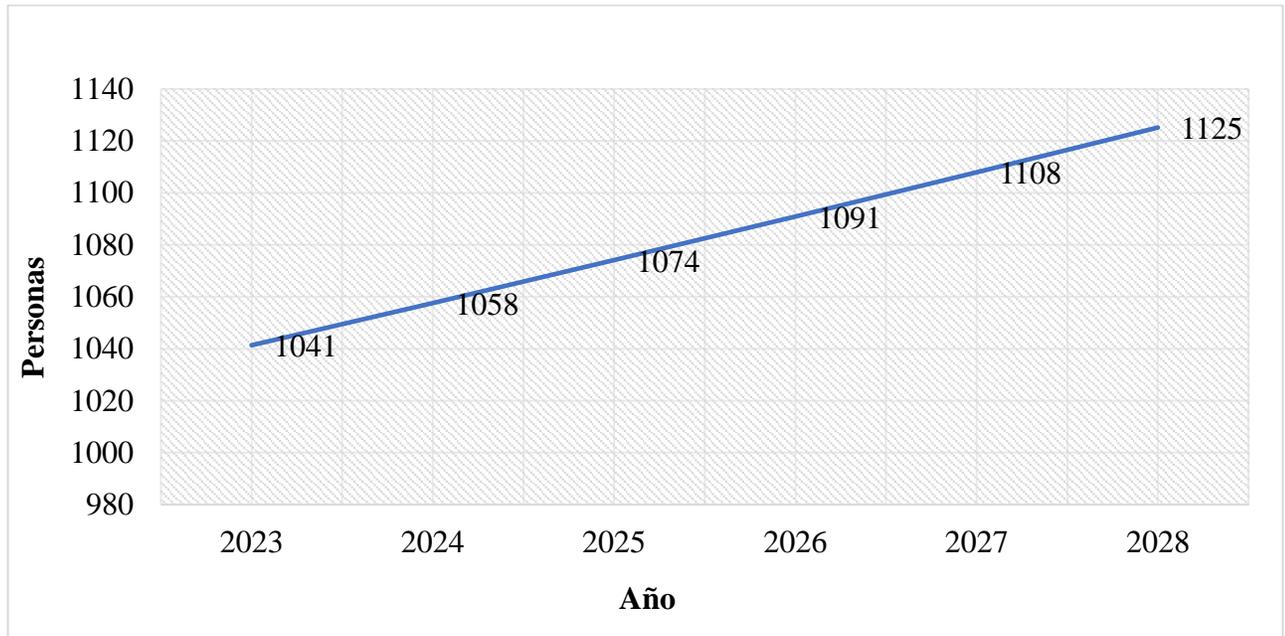
Proyección de la oferta en productos

Año	Oferta en Productos	TCP (1.56%)
2023	1041	16
2024	1058	16
2025	1074	17
2026	1091	17
2027	1108	17
2028	1125	18

Nota. La tabla muestra el cálculo de la proyección de la oferta en productos.

Ilustración 18

Proyección de la oferta en productos



Nota. Esta ilustración muestra la proyección de la oferta en productos.

Análisis e Interpretación

Una vez realizado la oferta en productos, se puede decir que la oferta en productos de diseño de interiores y acabados en el año 2023 es 1041 entre bienes y servicios, al igual que a la oferta en personas se realizó la proyección para cinco con la TCP de 1.56%

obtenido así que para el año 2028 se tendrá la oferta en producto de 1125 entre bienes y servicios.

Mercado Potencial

Según Santander Universidades (2022) indica que el mercado potencial son grupos de individuos que tiene la capacidad de adquirir bienes o contratar algún servicio. Este grupo incluye a aquellas personas que desconocen los bienes y servicios que se está ofertando en el mercado.

Según González (2021) señala que el mercado potencial es un grupo de personas las cuales se encuentra en la probabilidad de comprar un determinado bien y servicio que una empresa en particular está ofertando, para conocer en realidad el mercado potencial es importante considerar las características demográficas, geográficas, psicográficas y comportamiento.

En base a lo anterior, se puede decir que el mercado potencial es un conjunto de personas que están en la capacidad de adquirir los bienes y servicios, conocer cuál es el mercado potencial nos permite identificar oportunidades de negocio, o aspectos claves para el éxito o fracaso de la empresa.

Demanda Potencial Insatisfecha (DPI)

Una vez determinado la demanda y la oferta en productos se procede hacer el cálculo de la demanda potencial insatisfecha (DPI), para lo cual se considera la siguiente formula:

$$DPI = Demanda en productos - Oferta en productos$$

Tabla 23

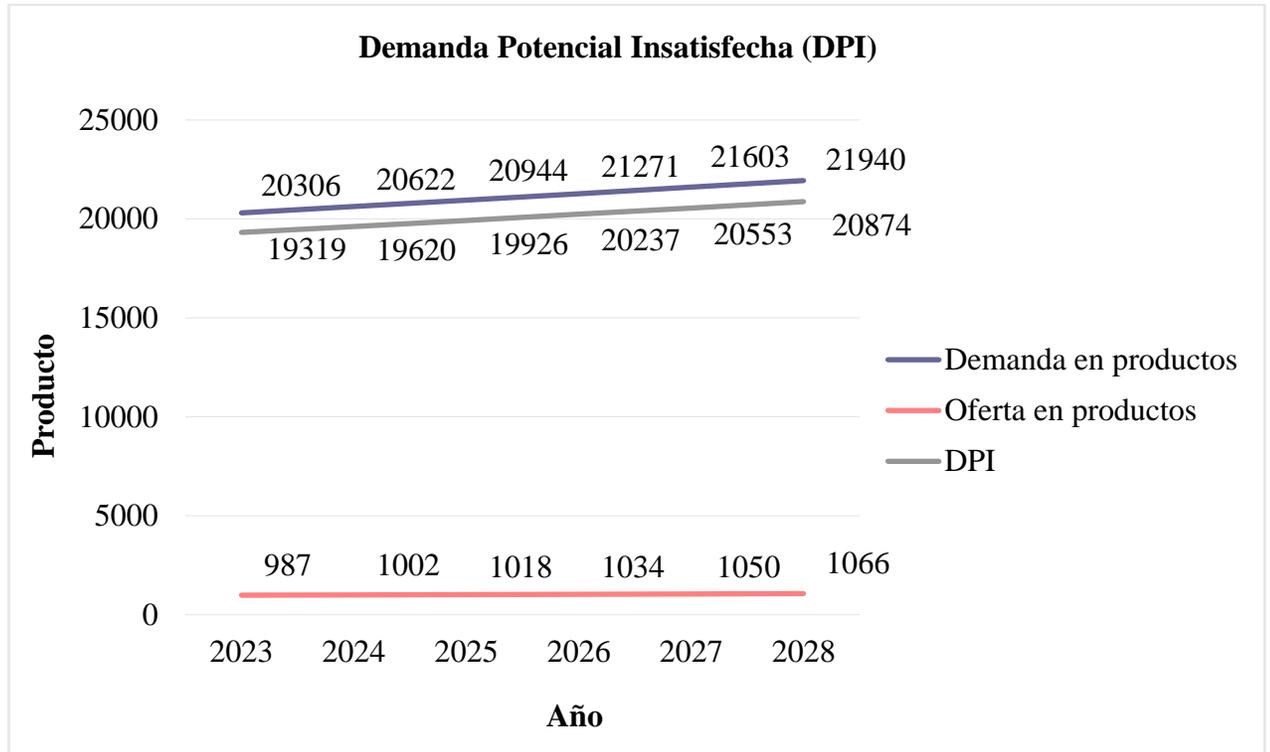
Demanda Potencial Insatisfecha DPI

Año	Demanda en productos	Oferta en productos	DPI
2023	20306	987	19319
2024	20622	1002	19620
2025	20944	1018	19926
2026	21271	1034	20237
2027	21603	1050	20553
2028	21940	1066	20874

Nota. Esta tabla muestra el cálculo de la DPI

Ilustración 19

Demanda Potencial Insatisfecha DPI



Nota. Esta ilustración muestra las cantidades de la demanda, oferta y la DPI.

Análisis e Interpretación

La demanda potencial insatisfecha se obtiene mediante la resta entre la demanda en productos y la oferta en productos, el DPI para este año 2023 es de 19319, mientras que para el año 2028 se prevé un DPI de 20874, se puede decir que la demanda en productos es mayor a la oferta en productos.

Análisis de Precio

Según el boletín técnico de INEC (2022) informo que la inflación acumulada es de 3.74%, en base a esta información se procede realizar el análisis de precio para lo cual debemos tener en cuenta la interrogante número 5, la misma que está dentro de las 10 preguntas específicas planteadas en el cuestionario. La pregunta es la siguiente; teniendo en cuenta los precios ¿Qué tipo de diseño y acabados le gustaría dar a su vivienda, departamento u oficinas?

El 49.6% de los encuestados respondieron que le gustaría dar el diseño de interiores y acabados de gama media, en cambio, el 37.9% de los encuestados respondieron que le gustaría dar el diseño de interiores y acabados de gama económica , finalmente, el 12.5% de los encuestados respondieron que le gustaría dar el diseño de interiores y acabados de gama alta, teniendo en cuenta los precio se procede hacer la proyección para los siguientes cinco años conjuntamente con la inflación acumulada del año 2022.

- Gama económica \$350 el m²
- Gama media \$450 el m²
- Gama alta \$550 el m²

Tabla 24

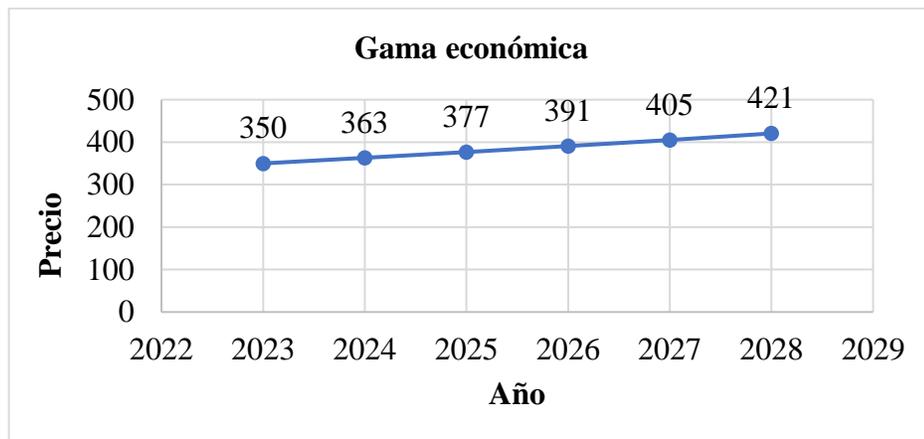
Proyección de precio gama económica

Año	Precio	Inflación Acumulada 3,74%
2023	350	13
2024	363	14
2025	377	14
2026	391	15
2027	405	15
2028	421	16

Nota. Esta tabla muestra la proyección del precio de gama económica.

Ilustración 20

Proyección de precio gama económica



Nota. Esta ilustración muestra la proyección del precio de gama económica.

Análisis e Interpretación

El precio de gama económica en el año 2023 es de \$350 el m², al realizar la proyección con la inflación acumulada de 3.74% se prevé que para el año 2028 el precio de gama económica sea de \$421 el m² de diseño de interior y acabados, restando el precio del año 2023 con el 2028 podemos decir que el precio se incrementara en \$71, la cual puede ser beneficio al negocio, a su vez podemos tener un decremento en la demanda de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados por el alza del precio.

Tabla 25

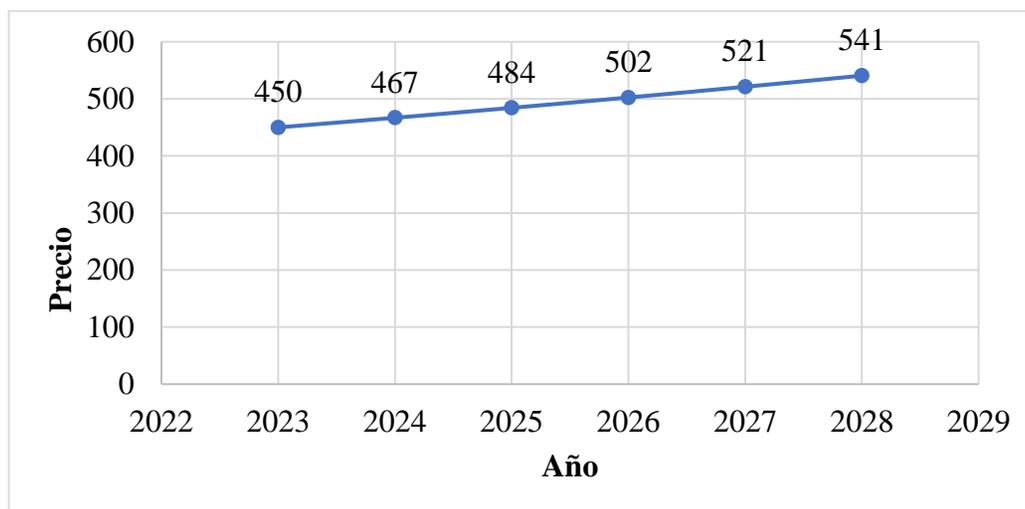
Proyección de precio gama media

Año	Precio	Inflación Acumulada 3,74%
2023	450	17
2024	467	17
2025	484	18
2026	502	19
2027	521	19
2028	541	20

Nota. Esta tabla muestra la proyección del precio de gama media.

Ilustración 21

Proyección de precio gama media



Nota. Esta ilustración muestra la proyección del precio de gama media.

Análisis e Interpretación

El precio de gama media en el año 2023 es de \$450 el m², al realizar la proyección con la inflación acumulada de 3.74% se prevé que para el año 2028 el precio de gama media sea de \$541 el m² de diseño de interior y acabados, restando el precio del año 2023 con el 2028 podemos decir que el precio se incrementara en \$91, la cual puede ser beneficio al negocio, a su vez podemos tener un decremento en la demanda de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados por el alza del precio.

Tabla 26

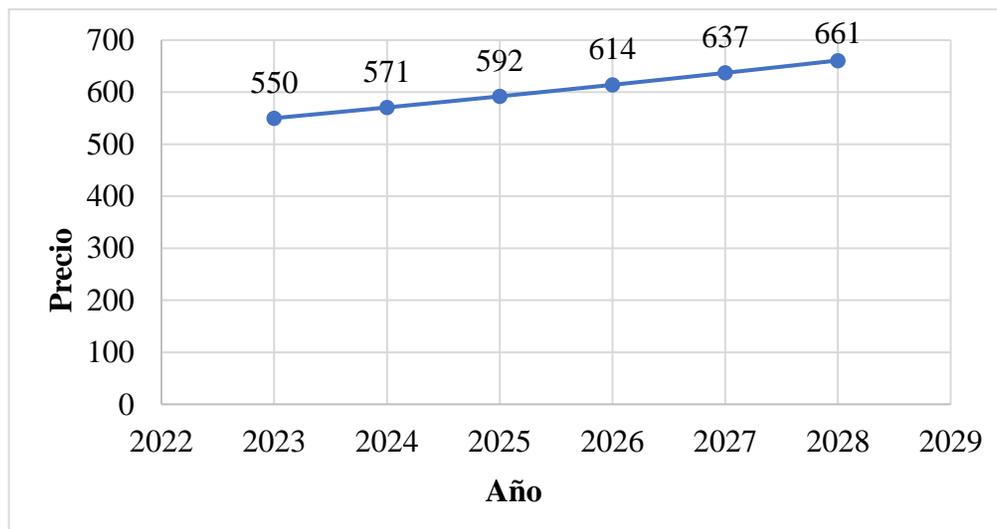
Proyección de precio gama alta

Año	Precio	Inflación Acumulada 3,74%
2023	550	21
2024	571	21
2025	592	22
2026	614	23
2027	637	24
2028	661	25

Nota. Esta tabla muestra la proyección del precio de gama alta.

Ilustración 22

Proyección de precio gama alta



Nota. Esta ilustración muestra la proyección del precio de gama alta.

Análisis e Interpretación

El precio de gama alta en el año 2023 es de \$550 el m², al realizar la proyección con la inflación acumulada de 3.74% se prevé que para el año 2028 el precio de gama alta sea de \$661 el m² de diseño de interior y acabados, restando el precio del año 2023 con el 2028 podemos decir que el precio se incrementara en \$111, la cual puede ser beneficio al negocio, a su vez podemos tener un decremento en la demanda de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados por el alza del precio.

Comercialización

Canales de comercialización

Según Avilés et al., (2019) señala que los canales de comercialización es un conjunto de medios o vías por los cuales los bienes y servicios atraviesa hasta llegar al consumidor final, el termino canal determina la ruta o vías por donde va circular el producto antes de llegar al consumidor, los canales de comercialización involucran productores, intermediarios y consumidores.

Los Bustamante et al., (2022) menciona que los canales de comercialización son un conjunto de medios que se utiliza para vender los bienes y servicios que una empresa ofrece en el mercado. Estos canales de comercialización abarcan todo el proceso desde que los productos sale del fabricante hasta llegar al consumidor final, e incluyen los intermediarios como mayoristas, minoristas, distribuidores, agentes de ventas, entre otros.

En otras palabras, los canales de comercialización son medios que nos permite entregar los bienes y servicios en las manos de consumidor final.

Canales de Comunicación Para Comercialización

Redes Sociales. Según Acibeiro (2023) señala que las redes sociales plataformas digitales que facilitan la comunicación de los usuarios mediante el internet, estas plataformas digitales nos permiten recibir y enviar información en formato de texto, imágenes, videos y audios.

Según Guamán et al., (2021) menciona que las redes sociales como canal de comunicación para comercialización tiene como finalidad vender los bienes y servicios, la aplicación de las redes sociales en los negocios puede resultar muy beneficioso si sabe cómo y cuándo

utilizar, las redes sociales pueden ser responsables de conseguir nuevos clientes y encontrar comunidades con intereses similares.

Las redes sociales son herramientas esenciales para comunicarse con los clientes, proveedores y colaboradores, y como estrategia de marketing nos facilita promocionar y vender los bienes y servicios. En la actualidad existe una amplia variedad de redes sociales, como Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok, entre otras.

Canales de Distribución

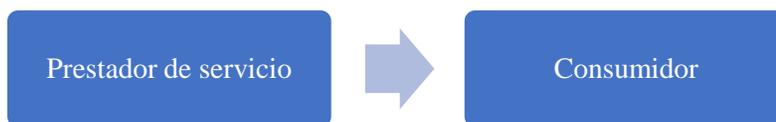
Según Fonseca & Troya (2022) menciona que los canales de distribución son un conjunto de etapas que los bienes y servicio atraviesa hasta llegar al consumidor final. Dicha cadena puede contar una o varios intermediarios al momento de distribuir, entre los intermediarios se encuentran los fabricantes, distribuidores, mayoristas, minoristas y el consumidor final.

Según Gavilanes (2019) señala que los canales de distribución comprenden una serie de fases empleados por la empresa para hacer llegar los bienes y servicios al consumidor final. Existen dos tipos de canales de distribución directa e indirecta, canal directa el fabricante vende al consumidor final sin la necesidad de intermediarios, canal indirecta la comercialización y distribución se los realiza los intermediarios.

Los canales de distribución son los individuos que se encarga de distribuir los bienes y servicios desde un fabricante hasta el consumidor final, dentro de este proyecto de diseño de interiores y acabados el canal de comercialización es prestador de servicio y consumidor final.

Ilustración 23

Canal de distribución Directo



Nota. Esta ilustración nos muestra cual es el canal de distribución de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados.

Matriz FODA

Tabla 27

Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Soluciones personalizadas 2. Creatividad y originalidad en los diseños 3. Equipos de profesionales especializados 4. Marca conocida (Grupo KA) 5. Precios competitivos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado potencial insatisfecha 2. Inexistencia de competencia 3. Expansión a nuevos mercados 4. Alianzas estratégicas 5. Nuevos materiales de acabados
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Carencia de habilidades gerenciales 2. Limitada gama de bienes y servicios 3. Carencias de canales de comercialización y distribución 4. Recursos económicos limitados 5. Sin presencia en redes sociales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cambios de preferencia de los consumidores 2. Cambio de tendencias en la construcción 3. Conflictos políticos 4. Aparición de competidores 5. Nueva pandemia

Nota. La matriz de FODA nos permite conocer cuáles son los puntos débiles y fuertes del negocio.

Matriz FODA Cruzada

Tabla 28

Matriz FODA cruzada

Fortalezas	Debilidades
F1: Soluciones personalizadas. F2: Creatividad y originalidad en los diseños. F3: Equipos de profesionales especializados. F4: Marca conocida (Grupo KA). F5: Precios competitivos.	D1: Carencia de habilidades gerenciales. D2: Limitada gama de bienes y servicios. D3: Carencias de canales de comercialización y distribución. D4: Recursos económicos limitados.

		D5: Sin presencia en redes sociales
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>O1: Mercado potencial insatisfecho.</p> <p>O2: Inexistencia de competencia.</p> <p>O3: Expansión a nuevos mercados.</p> <p>O4: Alianzas estratégicas.</p> <p>O5: Nuevos materiales de acabados</p>	<p>F1+F2+O1: Ofrecer diseños personalizados, creativos y originales que se adapten a las necesidades y preferencias de cada cliente, especialmente de un mercado potencial insatisfecho.</p> <p>F4+O3+O4: Fortalecer la marca mediante las alianzas estratégicas con instituciones de diferentes sectores económicos y sociales con la finalidad de expandir a nuevos mercados.</p>	<p>D1+O4: Establecer alianzas con universidades, instituciones públicas y privadas que proporcione acceso a programas de capacitación para mejorar las habilidades gerenciales.</p> <p>D3+O1: Realizar estudios de mercado para identificar las necesidades y preferencias insatisfechas, posteriormente ampliar y diversificar los bienes y servicios.</p> <p>D4+O2: Identificar un nicho de mercado específico y designar recursos solo a una, por otra parte, construir relaciones duraderas con clientes para fidelizar y aumentar la lealtad a la marca.</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>A1: Cambios de preferencia de los consumidores.</p> <p>A2: Cambio de tendencias en la construcción.</p> <p>A3: Conflictos políticos.</p> <p>A4: Aparición de competidores.</p> <p>A5: Nueva pandemia.</p>	<p>F3+A2: Aprovechar el conocimiento y las experiencias de los profesionales para desarrollar nuevos bienes y servicios que vayan a la vanguardia del mercado.</p> <p>F4+A3: Fidelizar a los clientes actuales para mantener una base sólida en momentos de conflictos políticos que pueda afectar al negocio.</p>	<p>D2+D3+A2: Analizar las necesidades del mercado y buscar nuevas oportunidades para desarrollar nuevos bienes y servicios, ir mejorando los canales de comercialización y distribución.</p> <p>D4+A3: Con recursos limitados, buscar un nicho de mercado específico y desarrollar soluciones innovadoras para satisfacer sus necesidades.</p>

Nota. En esta tabla se muestra las estrategias FO, DO, FA y DA.

Matriz de Perfil de Capacidad Interna (PCI)

Tabla 29

Matriz PCI

Fortalezas	Ponderación	Calificación	Valor ponderado
Soluciones personalizadas	0.09	3	0.27
Creatividad y originalidad en los diseños	0.06	5	0.30
Equipos de profesionales especializados	0.14	5	0.70
Marca conocida (Grupo KA)	0.13	3	0.39
Precios competitivos	0.08	3	0.24
Subtotal	0.50	3.80	1.90
Debilidades	Ponderación	Calificación	Valor ponderado
Carencia de habilidades gerenciales	0.15	5	0.75
Limitada gama de bienes y servicios	0.05	3	0.15
Carencias de canales de comercialización y distribución	0.12	3	0.36
Recursos económicos limitados	0.11	1	0.11
Sin presencia en redes sociales	0.07	3	0.21
Subtotal	0.50	3.00	1.58
Total	1.00	3.40	3.48

Nota. Esta tabla muestra la ponderación de la matriz PCI.

Análisis e Interpretación

Mediante la matriz PCI, se conoce que el valor ponderado es 3, si comparamos las fortalezas frente a las debilidades, podemos decir que las fortalezas están por encima de las debilidades de la empresa. Por lo tanto, se puede decir que internamente la empresa se encuentra fuerte ya que tiene varias fortalezas que puede ayudar a disminuir las debilidades que pueda afectar a la empresa.

Matriz de Perfil de las Oportunidades y Amenazas (POAM)

Tabla 30

Matriz POAM

OPORTUNIDADES	Ponderación	Calificación	Valor ponderado
Mercado potencial insatisfecha	0.13	5	0.65
Inexistencia de competencia	0.09	3	0.27
Expansión a nuevos mercados	0.10	3	0.30
Alianzas estratégicas	0.12	5	0.60
Nuevos materiales de acabados	0.06	3	0.18
Subtotal	0.50	3.8	2.00
AMENAZAS	Ponderación	Calificación	Valor ponderado
Cambios de preferencia de los consumidores	0.14	3	0.42
Cambio de tendencias en la construcción	0.16	3	0.48
Conflictos políticos	0.11	3	0.33
Aparición de competidores	0.04	3	0.12
Nueva pandemia	0.05	1	0.05
Subtotal	0.50	3	1.40
Total	1.00	3.57	3.40

Nota. Esta tabla muestra la ponderación de la matriz POAM.

Análisis e Interpretación

Mediante la matriz POAM, se conoce que el valor ponderado es 3, si comparamos las oportunidades frente a las amenazas, podemos decir que las oportunidades están por encima de las amenazas de la empresa. Por ellos, decimos que la empresa tiene todas las posibilidades de crecer y expandir a nuevos mercados ya sea ofertando los mismo bienes y servicios de diseño de interiores y acabados, o dedicando a otra nueva línea de negocio que vaya de la mano con la empresa actual.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño Óptimo del Proyecto

Factores Determinantes Del Tamaño

Demanda Potencial Insatisfecha (DPI). La DPI nos muestra que, si existen personas quienes están dispuestos a adquirir los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados, la DPI del año 2023 es de 20390 y la proyección para el año 2028 es de 22031. Conocer la DPI nos permite desarrollar bienes y servicios que satisfagan las necesidades y preferencias del mercado, adicionalmente, la DPI permite las empresas tomar decisiones direccionadas a la capacidad o cantidad de producción y los recursos que se necesita para satisfacer la demanda del mercado.

Disponibilidad De Capital. La disponibilidad de capital es esencial en todo proyecto ya que se necesita de recursos financieros para ejecutar y desarrollar el negocio, por otro lado, la disponibilidad de capital es necesario para cubrir los costos iniciales, la contratación del personal, adquisición de maquinarias o equipos de producción, entre otros.

Tecnología. En la actualidad la tecnología es esencial en cualquier tipo de negocio, mediante la tecnología se puede mejorar los procesos productivos disminuyendo así los tiempos de producción, automatizar los canales de comercialización y distribución y mejorar la calidad de los bienes y servicios. En caso de una empresa de diseño de interiores y acabados, la tecnología nos permite crear modelos virtuales de espacio de interiores y acabados mediante la impresión 3D, por otro lado, la tecnología en realidad aumentada nos ayuda a visualizar en 3D y en tiempo real las dimensiones del diseño, en caso de que algo no le agrade podemos realizar los cambios respectivos antes de implementar en la realidad.

Insumos. Los insumos para una empresa dedicada al diseño de interiores y acabados son materiales de construcción, acabados, mobiliarios, iluminación, herramientas y quipos. Por ejemplo, los materiales de construcción como son los ladrillos,

bloques, cementos, varillas, piedras, entre otros. Por otro lado, los acabados pueden incluir pinturas, pisos, persianas, entre otros elementos decorativos que son parte de los acabados. En cambio, los mobiliarios pueden incluir las mesas, sillas, cuadros, armarios, libreros, entre otros muebles. Adicional, la iluminación puede incluir lámparas, focos, focos led y otros. Finalmente, las herramientas y equipos son martillo, taladro, soldadura, espátulas, corta fierro, sierras, lijadoras, entre otros.

Tamaño Óptimo

Para conocer el tamaño óptimo de la empresa de diseño de interiores y acabados, se utiliza la capacidad o nivel de producción de 10% por la disponibilidad de recursos financieros, materiales, humanos y tecnológicos para la prestación óptimo del servicio. Para determinar la DPI real o el tamaño óptimo se toma en cuenta la DPI calculada en la parte de estudio de mercado, esto se multiplica por el 10% de la capacidad es así como tenemos la DPI real anual, finalmente, para conocer la producción diaria se divide por 240 días que sería los días que se va a trabajar sin tener en cuenta los fines de semana y los días festivos.

Tabla 31

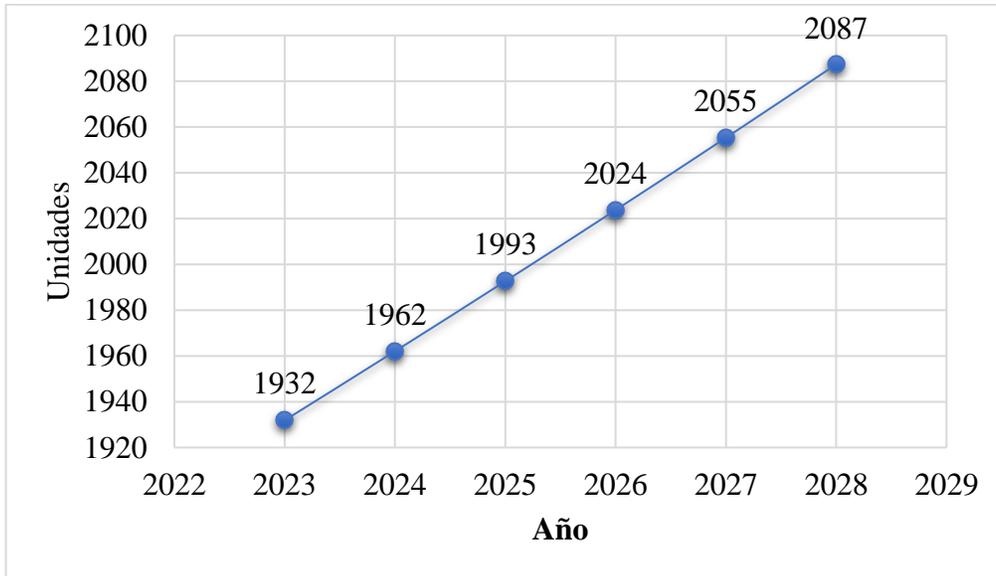
DPI real

Año	DPI	Estimación (%)	DPI real (anual)	Producción diaria
2023	19319	10.00	1932	8
2024	19620	10.00	1962	8
2025	19926	10.00	1993	8
2026	20237	10.00	2024	8
2027	20553	10.00	2055	9
2028	20874	10.00	2087	9

Nota. Esta tabla muestra el cálculo de la DPI real y la producción diaria desde 2023 hasta 2028.

Ilustración 24

DPI real



Nota. Esta ilustración muestra la DPI real desde 2023 hasta 2028.

Análisis e Interpretación

La DPI real con la estimación de 10% de la capacidad estimada se obtiene la DPI real de 1932 unidades para el año 2023 y 2087 unidades para el año 2028, en otras palabras, la empresa debe producir 8 unidades diarias de diseño de interiores y acabados para este año. Conocer el tamaño óptimo es esencial para tomar las decisiones adecuadas orientadas a la capacidad de producción requerida para satisfacer la demanda del mercado, evitando incurrir a costos innecesarios que puede generar pérdidas a la empresa.

Localización

Localización Óptima

La localización óptima hace referencia al sitio donde va a estar ubicada la empresa para tener un adecuado funcionamiento, para lo cual debe tener en cuenta varios factores como; la accesibilidad, la disponibilidad de recursos, la competencia, cercanía de proveedores o colaboradores, entre otros. En otras palabras, la localización óptima permite a la empresa ser eficiente y productiva en todos los procesos. Sin embargo, hay que considerar la siguiente escala de valoración o impacto.

Tabla 32*Valores de impacto*

Escala	Impacto
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Nota. Esta tabla muestra los valores de impacto con su respectiva escala de calificación.

Tabla 33*Matriz de ponderación de localización*

Factores relevantes	Peso ponderado	Alrededor del parque central		Alrededor del mercado Central		Alrededor de la plaza central	
Seguridad	0.12	2	0.24	1	0.12	1	0.12
Servicios básicos	0.14	2	0.28	2	0.28	2	0.28
Cercanía a proveedores	0.05	2	0.10	2	0.10	2	0.10
Vías de acceso	0.11	2	0.22	2	0.22	2	0.22
Transporte	0.09	2	0.18	2	0.18	2	0.18
Infraestructura	0.08	2	0.16	2	0.16	2	0.16
Sector comercial	0.15	3	0.45	2	0.30	1	0.15
Permisos de funcionamiento	0.07	2	0.14	2	0.14	2	0.14
Costo de arriendo	0.06	3	0.18	2	0.12	2	0.12
Aceptación por la sociedad	0.13	3	0.39	3	0.39	3	0.39
Total	1		2.34		2.01		1.86

Nota. Esta tabla muestra la ponderación de localización.

Análisis e Interpretación

Una vez realizada la matriz de ponderación de localización se pudo determinar que alrededor del parque central es la localización óptima para esta línea de negocio, uno de los factores más relevantes de este sector es que está ubicado en un sector comercial ya que se encuentra en medio de las diferentes instituciones financieras de la parroquia, además, la mayoría de los local que venden los productos químicos para la agricultora se

encuentra en este sector es por ello que la gran parte de las personas se concentran en este lugar, por otra parte, el costo de arriendo si es un poco alto a diferencia de otros sectores.

Macro Localización

País: Ecuador

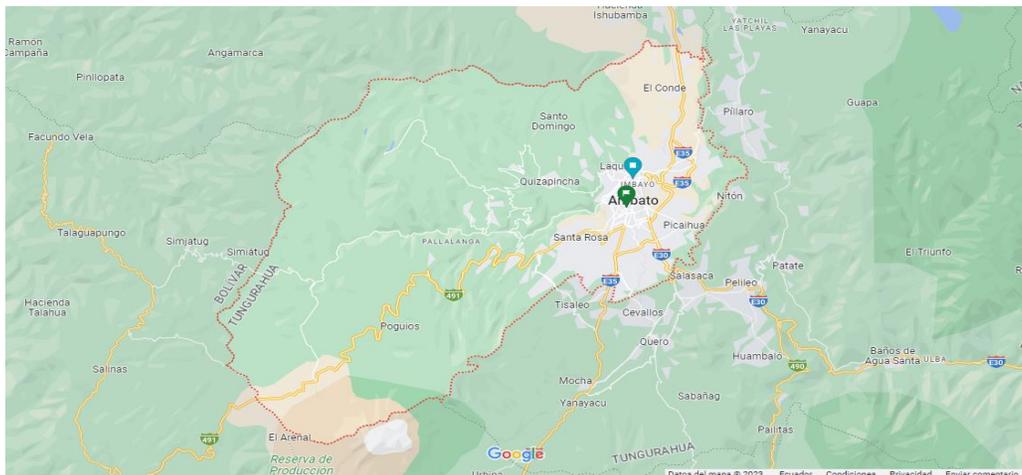
Zona: 3

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Ilustración 25

Cantón Ambato



Nota. La ilustración muestra todo el territorio del cantón Ambato, Google Maps (2023).

Micro localización

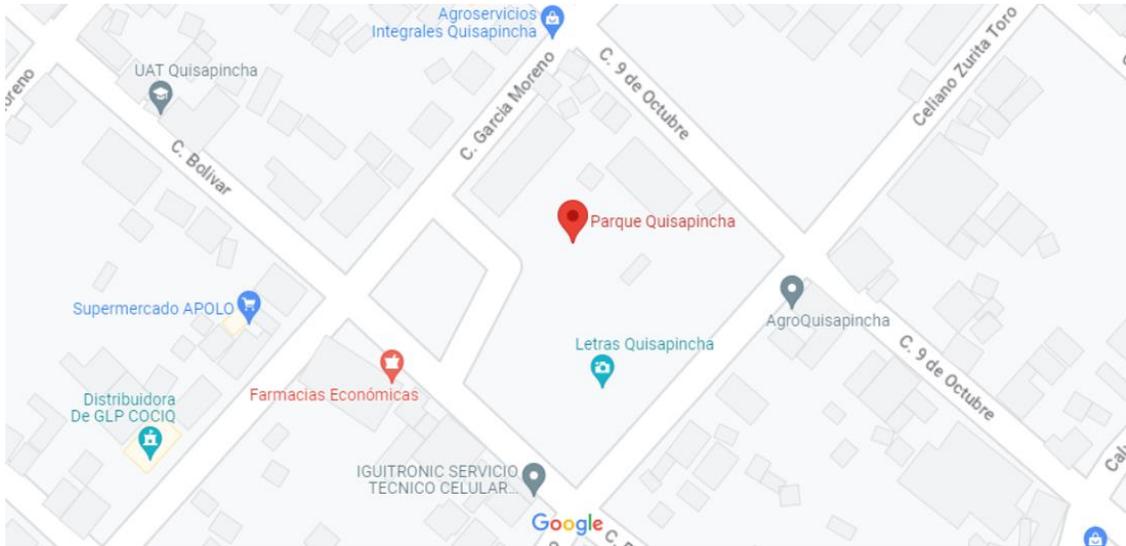
Parroquia: Quisapincha

Barrio: Parque central

Sector: Calle Bolívar, entre García Moreno y Celiano Zurita Toro

Ilustración 26

Parroquia Quisapincha, Parque central



Nota. La ilustración muestra los alrededores del parque central Quisapincha, Google Maps (2023).

Ingeniería de Proceso

Producto – Precio

Para el desarrollo de una nueva línea de negocio de diseño de interiores y acabados, hay que tener en cuenta las actividades, los recursos, el tiempo, entre otros factores que nos permitirá tener un proceso a seguir a la ejecución de este proyecto.

La ingeniería de procesos de proyectos es una disciplina que combina los principios de la ingeniería de procesos y la ingeniería de proyectos para diseñar, planificar y ejecutar proyectos industriales de manera eficiente. Esta disciplina implica el diseño de procesos industriales, la selección de equipos, la planificación de operaciones y la gestión de proyectos para llevar a cabo la fabricación o la producción de manera eficaz.

Tabla 34*Proceso de producción de diseño de interiores y acabados*

N°	Actividad	Descripción	Tiempo (Días)	Recursos
1	Análisis del espacio y necesidades del cliente	Evaluar el espacio disponible, tomar medidas, fotos, video y discutir las necesidades, las preferencias y el objetivo del proyecto.	Un día	Arquitecto/a, diseñador/a de interiores, herramientas de medición, celular o cámara.
2	Investigación y planificación	Investigar tendencias y estilos de los diseños de interiores y acabados que se ajusten a las preferencias del cliente.	Un día	Pinterest, revistas de diseño, catálogos y sitios web.
3	Diseño conceptual	Presentar el diseño basando en la información recolectada del cliente, crear planos, bocetos, seleccionar los colores y materiales.	Tres días	Herramientas de diseño como; AutoCAD, Revit, Photoshop, entre otros.
4	Desarrollo del diseño	Una vez que el cliente apruebe el diseño conceptual, se empieza a trabar de una manera más detallada el diseño como tal, especificando los detalles de construcción, materiales, colores, mobiliarios y accesorios de decoración.	Cinco días	Herramientas de diseño como; AutoCAD, Revit, Photoshop, entre otros.
5	Presupuesto y programación	Elaborar un presupuesto de una manera más detallada incluyen el cronograma de trabajo, costo de materiales, mano de obra, logística, entre otros. Coordinar con profesionales, proveedores y contratistas del proyecto.	Diez días	Software como es; STEL Order, Ekon Building, Billing, entre otros.
6	Instalación y decoración	Instalación de mobiliarios, iluminación, accesorios de decoración, materiales de construcción, entre otros.	Treinta días o mas	Proveedores, colaboradores, materiales y suministros.
7	Entrega	Entregar el proyecto culminado al cliente, realizar un recorrido por todas las instalaciones para asegurar la satisfacción del cliente.	Un día	Contratante y contratista

Nota. Esta tabla muestra las actividades, la descripción, l tiempo y los recursos para el proceso de producción de diseño de interiores y acabados.

Balance de Materiales

Tabla 35

Materiales directos

Descripción	Unidades de medición
Pinturas y revestimientos	m ²
Iluminación	Unidad
Mobiliarios	Unidad
Persianas	m ²
Accesorios de decoración	Unidad

Nota. Esta tabla muestra los materiales directos de diseño de interiores y acabados.

Tabla 36

Herramientas

Descripción	Unidades de medición	Cantidad
Cinta métrica	Unidad	1
Niveles	Unidad	1
Escalímetro	Unidad	1
Escuadra	Unidad	1
Tablero	Unidad	1
Martillo	Unidad	1
Juegos de destornilladores	Unidad	1
Juego de copas y llaves	Unidad	1
Tijeras	Unidad	2
Chaveta	Unidad	2
Juego de brocas y puntas	Unidad	1

Nota. Esta tabla muestra las herramientas requeridas por el profesional.

Tabla 37

Herramientas de instalación

Descripción	Unidades de medición	Cantidad
Amoladora	Unidad	1
Taladros	Unidad	1
Lijadora	Unidad	1
Corta Azulejo	Unidad	1

Nota. Esta tabla muestra las diferentes herramientas que se emplea para la instalación de acabados.

Tabla 38*Equipos y enseres*

Descripción	Unidades de medición	Cantidad
Equipos de computo	Unidad	1
Impresora/escáner	Unidad	1
Silla	Unidad	1
Sofá	Unidad	2
Folder/archivadores	Unidad	2
Mesa rectangular	Unidad	2
Mesa en L	Unidad	1
Estanterías metálicas	Unidad	10
Router	Unidad	1
Teléfono	Unidad	1

Nota. Esta tabla muestra los equipos y enseres de oficina.

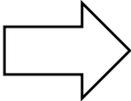
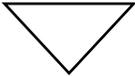
Diagrama de Flujos

Según Viveros & Cortés (2021) menciona que el diagrama de flujos es la representación visual de los procesos o actividad que debe seguir para el cumplimiento y un objetivo, especialmente el diagrama de flujo se utiliza en las áreas de ingeniería, administración y programación.

Según Asana (2022) indica que el diagrama de flujo es un conjunto de figuras geométricas y símbolos que nos permite crear procesos para una determinada actividad, el diagrama de flujos nos permite visualizar y comprender los procesos, ayuda a que la comunicación sea eficiente, permite identificar problemas y mejorar los procesos.

En síntesis, el diagrama de flujo es una herramienta que nos permite visualizar, analizar, comunicar y mejorar los procesos, además, permite identificar problemas y dar solución a la misma, finalmente, esta herramienta nos permite control y monitorear que los trabajadores sigan los procedimientos adecuados.

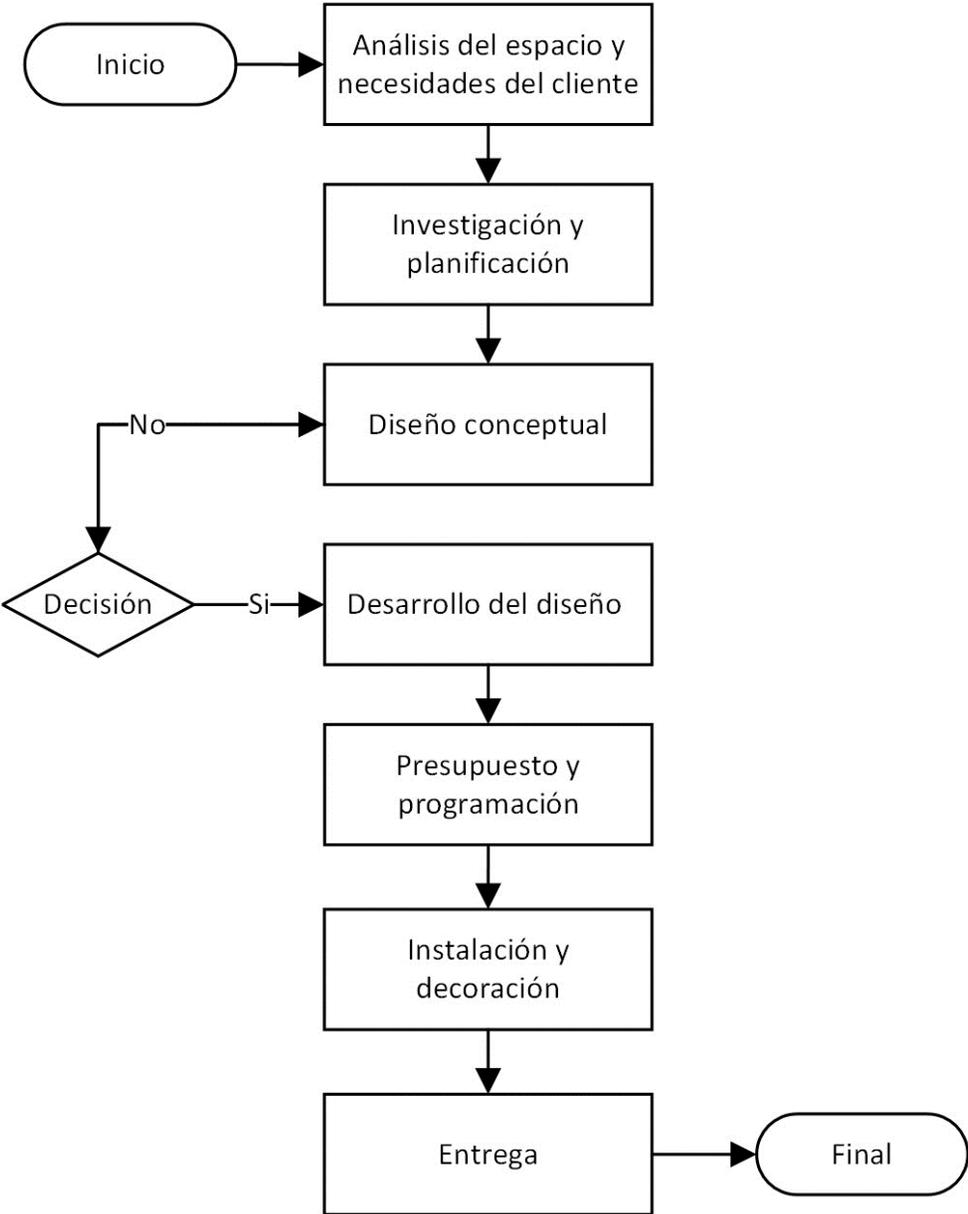
Tabla 39*Simbología ASME*

Simbología	Significado	Descripción
	Origen y Final	Indica el inicio y el final del flujo.
	Proceso	Representa una acción o proceso.
	Conector	Se utiliza para conectar las partes del flujo.
	Desplazamiento transporte	o Indica el movimiento o desplazamiento de objetos de un lugar a otro.
	Almacenamiento	Señala la acción de archivos o almacenamiento de documentos.
	Decisión	Señala el punto donde se toma una decisión “Si” y “No”.

Nota. Esta tabla muestra las diferentes simbologías de ASME.

Ilustración 27

Diagrama de flujo



Nota. Esta ilustración muestra el proceso de diseño de interiores y acabados.

Tabla 40

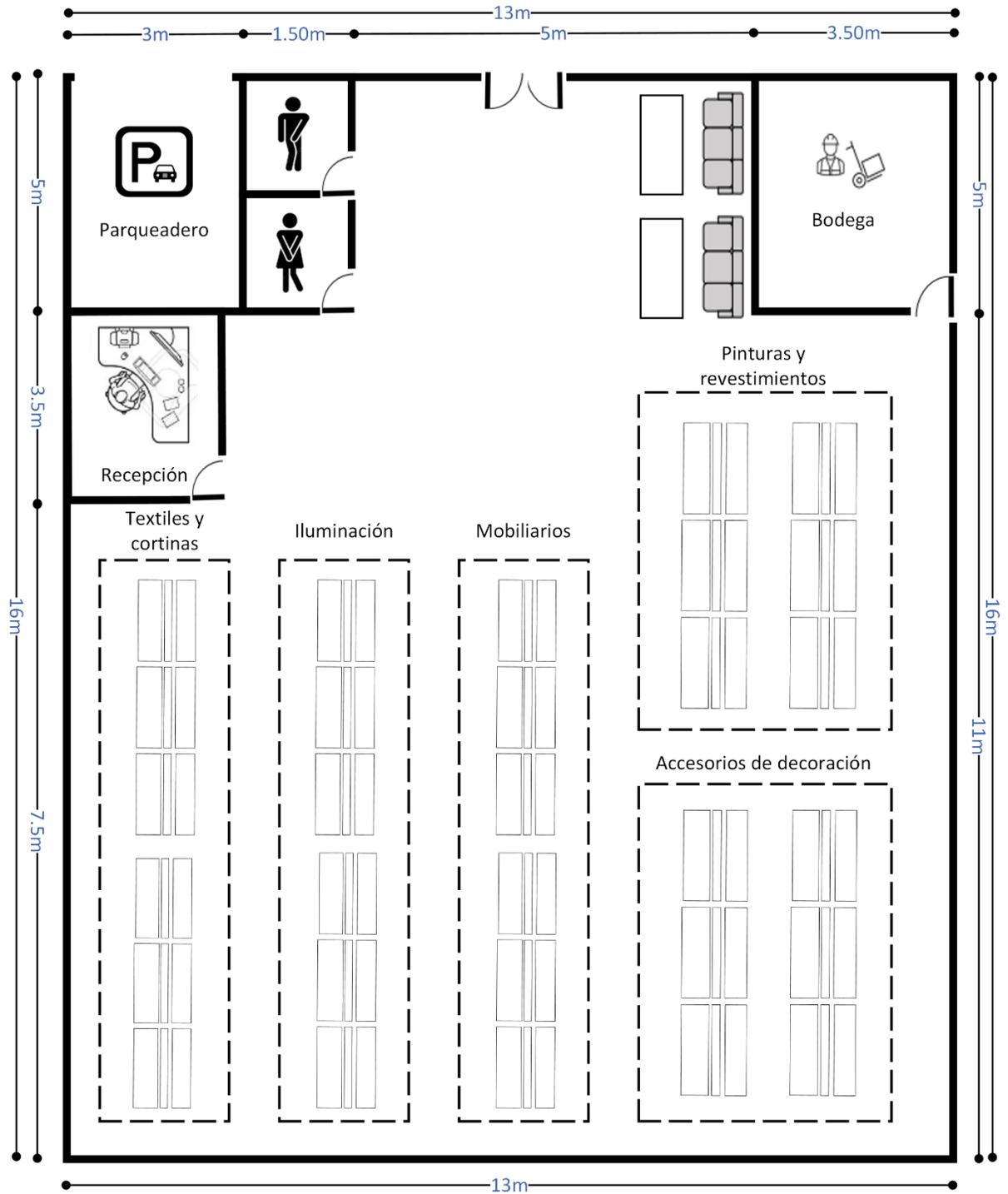
Simbología y descripción de la planta

Símbolo	Descripción
	Parqueadero
	Baño para hombres
	Baño para mujeres
	Puerta
	Mesa rectangular
	Sofá
	Bodega
	Recepción - Equipos de cómputo - Impresora/escáner - Mesa en L - Silla - Sofá - Teléfono - Folder/Archivadores
	Estantes
	Sección o área

Nota. Esta tabla muestra la descripción de cada simbología que se utilizó para la distribución de la planta.

Tabla 41

Distribución de la planta



Nota. Esta tabla muestra cómo va a ser la distribución de la planta, con la escala de 1:500.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Aspectos Generales

La empresa se denomina “Nize” se dedicará a ofertar bienes y servicios de diseño de interiores y acabados, la empresa estará ubicada en la provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Quisapincha, sector alrededor de parque central, Calle Bolívar, entre García Moreno y Celiano Zurita Toro. Mediante esta idea buscar crear espacios modernos y acogedores según las necesidades y preferencias del cliente teniendo en cuenta la funcionalidad y la comodidad.

Ilustración 28

Logo de la empresa



Nota. La ilustración muestra el logotipo y el slogan de la empresa.

Empresa: Nize

Actividad: Bienes y servicios de diseño de interiores y acabados.

Representante legal: Miguel Angel Pasochoa Muntza

Dirección: Calle Bolívar, entre García Moreno y Celiano Zurita Toro

Razón social: Diseño de interiores y acabados

Slogan: Inspirado en tu hogar

Diseño Organizacional

Niveles Jerárquicos

Según Molina et al., (2019) indica que los niveles jerárquicos son estructuras organizacionales que permite determinar los niveles de autoridad y responsabilidad en las empresas u organizaciones, por lo general existen tres niveles jerárquicos las cuales son; nivel estratégico, táctico y operativo.

Según Iñiguez & Alcívar (2022) señala que los niveles jerárquicos son estructuras organizacionales que nos permite comunicar, tomar decisiones y establecen autoridades. Los niveles jerárquicos permiten asignar cargos, funciones, tareas y responsabilidades, dependiendo del nivel en que se encuentre el individuo puede tomar las decisiones en representación de la empresa u organización.

En breve, los niveles jerárquicos nos permiten determinar la estructura organizacional, según el cargo que este ocupando cada individuo tiene ciertas responsabilidades dentro de la empresa u organización que está laborando.

Nivel Estratégico. Según Riveros et al., (2020) indica que el nivel estratégico o corporativo es el nivel más alto que existe dentro de una empresa u organización, en este nivel donde se encuentra los altos mandos como es el caso del gerente o el CEO, los roles o funciones de estos líderes es tomar decisiones para el crecimiento y el desarrollo de la empresa.

En otras palabras, en este nivel los gerentes son los encargados y responsables de tomar las decisiones adecuadas para lograr cumplir el objetivo de la empresa, adicionalmente, en este nivel se encarga de definir objetivos, plantear metas y desarrollar estrategias y acciones para el cumplimiento de la misma.

Nivel Táctico. Según Valenciano (2023) menciona que los representantes de nivel táctico se encargan de implementar las estrategias y acciones que fueron desarrolladas en el nivel estratégico, la función de los responsables de este nivel es tomar decisiones operativas, asignar recursos, supervisar y coordinar las actividades para el cumplimiento de las tareas con los diferentes departamentos de la empresa u organización.

El nivel táctico o también conocido como nivel medio se encarga de poner en marcha las decisiones tomadas por el gerente, además, se encargan de comunicar o dar directrices a los trabajadores para el cumplimiento de los objetivos, los responsables de este nivel son los jefes departamentales o el supervisor.

Nivel Operativo. Según Quispe & Antezana (2021) señala que el nivel operativo es la base de todo el nivel jerárquico, los roles de quienes se encuentran en este nivel es realizar las actividades diarias para el funcionamiento de la empresa. Es decir, en este nivel se encuentran los trabajadores o empleados las cuales son los responsables de la producción, atención al cliente, prestación de servicio, entre otros.

En otras palabras, el nivel operativo es el nivel donde se encuentran los trabajadores de la empresa u organización, en sí en este nivel es donde las estrategias y acciones se vuelven una realidad con la ayuda de los trabajadores ya que ellos son los encargados de realizar trabajos de una manera puntual, eficiente y efectiva buscando generar la productividad y el crecimiento de la empresa.

Tabla 42

Niveles jerárquicos

Niveles Jerárquicos	
Nivel Estratégico	Directores
	Gerentes
Nivel táctico	Supervisores
	Jefes de departamentos
	Jefes de unidades
Nivel operativo	Jefe de producción
	Vendedores
	Trabajadores

Nota. Esta tabla muestra los niveles jerárquicos y quienes están en cada nivel.

Misión

Nuestra misión es ofrecer una variedad de bienes y servicios de diseño de interiores y acabados que satisfagan las necesidades y preferencias de cada uno de nuestros clientes, buscamos crear espacios cómodos y funcionales que sean estéticamente modernos utilizando materiales de alta calidad, nos comprometemos a trabajar con responsabilidad y honestidad en cada uno de nuestros proyectos.

Visión

Nuestra visión es ser una empresa retadora en el mercado, ofreciendo soluciones innovadoras y creativas, implementando tecnología de vanguardia para la optimización de procesos y asegurar la eficiencia en cada uno de nuestros proyectos, a largo plazo buscamos aliar con otras empresas que compartan nuestra visión para evolucionar la industria del diseño de interiores y acabados en nuestro país.

Valores

Honestidad. Buscamos mantener una conducta noble ante nuestros clientes, socios, proveedores, colaboradores y el estado en todas las acciones internas y externas de manera que buscamos proteger la imagen personal y empresarial.

Responsabilidad. Cada proyecto o trabajo que realizamos vemos como una oportunidad de demostrar nuestra capacidad de ser responsables, queremos que la palabra responsabilidad no sea simple expectativa sino una realidad.

Puntualidad. En nuestra empresa la puntualidad es un valor clave que todos nuestros clientes, socios, proveedores y colaboradores deben respetar. La puntualidad es sinónimo de respeto, compromiso y profesionalidad.

Calidad. Nuestra empresa tiene el compromiso de ofrecer bienes y servicios de diseño de interiores y acabados de alta calidad cumpliendo los estándares de la misma, el objetivo es garantizar que nuestros clientes y consumidores se sienta satisfecho con el trabajo realizado.

Confianza. Como empresa creemos que la confianza es clave para el crecimiento y el desarrollo de la empresa, además, consideramos que la confianza nos permite fortalecer la integridad, transparencia y el compromiso en el trabajo.

Tabla 43

Matriz Axiológica

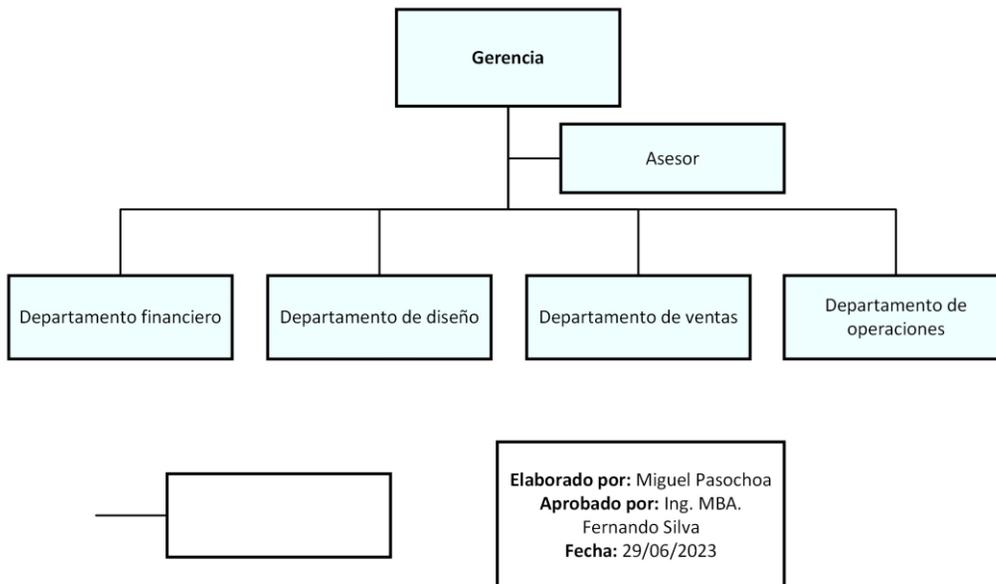
Valores \ Grupo de referencia	Estado	Clientes	Proveedores	Colaboradores	Socios
Honestidad	X	X	X	X	X
Responsabilidad		X	X	X	X
Puntualidad		X			
Calidad		X	X	X	
Confianza		X	X	X	X

Nota. Esta tabla muestra los valores que posee la empresa frente a los grupos de referencia.

Estructura Organizativa

Ilustración 29

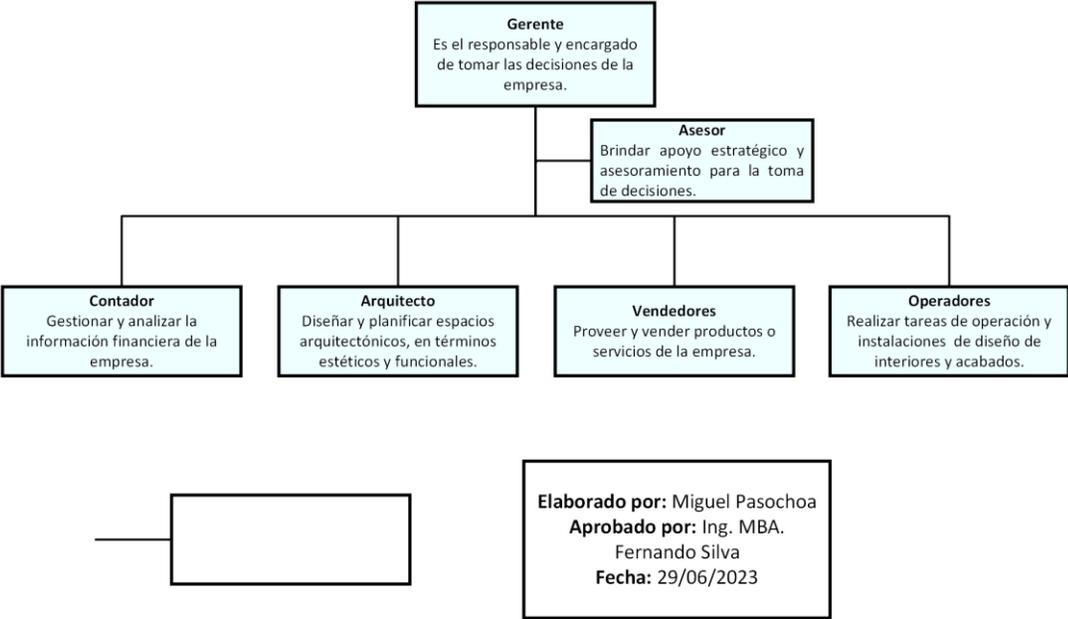
Organigrama Estructural



Nota. Esta ilustración permite visualizar la estructura general de la empresa.

Ilustración 30

Organigrama Funcional



Nota. Esta ilustración permite visualizar la función de cada uno de los responsables o cargos.

Manual de Funciones

Tabla 44

Manual de Funciones – Gerente General

	Nize <i>Inspirado en tu hogar</i>	Fecha	04/07/2023		
		Página	1	De	6
	Manuel de Funciones General	Sustituye			
		Fecha			
		Página		De	
DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:	Gerente General				
Nivel:	Nivel estratégico				
RELACIÓN					
Jefe inmediato:	<ul style="list-style-type: none"> • N/A 				
Subordinados directos:	<ul style="list-style-type: none"> • Asesor • Contador • Arquitecto • Vendedores • Operadores 				
Funciones del puesto:	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar objetivos y metas para el cumplimiento de la misión y visión. • Implementar políticas que regulen las conducta y comportamiento de los individuos. • Asignar recursos para cada una de las áreas o departamentos. • Direccionar y monitorear las actividades. • Tomar decisiones para el crecimiento de la empresa. 				
Competencias y habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Capacidad de toma de decisiones • Comunicación efectiva • Pensamiento analítico • Habilidades de negociación • Capacidad de delegar 				
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en Administración de empresas. • Experiencia en planificación estratégica 2 años. • Conocimiento básico en relacionados con la rama de la arquitectura. • Idioma español y kichwa. 				
Elaborado por:			Revisado y aprobado por:		
Miguel Pasochoa			Ing. MBA. Fernando Silva		

Nota. Esta tabla muestra la función, competencias, habilidades y requisitos del gerente general.

Tabla 45

Manual de Funciones – Asesor

	Nize <i>Inspirado en tu hogar</i>	Fecha	04/07/2023		
		Página	2	De	6
	Manuel de Funciones General	Sustituye			
		Fecha			
DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:		Asesor			
Nivel:		Nivel estratégico			
RELACIÓN					
Jefe inmediato:		<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general 			
Subordinados directos:		<ul style="list-style-type: none"> • Contador • Arquitecto • Vendedores • Operadores 			
Funciones del puesto:		<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar al gerente para una correcta toma de decisiones. • Presentar informes acerca de los análisis financieros, estudios de mercados, entre otros. • Gestionar reuniones con proveedores, colaboradores y socios. • Planificar, coordinar los proyectos a ejecutar. 			
Competencias y habilidades:		<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de comunicación • Pensamiento crítico • Empatía • Habilidad de gestión de tiempo • Ética profesional 			
Requisitos:		<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en Administración de empresas. • Experiencia mínima 2 años como asesor estratégico. • Idioma español y kichwa. 			
Elaborado por:			Revisado y aprobado por:		
Miguel Pasochoa			Ing. MBA. Fernando Silva		

Nota. Esta tabla muestra la función, competencias, habilidades y requisitos del asesor.

Tabla 46

Manual de Funciones – Contador

	Nize <i>Inspirado en tu hogar</i>	Fecha	04/07/2023		
		Página	3	De	6
	Manuel de Funciones General	Sustituye			
		Fecha			
		Página		De	
DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:		Contador			
Nivel:		Nivel táctico			
RELACIÓN					
Jefe inmediato:		<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general • Asesor 			
Subordinados directos:		<ul style="list-style-type: none"> • N/A 			
Funciones del puesto:		<ul style="list-style-type: none"> • Analizar y presentar informes financieros. • Desarrollo de estados financieros. • Gestionar la contabilidad y los impuestos. • Evaluar el estado financiero de la empresa. • Control y auditoría interna. 			
Competencias y habilidades:		<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades analíticas • Pensamiento crítico • Ética profesional • Habilidad de gestión de tiempo • Adaptabilidad y aprendizaje continuo • Comunicación efectiva 			
Requisitos:		<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría. • Experiencia mínima 2 años. • Idioma español y kichwa. 			
Elaborado por:			Revisado y aprobado por:		
Miguel Pasochoa			Ing. MBA. Fernando Silva		

Nota. Esta tabla muestra la función, competencias, habilidades y requisitos del contador.

Tabla 47

Manual de Funciones – Arquitecto

	Nize	Fecha	04/07/2023		
	<i>Inspirado en tu hogar</i>	Página	4	De	6
	Manual de Funciones General	Sustituye			
		Fecha			
		Página			De
DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:		Arquitecto			
Nivel:		Nivel táctico			
RELACIÓN					
Jefe inmediato:		<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general • Asesor 			
Subordinados directos:		<ul style="list-style-type: none"> • N/A 			
Funciones del puesto:		<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y crear espacios arquitectónicos, edificios, viviendas, departamentos, entre otros. • Crear planos y maquetas para que el cliente pueda visualizar la propuesta del diseño de su proyecto. • Investigar las tendencias y estilos que vayan a la vanguardia del mercado, dentro de la rama de arquitectura y construcciones. • Gestionar proyectos desempeñando el papel de supervisor y coordinando a los profesionales involucrados. • Conocer las normativas de la construcción PUGS 2033. 			
Competencias y habilidades:		<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Habilidades de organización • Habilidad de gestión de tiempo • Adaptabilidad y aprendizaje continuo • Habilidad de solución de problemas 			
Requisitos:		<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en Arquitectura. • Experiencia mínima 2 años. • Idioma español y kichwa. 			
Elaborado por:			Revisado y aprobado por:		
Miguel Pasochoa			Ing. MBA. Fernando Silva		

Nota. Esta tabla muestra la función, competencias, habilidades y requisitos del arquitecto.

Tabla 48

Manual de Funciones – Vendedor

	Nize <i>Inspirado en tu hogar</i>	Fecha	04/07/2023		
		Página	5	De	6
	Manuel de Funciones General	Sustituye			
		Fecha		De	
DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:		Vendedor			
Nivel:		Nivel operativo			
RELACIÓN					
Jefe inmediato:		<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general • Asesor 			
Subordinados directos:		<ul style="list-style-type: none"> • N/A 			
Funciones del puesto:		<ul style="list-style-type: none"> • Buscar clientes potenciales a través de los diferentes canales de comunicación, llamadas, visitas presenciales, mensajes, entre otros. • Comercializar y distribuir bienes y servicios que oferte la empresa mediante los diferentes canales. • Captar y fidelizar a los clientes y dar seguimiento preventas y postventa de los bienes y servicios. • Desarrollar estrategias, tácticas y acciones para aumentar las ventas. • Investigar las necesidad y preferencias del consumidor. 			
Competencias y habilidades:		<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación eficaz • Habilidad de negociación • Habilidad de persuasión • Adaptabilidad • Habilidades tecnológicas 			
Requisitos:		<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en mercadotecnia, negocios internacionales o carreras afines. • Experiencia mínima 2 años. • Idioma español y kichwa. 			
Elaborado por:			Revisado y aprobado por:		
Miguel Pasochoa			Ing. MBA. Fernando Silva		

Nota. Esta tabla muestra la función, competencias, habilidades y requisitos del vendedor.

Tabla 49

Manual de Funciones – Operador/trabajador

	Nize <i>Inspirado en tu hogar</i>	Fecha	04/07/2023		
		Página	6	De	6
	Manuel de Funciones General	Sustituye			
		Fecha			
		Página		De	
DESCRIPCIÓN DE PUESTO DE TRABAJO					
IDENTIFICACIÓN					
Nombre del puesto:		Operador/trabajador			
Nivel:		Nivel operativo			
RELACIÓN					
Jefe inmediato:		<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general • Asesor 			
Subordinados directos:		<ul style="list-style-type: none"> • N/A 			
Funciones del puesto:		<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar y planificar con el cliente y proveedores para los materiales de diseño de interiores y acabados. • Realizar trabajos de acabados según el presupuesto y el tiempo planificado. • Inspeccionar y tomar medidas para hacer algún cambio en caso de ser necesario. • Cumplir con las normas de seguridad para no evitar accidentes laborales. 			
Competencias y habilidades:		<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades técnicas • Habilidad de comunicación • Trabajo en equipo • Atención al cliente • Capacidad de trabajar bajo presión • Ética profesional 			
Requisitos:		<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en mercadotecnia, negocios internacionales o carreras afines. • Experiencia mínima 2 años. • Idioma español y kichwa. 			
Elaborado por:			Revisado y aprobado por:		
Miguel Pasochoa			Ing. MBA. Fernando Silva		

Nota. Esta tabla muestra la función, competencias, habilidades y requisitos del operador.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Ingresos Brutos

Según Servicio de Rentas Internas (2022) da conocer que los ingresos brutos son todos los ingresos generados por la empresa antes que se deduzcan las devoluciones, costos de ventas, gastos operativos y los impuestos.

Por lo tanto, para el cálculo de los ingresos brutos del presente proyecto de diseño de interiores y acabados se consideró la DPI Real y el precio proyectado.

Tabla 50

Gama Económica

Descripción	Margen de ganancia (\$)	Costo de compra (\$)	Valor (\$)
Pinturas y revestimientos	15.21	35.49	50.70
Iluminación	1.50	3.50	5.00
Mobiliarios	45.00	105.00	150.00
Persianas	8.19	19.11	27.30
Accesorios de decoración	8.10	18.90	27.00
Mano de obra	18.00	42.00	60.00
Diseño de interiores	9.00	21.00	30.00
Total			350.00

Nota. Esta tabla muestra el desglose de los precios que incluye dentro de la gama económica.

Tabla 51

Ingresos Brutos – Gama Económica

Año	DPI Real	Gama económica (37.90%)	Precio (\$)	Ingresos brutos (\$)
2023	1932	732	350	256,267.07
2024	1962	744	363	269,998.74
2025	1993	755	377	284,466.20
2026	2024	767	391	299,708.88
2027	2055	779	405	315,768.31
2028	2087	791	421	332,688.26
Total				1,758,897.44

Nota. Esta tabla muestra los ingresos brutos de la gama económica.

Ilustración 31

Ingresos Brutos – Gama Económica



Nota. Esta ilustración nos permite visualizar los ingresos brutos de la gama económica.

Tabla 52

Gama media

Descripción	Margen de ganancia (\$)	Costo de compra (\$)	Valor (\$)
Pinturas y revestimientos	19.56	45.63	65.19
Iluminación	1.93	4.50	6.43
Mobiliarios	57.86	135.00	192.85
Persianas	10.53	24.57	35.10
Accesorios de decoración	10.41	24.30	34.71
Mano de obra	23.15	54.01	77.15
Diseño de interiores	11.57	27.00	38.57
Total			450.00

Nota. Esta tabla muestra el desglose de los precios que incluye dentro de la gama media.

Tabla 53

Ingresos Brutos – Gama Media

Año	DPI Real	Gama media (49.60%)	Precio (\$)	Ingresos brutos (\$)
2023	1932	958	450	431,200.97
2024	1962	973	467	454,306.20
2025	1993	988	484	478,649.49
2026	2024	1004	502	504,297.18
2027	2055	1019	521	531,319.16
2028	2087	1035	541	559,789.07
Total				2,959,562.07

Nota. Esta tabla muestra los ingresos brutos de la gama media.

Ilustración 32

Ingresos Brutos – Gama Media



Nota. Esta ilustración nos permite visualizar los ingresos brutos de la gama media.

Tabla 54*Gama Alta*

Descripción	Margen de ganancia (\$)	Costo de compra (\$)	Valor (\$)
Pinturas y revestimientos	25.04	58.42	83.46
Iluminación	2.48	5.78	8.26
Mobiliarios	74.39	173.57	247.96
Persianas	13.54	31.58	45.12
Accesorios de decoración	13.56	31.64	45.20
Mano de obra	24.00	56.00	80.00
Diseño de interiores	12.00	28.00	40.00
Total			550.00

Nota. Esta tabla muestra el desglose de los precios que incluye dentro de la gama alta.

Tabla 55*Ingresos Brutos – Gama Alta*

Año	DPI Real	Gama alta (12.50%)	Precio (\$)	Ingresos brutos (\$)
2023	1932	241	550	132,818.40
2024	1962	245	571	139,935.27
2025	1993	249	592	147,433.48
2026	2024	253	614	155,333.47
2027	2055	257	637	163,656.77
2028	2087	261	661	172,426.07
Total				911,603.46

Nota. Esta tabla muestra los ingresos brutos de la gama alta.

Ilustración 33

Ingresos Brutos – Gama Alta



Nota. Esta ilustración nos permite visualizar los ingresos brutos de la gama alta.

Tabla 56

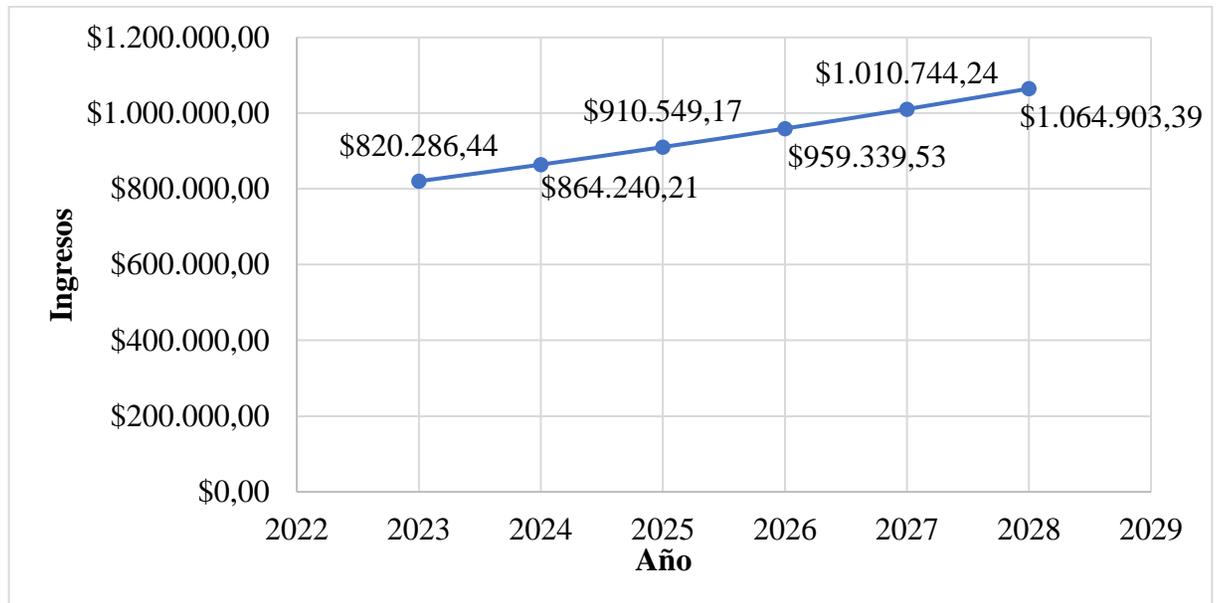
Total Ingresos Brutos

Año	Ingresos brutos (\$)
2023	820,286.44
2024	864,240.21
2025	910,549.17
2026	959,339.53
2027	1,010,744.24
2028	1,064,903.39

Nota. Esta tabla muestra los ingresos brutos totales de las tres gamas.

Ilustración 34

Total Ingresos Brutos



Nota. Esta ilustración nos permite visualizar el total de ingresos brutos de las tres gamas.

Análisis e Interpretación

Según la ilustración, se observa que los ingresos brutos en el año 2023 son \$820,286.44. Estos ingresos muestran un incremento progresivo al pasar los años, alcanzado un valor de \$1,064,903.39 en el año 2028.

El incremento de los ingresos brutos puede ser generado por la alta demanda de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados ya que en el sector de Quisapincha, en especial las comunidades ubicadas en la zona alta de la parroquia se encuentran en el auge de la construcción en gran medida las construcciones son impulsadas por las remesas enviadas a los familiares por parte de los migrantes residentes en su mayor parte en Estados Unidos y España.

Activos Fijos Tangibles

Según Dueñas et al., (2020) menciona que los activos fijos tangibles o también conocido como activos tangibles son todos los bienes o propiedades de la empresa u organización

que se deprecian durante su vida útil, algunos de los activos tangibles incluyen edificios, terrenos, maquinarias, vehículos, equipos de cómputos, entre otros.

En otras palabras, los activos tangibles son bienes de la empresa que poseen de manera física, en el ámbito empresarial, a menudo los activos tangibles se deprecian al pasar los años, lo que quiere decir que el valor del objeto se disminuye al deterioro u obsolescencia.

El presente proyecto tiene como activos tangibles los insumos y materiales, herramientas de instalación, equipos y enseres.

Tabla 57

Herramientas

Descripción	Unidades	Valor U (\$)	Valor Total (\$)
Cinta métrica	1	21.39	21.39
Niveles	1	5.36	5.36
Escalímetro	1	3.00	3.00
Escuadra	1	15.97	15.97
Tablero	1	2.50	2.50
Martillo	1	7.00	7.00
Juegos de destornilladores	1	20.00	20.00
Juego de copas y llaves	1	50.00	50.00
Tijeras	2	10.33	20.66
Chaveta	2	1.50	3.00
Juego de brocas y puntas	1	36.55	36.55
Total			185.43

Nota. Esta tabla muestra las herramientas de la empresa de diseño de interiores y acabados.

Tabla 58

Equipos

Descripción	Descripción	Valor U (\$)	Valor Total (\$)
Amoladora	1	52.99	52.99
Taladros	1	48.97	48.97
Lijadora	1	55.56	55.56
Corta Azulejo	1	95.19	95.19
Total			252.71

Nota. Esta tabla muestra las herramientas de la empresa de diseño de interiores y acabados.

Tabla 59*Equipos y enseres de oficina*

Descripción	Unidades	Valor U (\$)	Valor Total (\$)
Equipos de computo	1	600.00	600.00
Impresora/escáner	1	350.00	350.00
Silla	1	60.00	60.00
Sofá	2	250.00	500.00
Folder/archivadores	2	3.00	6.00
Mesa rectangular	2	0.00	600.00
Mesa en L	1	190.00	190.00
Estanterías metálicas	10	273.97	2,739.70
Router	1	50.00	50.00
Teléfono	1	45.00	45.00
Total			5,140.70

Nota. Esta tabla muestra los equipos y enseres de oficina de la empresa de diseño de interiores y acabados.

Tabla 60*Activos Fijos*

Descripción	Valor Total (\$)
Herramientas	185.43
Equipos	252.71
Equipos y enseres de oficina	5,140.70
Total	5,578.84

Nota. Esta tabla muestra el total de los activos fijos tangibles.

Análisis e Interpretación

Para la ejecución del proyecto de diseño de interiores y acabados se necesita una inversión de \$5,578.84 en activos fijos tangibles. De esta cantidad, \$183.43 es destinado para la adquisición de herramientas la misma que es esencial para que el profesional encargado realice el trabajo correspondiente como el levantamiento de información, realizar bocetos, tomar medidas entre otras. La otra parte, \$252.71 es destinado para la adquisición de los equipos para la instalación de los acabados la misma que es esencial para realizar los trabajos de una manera eficiente y segura. La parte sobrante, \$5,140.70 es destinado para los equipos y enseres de oficina que se necesita para el adecuado funcionamiento de la

empresa como es el caso de los equipos de cómputo, impresoras, sillas, estanterías metálicas, entre otras.

Activos Fijos Intangibles

Según Torres et al., (2020) menciona que los activos fijos intangibles son objetos que no se pueden percibir físicamente ni tocar, así mismo a diferencia de los activos tangibles no se deprecian más bien los activos intangibles se amortizan, dentro de los activos fijos intangibles tenemos los derechos de propiedad, software, licencias, permisos, reputación de la empresa, entre otras.

En base al autor, se puede decir que los activos fijos intangibles son recursos o activos que carecen de una forma física o no se puede tocar. Sin embargo, son activos claves para generar la competitividad, aumentar los ingresos y obtener una ventaja competitiva a comparación de otras empresas.

Tabla 61

Activo Diferido

Descripción	Unidades	Valor U (\$)	Valor Total (\$)
Gastos de constitución	1	400.00	400.00
Publicidad	1	350.00	350.00
Software contable	1	600.00	600.00
Permisos de funcionamiento	1	200.00	200.00

Nota. Esta tabla muestra los activos fijos intangibles.

Análisis e Interpretación

Para la ejecución del proyecto de diseño de interiores y acabados se necesita una inversión de \$1,550.00 en activos fijos intangibles. De esta cantidad, \$400.00 es destinado para cubrir los gastos de constitución, esto incluye los costos de registro canceladas en las entidades gubernamentales como el SRI y la Superintendencia de Compañía. Sin embargo, \$350,00 se emplea en la publicidad con la finalidad de dar a promocionar los bienes y servicios que se oferta en la empresa. Por otro lado, \$600,00 es empleada para la adquisición de un software contable la misma que nos ayuda a llevar la contabilidad de la empresa, adicional a esos, nos permite facturar, realizar devoluciones, controlar los inventarios, entre otros. Finalmente, los \$200,00 restantes esta invertido en los permisos

de funcionamiento otorgado por parte de las instituciones gubernamentales como es el caso del GAD municipalidad de Ambato y otros.

Capital de Trabajo o Activo Circulante

Activo Corriente o Circulante

Según Motta & Menacho (2021) Señala que el activo corriente o activo circulante son recursos necesarios que permite realizar las actividades diarias de la empresa, se denomina como activo corriente debido a que esta se encuentra en constante movimiento, también, se conoce al activo corriente como el activo que se convierte en efectivo a corto plazo.

Caja – bancos

Según Cera (2021) señala que la caja refleja el efectivo que posee la empresa, mientras que el banco muestra el registro del dinero depositando en las instituciones financieras. El proyecto de diseño de interiores y acabados ha decidido iniciar sus actividades con un saldo de \$500,00 en caja y \$500 en bancos.

Inventario

Según Lozada (2019) menciona que los inventarios son una lista de bienes con la que cuenta la empresa, donde se puede incluir materias primas, productos en proceso, productos terminados y el inventario de mercancías. Llevar el adecuado gestión y control de los inventarios nos puede ayudar a maximizar las ganancias, reducir los costos, optimización de producción y prevención de pérdidas.

Tabla 62

Insumo Pintura

Descripción	Ud. de Medición	Cons. Mensual	Cons. Anual	Valor U (\$)	Valor (\$)
Gama Económica 37.9%					
Pintura - Vencedores	Galón/4litros	61	732	31.20	22,838.40
Gama media 49.60%					
Pintura - Vencedores	Galón/4litros	80	958	26.50	25,387.00
Gama alta 12.50%					
Pintura - viniltex	Galón/4litros	20	242	20.20	4,888.40
Total					53,113.80

Nota. Esta tabla muestra la muestra la cantidad de consumo mensual, anual y el valor.

Tabla 63*Insumo Revestimientos*

Descripción	Ud. de Medición	Cons. Mensual	Cons. Anual	Valor U (\$)	Valor (\$)
Gama Económica 37.9%					
Piso Flotante	m ²	61	732	20.00	14,640.00
Gama media 49.60%					
Piso Flotante	m ²	80	958	23.50	22,513.00
Gama alta 12.50%					
Piso Flotante	m ²	20	242	27.50	6,655.00
Total					43,808.00

Nota. Esta tabla muestra la muestra la cantidad de consumo mensual, anual y el valor.

Tabla 64*Insumo Iluminación*

Descripción	Ud. de Medición	Cons. Mensual	Cons. Anual	Valor U (\$)	Valor (\$)
Gama Económica 37.9%					
Focos Led 12w	Unidad	61	732	5.50	4,026.00
Gama media 49.60%					
Focos Led 18w	Unidad	80	958	7.20	6,897.60
Gama alta 12.50%					
Focos Led 24w	Unidad	20	242	10.50	2,541.00
Total					13,464.60

Nota. Esta tabla muestra la muestra la cantidad de consumo mensual, anual y el valor.

Tabla 65*Insumos Mobiliarios*

Descripción	Ud. de Medición	Cons. Mensual	Cons. Anual	Valor U (\$)	Valor (\$)
Gama Económica 37.9%					
Puerta 1x120cm	Unidad	61	732	80.00	58,560.00
Gama media 49.60%					
Puerta Semi-lacado	Unidad	80	958	100.00	95,800.00
Gama alta 12.50%					
Puerta Lacado	Unidad	20	242	140.00	33,880.00
Total					188,240.00

Nota. Esta tabla muestra la muestra la cantidad de consumo mensual, anual y el valor.

Tabla 66*Persianas*

Descripción	Ud. de Medición	Cons. Mensual	Cons. Anual	Valor U (\$)	Valor (\$)
Gama Económica 37.9%					
Persianas 1x1	m ²	61	732	25.00	18,300.00
Gama media 49.60%					
Persianas 1x1	m ²	80	958	35.00	33,530.00
Gama alta 12.50%					
Persianas 1x1	m ²	20	242	50.00	12,100.00
Total					63,930.00

Nota. Esta tabla muestra la muestra la cantidad de consumo mensual, anual y el valor.

Tabla 67*Accesorios de decoración*

Descripción	Ud. de Medición	Cons. Mensual	Cons. Anual	Valor U (\$)	Valor (\$)
Gama Económica 37.9%					
Persianas 1x1	m ²	61	732	27.00	19,764.00
Gama media 49.60%					
Persianas 1x1	m ²	80	958	34.71	33,252.18
Gama alta 12.50%					
Persianas 1x1	m ²	20	242	45.20	10,938.40
Total					63,954.58

Nota. Esta tabla muestra la muestra la cantidad de consumo mensual, anual y el valor.

Las tablas presentadas anteriormente muestran el consumo mensual y anual de cada producto, a su vez, da conocer los precios en tres rangos diferentes (económica, media y alta).

Tabla 68*Total Insumos*

Descripción	Valor (\$)
Pinturas	53,113.80
Revestimientos	43,808.00
Iluminación	13,464.60
Mobiliario	188,240.00
Persianas	63,930.00
Accesorios de decoración	63,954.58
Total	426,510.98

Nota. Esta tabla el valor total de los insumos.

Una vez que conseguido el valor total de los insumos se procedió a calcular el inventario, como se muestra a continuación:

$$Inventario = \frac{\text{Total insumos}}{12}$$

$$Inventario = \frac{426510.98}{12}$$

$$Inventario = \$35542.58$$

Cuentas por cobrar

Según Taipe et al., (2020) indica que las cuentas por cobrar son deudas que existe a favor de la empresa por parte del cliente ya sea esta por la adquisición de los bienes y servicios, a menudo estas cuentas es el resultado de ventas realizadas a créditos.

Tabla 69

Ingresos Brutos 2023

	Año	DPI Real	Porcentaje	Cantidad	Precio (\$)	Ingresos brutos (\$)
Gama Económica	2024	1962	37.90%	744	363.09	269,998.74
Gama media	2024	1962	49.60%	973	466.83	454,306.20
Gama alta	2024	1962	12.50%	245	570.57	139,935.27
Total						864,240.21

Nota. Esta tabla muestra la suma de los ingresos de las tres gamas.

$$C \times C = \frac{VA}{360} * PPR$$

Dónde:

C x C: Cuentas por cobrar

VA: Ventas anuales

360: Constante días del año comercial

PPR: Periodo promedio de recuperación

$$C \times C = \frac{\$864,240.21}{360} * 17$$

$$C \times C = \$40,811.34$$

Análisis e Interpretación

Para determinar las cuentas por cobrar, tomaron los datos de los ingresos brutos del 2023 sumando las tres gamas que se está ofertando, los 360 representa los días comercial que posee un año, finalmente, el periodo promedio de recuperación se determinó sumando $7+15+30$ (días) y dividiendo el resultado por 3.

Basando en el cálculo, se puede decir, que la cuenta por cobrar asciende a \$40,811.34 lo que significa que la empresa tiene clientes que todavía no han cancelado por la compra de los bienes y servicios ofertado, esta cuenta es una especulación de futuros ingresos que la empresa espera recibir por parte de los clientes. Hay que considerar que tener un monto alto en cuentas por cobrar puede ocasionar problemas en el flujo de caja de la empresa, por lo tanto, es recomendable tener un monto bajo en esta cuenta. Asimismo, es esencial analizar estas cifras con otras empresas similares para ver si es común poseer esa cantidad en cuentas por cobrar.

Tabla 70

Total Activo Circulante

Activo Circulante	Valor (\$)
Caja	500.00
Banco	500,00
Inventario	35,542.58
Cuentas por cobrar	40,811.34
Total	77,353.92

Nota. Esta tabla muestra el consolidado de los activos circulantes.

Análisis e Interpretación

Los datos presentados nos permiten conocer el estado del activo circulante del presente proyecto o empresa. Los activos circulantes o también conocido como activos corrientes son recursos financieros que la empresa espera convertir en efectivo a corto plazo, por lo general, dentro de un año.

El activo circulante de proyecto asciende a un total de \$77,353.92, donde, se observa que la empresa posee \$500.00 en caja y \$500.00 en banco, lo cual representa el efectivo o fondos disponibles en caso de tener algo imprevisto. Además, posee un inventario

valorado en \$35,542.58, este valor comprende los bienes que la empresa posee para sacar a la venta. Finalmente, se registra un monto de \$40,811.34 en cuentas por cobrar, lo que significa que la empresa tiene ese monto de dinero por las ventas realizadas a crédito.

Pasivo Circulante

Según Mundi (2021) señala que los pasivos circulantes son las deudas u obligaciones a corto plazo que la empresa deben pagar en menos de un año, dentro de pasivo circulante tenemos las cuentas por pagar, impuestos por pagar, deudas a corto plazo, interés por pagar, entre otros.

$$Tasa\ Circulante = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$2.5 = \frac{\$77,353.92}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Pasivo corriente} = \frac{\$77,353.92}{2.5}$$

$$\text{Pasivo corriente} = \$30,941.57$$

Análisis e Interpretación

Como mencionaba anteriormente, el pasivo circulante o también conocido como pasivo corriente son obligaciones financieras que la empresa tiene que cancelar a corto plazo. En este caso, la empresa posee un pasivo corriente de \$30,941.57, la cual significa, que esta cantidad de dinero debe ser cancelada dentro de un año. Si el activo corriente y otros activos sumados es mayor que el pasivo corriente, la empresa tiene liquidez.

Capital de Trabajo

Según Puma & Mamani (2019) menciona que el capital de trabajo es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes, por lo tanto, es el dinero que va ayudar al funcionamiento diario de la empresa, cuando el capital de trabajo es positivo significa que la empresa está en la capacidad de pagar las deudas a corto plazo, en caso de que sea negativo significa que poseen dificultades financieras.

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Total activo circulante} - \text{Total pasivo circulante}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$77,353.92 - \$30,941.57$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$46,412.35$$

Análisis e Interpretación

El capital de trabajo de la empresa es de \$46,412.35, lo que simboliza que la empresa o proyecto cuenta con activos corrientes superiores a los pasivos corrientes. Un capital de trabajo positivo simboliza que la salud financiera de la empresa es buena y que tiene los activos suficientes para cubrir las deudas.

Inversión Inicial

El resumen de inversiones nos permite conocer la cantidad de dinero o la inversión inicial que se necesitó para la ejecución del presente proyecto, dentro de los cuales se detalla los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo.

$$\text{Inversion Inicial} = \text{Activo Fijo} + \text{Activo diferido} + \text{Capital de trabajo}$$

$$\text{Inversion Inicial} = \$5,578.84 + \$1,550.00 + \$46,412.35$$

$$\text{Inversion Inicial} = \$53,541.19$$

La inversión inicial nos facilitó conocer la cantidad de dinero que necesitamos para la ejecución del presente proyecto, en este caso, la inversión inicial es de \$53,541.19. Esta inversión puede estar destinado para la adquisición de insumos, herramientas, equipos, arriendo del local, entre otros.

Financiamiento

Según Levit et al., (2020) señala que el financiamiento es un proceso donde el individuo, empresa u organización busca obtener recursos financieros. Existe dos tipos de financiamiento; financiamiento propio consiste en la utilización de recursos propios ya sea esto de un individuo o las ganancias de la misma empresa. Por otra parte, financiamiento externo es una alternativa de obtener recursos financieros a través de los créditos bancarios, prestamos, entre otros.

En síntesis, el financiamiento es una manera de obtener dinero ya sea mediante el financiamiento propio o externo, generalmente, cuando una persona o empresa accede a

financiamiento externo debe asumir costos asociados, como el interés, las moras y las multas. Por lo tanto, antes de acceder a un financiamiento externo es necesario considerar cual sería los posibles impactos positivos y negativos que puede suscitar en la empresa.

Tabla 71

Financiamiento

Proyecto con Financiamiento	Monto (\$)	Porcentaje de aportación (%)
Capital Propio	18,541.19	34.63
Instituciones Financieras	35,000.00	65.37
Total	53,541.19	100.00

Nota. Esta tabla muestra cómo se va financiar el proyecto.

Tabla 72

Comparación Instituciones Financieras

Institución Financiera	Monto (\$)	Tasa de Interés Activa (%)	Meses Plazo	Garantes	Entrada (\$)
COAC Kisapincha	35,000.00	21.00	48	2	1,500.00
COAC Mushuc Runa	35,000.00	18.50	72	2	500.00
Banco Pichincha	35,000.00	11.23	48	0	0.00
BanEcuador	35,000.00	9.76	36	0	0.00

Nota. Esta tabla muestra las opciones de instituciones financieras para el financiamiento.

Análisis e Interpretación

Teniendo como opción a cuatro entidades financieras para el financiamiento del proyecto, se puede decir, que el BanEcuador es la mejor opción ya que a diferencia de los demás la tasa de interés es a 9.76%, a 36 meses plazo, a la misma vez no requiere garantes y cero de base o entrada para acceder a un préstamo. Asimismo, la cooperativa Kisapincha es la que posee la mayor tasa de interés, así mismo se requiere 2 garantes que posean bienes y adicional a eso necesitada de entrada o base \$1,500.00.

Plan de inversiones

Según Startup Guindes (2019) añade que el plan de inversiones es un modelo donde establece los objetivos, estrategias, tácticas y acciones que la empresa debe llevar a cabo para una adecuada gestión de las inversiones.

Es decir, el plan de inversiones nos permite desarrollar objetivos que se pretende alcanzar a corto, mediano y largo plazo, por una parte, nos permite analizar y evaluar la situación

financiera actual de la empresa, adicional, nos permite diversificar las inversiones en otros activos con la finalidad de reducir el riesgo y maximizar las ganancias.

Tabla 73

Plan de inversiones

Inversión	Valor (\$)	Valor (%)
Activo Fijo	5,578.84	10.42
Activo Diferido	1,550.00	2.89
Capital de trabajo	46,412.35	86.69
Total, Inversión	53,541.19	100.00
Financiamiento recursos propios	18,541.19	34.63
Financiamiento instituciones financieras	35,000.00	65.37
Total, financiamiento	53,541.19	100.00

Nota. Esta tabla muestra como está estructurado el plan de inversiones.

Presupuestos de Gastos e Ingresos

Gastos Operativos

Según Sánchez & Villegas (2019) señalan que los gastos operativos están estrechamente relacionados con los costos recurrentes para el apropiado funcionamiento de la empresa u organización, siendo así gastos relacionados con las actividades diarias que realiza la empresa.

Los gastos operativos son costos que asume la empresa para el funcionamiento diario de la misma, dentro de las cuales tenemos los gastos operativos fijos y los gastos operativos variables.

Tabla 74

Insumos

Descripción	Consumo mensual	Consumo anual	Valor Total (\$)
Pinturas	161	1932	53,113.80
Revestimientos	161	1932	43,808.00
Iluminación	161	1932	13,464.60
Mobiliario	161	1932	188,240.00
Persianas	161	1932	63,930.00
Accesorios de decoración	161	1932	63,954.58
Total			426,510.98

Nota. Esta tabla muestra los insumos del proyecto.

Tabla 75*Insumos de instalación*

Descripción	Consumo mensual	Consumo anual	Valor U (\$)	Valor Total (\$)
Hojas	30	360	0.05	18.00
Esfero	6	72	0.50	36.00
Lápiz	6	72	0.90	64.80
Disco de madera	4	48	7.27	348.96
Disco de concreto	4	48	8.95	429.60
Disco de metal	4	48	2.50	120.00
Chavos 2"	250	3000	0.02	60.00
Total				1,077.36

Nota. Esta tabla muestra los insumos de instalación.

Tabla 76*Materiales Indirectos*

Descripción	Consumo mensual	Consumo anual	Valor U (\$)	Valor Total (\$)
Etiquetas adhesivas	161	1932	0.35	676.20
Cartones	161	1932	0.25	483.00
Fundas Plásticas	161	1932	0.10	193.20
Total				1,352.40

Nota. Esta tabla muestra los materiales indirectos que forma parte del proyecto.

Tabla 77*Cargos de depreciación*

Descripción	Valor (\$)	Porcentaje (%)	Valor depreciado (\$)
Herramientas	185.43	20	37.09
Equipos	252.71	20	50.54
Equipos y enseres de oficina	5,140.70	20	1,028.14
Total			1,115.77

Nota. Esta tabla muestra los cargos de depreciación, el cálculo de depreciación se lo realizo de una forma línea teniendo en cuenta los 5 años de vida útil.

Tabla 78*Cargos de amortización*

Descripción	Valor (\$)	Porcentaje (%)	Valor amortizado (\$)
Gastos de constitución	400.00	20	80.00
Publicidad	350.00	20	70.00
Software contable	600.00	20	120.00
Permisos de funcionamiento	200.00	20	40.00
Total			310.00

Nota. Esta tabla muestra los cargos de amortización, el cálculo de amortización se lo realizo de una forma línea teniendo en cuenta los 5 años de vida útil.

Tabla 79*Mantenimiento de equipos*

Descripción	Valor de equipo (\$)	Mantenimiento Anual (\$)
Amoladora	52.99	2.65
Taladros	48.97	2.45
Lijadora	55.56	2.78
Corta Azulejo	95.19	4.76
Equipos de computo	600.00	30.00
Impresora/escáner	350.00	17.50
Router	50.00	2.50
Teléfono	45.00	2.25
Total		64.89

Nota. Esta tabla muestra los gastos de mantenimiento de los equipos.

Tabla 80*Personal de contacto directo*

Descripción	Valor mensual (\$)	Valor anual (\$)
Contador	450.00	5,400.00
Arquitecto	450.00	5,400.00
Operadores	450.00	5,400.00
Total		16,200.00

Nota. Esta tabla muestra el total de los gastos operativos.

Tabla 81*Gastos Operativos*

Descripción	Valor Total (\$)
Insumos	426,510.98
Insumos de instalación	1,077.36
Materiales Indirectos	1,352.40
Cargos de depreciación	1,115.77
Cargos de amortización	310.00
Mantenimiento de equipos	64.89
Personal de contacto directo	16,200.00
Total	446,631.39

Nota. Esta tabla muestra el total de los gastos operativos.

Gastos Administrativos

Según Sánchez & Villegas (2019) mencionan que los gastos administrativos engloban los costos asociados con la gestión y administración de la empresa u organización, estos gastos son esenciales para un correcto funcionamiento de la misma.

Los gastos administrativos son todos aquellos costos que están relacionados con los salarios de los empleados de nivel administrativo, como los jefes departamentales, también, dentro de estos gastos incluye el gasto de oficina o local, softwares o sistemas, formación y desarrollo del personal administrativo, entre otros.

Tabla 82*Servicios Básicos*

Descripción	Consumo Mensual	Precio Mensual (\$)	Valor Total (\$)
Energía Eléctrica	220 kWh	34.24	410.88
Agua Potable	500m3	25.00	300.00
Teléfono	200min	11.20	134.40
Internet	150MB	25.75	309.00
Total			1,154.28

Nota. Esta tabla muestra los gastos relacionados al servicio básico.

Tabla 83*Sueldos*

Descripción	Sueldo Mensual (\$)	Sueldo Anual (\$)
Gerente General	550.00	6,600.00
Asesor	450.00	5,400.00
Total		12,000.00

Nota. Esta tabla muestra el sueldo del gerente general y el asesor.

Tabla 84*Suministro de Oficina*

Descripción	Consumo Anual	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Resma de papel Bond A4	4	4.50	18.00
Folder	4	3.50	14.00
Caja de esferos BIC	1	7.16	7.16
Perforadora	1	1.87	1.87
Grapadora	1	2.24	2.24
Tinta black	4	9.89	39.56
Tinta cyan	3	9.89	29.67
Tinta magenta	3	9.89	29.67
Tinta yellow	3	9.89	29.67
Total			171.84

Nota. Esta tabla muestra los gastos generados a causa de los suministros de oficina.

Tabla 85*Arriendo*

Descripción	Valor mensual (\$)	Valor anual (\$)
Arriendo Local	180.00	2,160.00
Total		2,160.00

Nota. Esta tabla muestra el valor del arriendo.

Tabla 86*Gastos Administrativos*

Descripción	Valor Total
Servicios Básicos	1,154.28
Sueldos	12,000.00
Suministros de Oficina	171.84
Arriendo	2,160.00
Total	15,486.12

Nota. Esta tabla muestra el total de los gastos administrativos.

Gastos de Ventas

Según Silva (2021) señala que los gastos de ventas son aquellos costos que están estrechamente asociados a la venta de los bienes y servicios que una empresa u organización oferta en el mercado. Los gastos de ventas incluyen publicidad, materiales de ventas, capacitación a los vendedores y los salarios a empleados que se encarga de las ventas.

En otras palabras, los gastos de ventas son costos destinados para la venta de los bienes y servicios. Estos gastos engloban la publicidad en medio tradicionales como no tradicionales, además, se destinan a brindar capacitaciones a los vendedores con la finalidad de mejorar su habilidad de ventas. En muchos casos, estos gastos cubren los costos de alojamiento de los vendedores.

Tabla 87*Gastos de Venta*

Descripción	Sueldo Mensual (\$)	Sueldo Anual (\$)
Vendedor	450.00	5,400.00
Total		5,400.00

Nota. Esta tabla muestra el gasto de venta.

Gastos Financieros

Según Villón & García (2019) señalan que los gastos financieros son los intereses causados por préstamos o créditos que la empresa solicito para la constitución y el desarrollo del proyecto, además, incluyen los costos de las transferencias o las tarificas bancarias.

Los gastos financieros implican el uso temporal de dinero de las cooperativas o bancos a cambios de un cierto porcentaje de interés, es decir, son préstamos que se debe devolver en un tiempo determinado incluido los intereses.

Tabla 88

Préstamo Bancario

Descripción	Total (\$)
Interés préstamo tasa activa referencial	2,952.23
Total	2,952.23

Nota. Esta tabla muestra el valor del préstamo bancario.

Tabla 89

Gastos Financieros

Descripción	Total (\$)
Interés préstamo tasa activa referencial	2,952.23
Total	2,952.23

Nota. Esta tabla muestra el valor de los gastos financieros.

Análisis e Interpretación

Este valor indica que la empresa posee un gasto financiero de \$2,952.23, a diferencia de otros gastos en especial el gasto financiero va amortizando gradualmente al pasar los años. La empresa debe ser muy cauteloso en este tipo de gasto, si los gastos financieros son más altos que los ingresos es una señal que la empresa esta endeuda.

Resumen de Presupuesto de Gastos.

Tabla 90

Gastos totales

Gastos	Descripción	Valor Total (\$)
Gastos Operativos	Insumos	426,510.98
\$446,631.39	Insumos de instalación	1,077.36
	Materiales Indirectos	1,352.40
	Cargos de depreciación	1,115.77
	Cargos de amortización	310.00
	Mantenimiento de equipos	64.89
	Personal de contacto directo	16,200.00
Gastos Administrativos	Servicios Básicos	1,154.28
\$15,486.12	Sueldos	12,000.00
	Suministros de Oficina	171.84
	Arriendo	2,160.00
Gastos de Ventas	Vendedor	5,400.00
\$5,400.00		
Gastos Financieros	Interés préstamo tasa activa referencial	2,952.23
\$2,952.23		
Total		470,469.74

Nota. Esta tabla muestra los gastos operativos, administrativos, ventas y financieros del presente proyecto.

Análisis e Interpretación

La empresa o el proyecto requiere \$471,183.48 para cubrir los gastos operativos, administrativos, ventas y financieros. De todos los gastos, el gasto operativo es el más alto con \$446,631.39, de los cuales el insumo es la de mayor valor, lo que podría simbolizar que los materiales son relativamente altos, en cambio, los gastos financieros es muy baja siendo esta de \$2,952.23 la cual representa los intereses causados por el interés del préstamo.

Situación Financiera Actual

Según Sáenz (2020) menciona que la situación financiera actual, también denominado como balance general es un documento donde se refleja los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa, el balance general nos permite visualizar la situación financiera y un tiempo determinado y así mismo ver la evolución durante un cierto periodo de tiempo.

Tabla 91*Situación Financiera Actual*

		EMPRESA "Nize"	
		BALANCE GENERAL	
ACTIVO		PASIVO	
			\$30,941.5
Caja	\$500.00	Pasivo Corriente	7
			<u>\$30,941.5</u>
Banco	\$500.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	7
	\$35,542.5		
Inventario	8		
	\$40,811.3		
Cuentas por cobrar	4		
TOTAL ACTIVO	<u>\$77,353.9</u>		
CORRIENTE	2		
			\$35,000.0
		Préstamo bancario	0
		TOTAL PASIVO LARGO	<u>\$35,000.0</u>
Tangible		PLAZO	0
Herramientas	\$185.43		
			\$65,941.5
Equipos	\$252.71	TOTAL PASIVO	7
Equipos y enseres de oficina	\$5,140.70		
(-) Depreciación	\$1,115.77		
TOTAL ACTIVO FIJO	<u>\$4,463.07</u>		
			\$17,735.4
Intangible		Capital	3
			<u>\$17,735.4</u>
Gastos de constitución	\$400.00	PATRIMONIO	3
Publicidad	\$350.00		
Software contable	\$600.00		
		TOTAL	\$83,677.0
Permisos de funcionamiento	\$200.00	PASIVO+PATRIMONIO	0
(+) Amortización	\$310.00		
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	<u>\$1,860.00</u>		
	\$83,677.0		
TOTAL ACTIVO	0		

Gerente General

Contador

Nota. Esta muestra como está estructurado el balance general del proyecto o empresa.**Situación Financiera Proyectada**

Tabla 92

Situación Financiera Proyectada

EMPRESA "Nize"					
ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO					
	2024	2025	2026	2027	2028
ACTIVO					
Activos corrientes					
Caja	\$500.00	\$518.70	\$538.10	\$558.22	\$579.10
Banco	\$500.00	\$518.70	\$538.10	\$558.22	\$579.10
Inventario	\$35,542.58	\$36,871.87	\$38,250.88	\$39,681.47	\$41,165.55
Cuentas por cobrar	\$40,811.34	\$42,337.69	\$43,921.12	\$45,563.77	\$47,267.85
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$77,353.92	\$80,246.96	\$83,248.20	\$86,361.68	\$89,591.61
Tangible					
Herramientas	\$185.43	\$192.37	\$199.56	\$207.02	\$214.77
Equipos	\$252.71	\$262.16	\$271.97	\$282.14	\$292.69
Equipos y enseres de oficina	\$5,140.70	\$5,332.96	\$5,532.41	\$5,739.33	\$5,953.98
(-) Depreciación	\$1,115.77	\$1,115.77	\$1,115.77	\$1,115.77	\$1,115.77
TOTAL ACTIVO FIJO	\$4,463.07	\$4,671.72	\$4,888.17	\$5,112.72	\$5,345.67
Intangible					
Gastos de constitución	\$400.00	\$414.96	\$430.48	\$446.58	\$463.28
Publicidad	\$350.00	\$363.09	\$376.67	\$390.76	\$405.37
Software contable	\$600.00	\$622.44	\$645.72	\$669.87	\$694.92
Permisos de funcionamiento	\$200.00	\$207.48	\$215.24	\$223.29	\$231.64
(+) Amortización	\$310.00	\$310.00	\$310.00	\$310.00	\$310.00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$1,860.00	\$1,917.97	\$1,978.11	\$2,040.50	\$2,105.22
TOTAL ACTIVO	\$83,677.00	\$86,836.65	\$90,114.48	\$93,514.90	\$97,042.49
PASIVO					
Pasivo Corriente	\$30,941.57	\$32,098.78	\$33,299.28	\$34,544.67	\$35,836.64
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$30,941.57	\$32,098.78	\$33,299.28	\$34,544.67	\$35,836.64
Pasivo a largo plazo					
Préstamo bancario	\$35,000.00	\$23,333.33	\$11,666.67	\$0.00	\$0.00
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$35,000.00	\$23,333.33	\$11,666.67	\$0.00	\$0.00
TOTAL PASIVO	\$65,941.57	\$55,432.12	\$44,965.95	\$34,544.67	\$35,836.64
Capital	\$17,735.43	\$31,404.53	\$45,148.53	\$58,970.22	\$61,205.85
PATRIMONIO	\$17,735.43	\$31,404.53	\$45,148.53	\$58,970.22	\$61,205.85
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$83,677.00	\$86,836.65	\$90,114.48	\$93,514.90	\$97,042.49
	Gerente General			Contador	

Nota. Esta muestra la proyección de la situación financiera con la inflación acumulada de 3.74%.

Presupuesto de Ingresos

Tabla 93

Presupuesto de Ingresos

AÑO	DPI Real	Precio (\$)	Ingresos Mensuales (\$)	Ingresos Anuales (\$)
(0) 2023	1932	450	68,357.20	820,286.44
(1) 2024	1962	467	72,020.02	864,240.21
(2) 2025	1993	485	75,879.10	910,549.17
(3) 2026	2024	503	79,944.96	959,339.53
(4) 2027	2055	521	84,228.69	1,010,744.24
(5) 2028	2087	541	88,741.95	1,064,903.39

Nota. Esta tabla muestra el presupuesto de ingresos una vez consolidado.

Análisis e Interpretación

En la tabla se presenta los ingresos mensuales y anuales proyectado a seis años, desde el 2023 hasta el 2028, los ingresos mensuales se obtienen multiplicado la DPI real por el precio, mientras el ingreso anual se obtiene multiplicado el ingreso mensual por 12 los cuales sería la cantidad de meses que tiene el año.

El precio se obtuvo de la siguiente manera; gama económica \$363 más gama alta \$571, el resultado se dividió para 2, logrando así un precio de \$467 para el año 2024. En análisis se puede decir, que la empresa o el proyecto posee crecimiento constante al transcurso de los años, donde se muestra en el 2023 tiene ingresos anuales de \$820,286.44, mientras que para el 2028 se predice que los ingresos anuales serán \$1,064,903.39.

Estado de Resultado Proyectado

Tabla 94

Estado de Resultado Proyectado

EMPRESA "Nize"					
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO					
	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos	\$864,240.21	\$910,549.17	\$959,339.53	\$1,010,744.24	\$1,064,903.39
(-) Gastos Operativos	\$446,631.39	\$463,335.41	\$480,664.15	\$498,640.99	\$517,290.16
(=) Utilidad	\$417,608.81	\$447,213.76	\$478,675.38	\$512,103.25	\$547,613.23
(-) Gastos administrativos	\$15,486.12	\$16,065.30	\$16,666.14	\$17,289.46	\$17,936.08
(-) Gastos de venta	\$5,400.00	\$5,601.96	\$5,811.47	\$6,028.82	\$6,254.30
(-) Gastos Financieros	\$2,952.23	\$1,874.93	\$687.68	\$0.00	\$0.00
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	\$393,770.46	\$423,671.57	\$455,510.08	\$488,784.97	\$523,422.85
(-) Reparto de utilidad a trabajadores 15%	\$59,065.57	\$61,274.62	\$63,566.29	\$65,943.67	\$68,409.97
(=) Utilidad antes de impuestos	\$334,704.89	\$362,396.95	\$391,943.79	\$422,841.30	\$455,012.88
(-) Impuesto a la renta personal natural 25%	\$83,676.22	\$86,805.71	\$90,052.25	\$93,420.20	\$96,914.12
(=) Utilidad Neta	\$251,028.67	\$275,591.24	\$301,891.54	\$329,421.10	\$358,098.76
(+) Cargos de depreciación y amortización	\$1,425.77	\$1,425.77	\$1,425.77	\$1,425.77	\$1,425.77
(-) Pago a principales	\$11,666.67	\$11,666.67	\$11,666.67	\$0.00	\$0.00
(=) Flujo neto de efectivo	\$240,787.77	\$265,350.34	\$291,650.64	\$330,846.86	\$359,524.53
	_____ Gerente General			_____ Contador	

Nota. Esta tabla muestra la proyección del estado de resultado.

Flujo de Caja

Tabla 95

Flujo de Caja

EMPRESA "Nize"						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	(0) 2023	(1) 2024	(2) 2025	(3) 2026	(4) 2027	(5) 2028
INGRESOS OPERACIONALES	\$53,541.19	\$864,240.21	\$910,549.17	\$959,339.53	\$1,010,744.24	\$1,064,903.39
(+) Recursos Propios	\$18,541.19					
(+) Recursos Ajenos	\$35,000.00					
(+) Ingresos por ventas		\$864,240.21	\$910,549.17	\$959,339.53	\$1,010,744.24	\$1,064,903.39
(=) EGRESOS OPERACIONALES	\$0.00	\$467,517.51	\$485,002.67	\$503,141.77	\$521,959.27	\$541,480.55
(+) Gastos operacionales		\$446,631.39	\$463,335.41	\$480,664.15	\$498,640.99	\$517,290.16
(+) Gastos de venta		\$5,400.00	\$5,601.96	\$5,811.47	\$6,028.82	\$6,254.30
(+) Gastos administrativos		\$15,486.12	\$16,065.30	\$16,666.14	\$17,289.46	\$17,936.08
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$53,541.19	\$396,722.69	\$425,546.50	\$456,197.76	\$488,784.97	\$523,422.85
INGRESOS NO OPERACIONALES						
(+) Crédito a contratarse a corto plazo						
(=) EGRESOS NO OPERACIONALES		\$2,952.23	\$1,874.93	\$687.68	\$0.00	\$0.00
(+) Interés pago de crédito a largo plazo		\$2,952.23	\$1,874.93	\$687.68	\$0.00	\$0.00
(=) FLUJO NO OPERACIONAL		\$2,952.23	\$1,874.93	\$687.68	\$0.00	\$0.00
(=) FLUJO NETO DE CAJA	\$53,541.19	\$393,770.46	\$423,671.57	\$455,510.08	\$488,784.97	\$523,422.85
		_____ Gerente General		_____ Contador		

Nota. Esta tabla muestra el flujo de caja proyectado.

Punto de Equilibrio

Según Cajigas et al., (2022) mencionan que el punto de equilibrio (PE) es una herramienta de gestión empresarial que permite conocer la cantidad de bienes y servicios que la empresa debe producir y vender mes tras mes para evitar pérdidas. El PE se utiliza en la mayoría de la empresa ya sea estas, pequeña, mediana o grandes con la finalidad de establecer metas de ventas mensuales para ser sostenible a largo plazo, además, el PE nos permite tomar decisiones estratégicas para alcanzar las metas establecidas con anterioridad.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

$$PE = \frac{\$41,357.16}{1 - \frac{\$429,112.58}{\$864,240.21}}$$

$$PE = \frac{\$41,357.16}{1 - \$0.50}$$

$$PE = \$41,356.67$$

Análisis e Interpretación

El proyecto denominado “Nize” debe generar ingresos de \$41,356.67, esta cifra representa el punto de equilibrio del proyecto. El punto de equilibrio es la cantidad de ingresos monetarios que la empresa debe generar para cubrir los costos fijos y variables, en otras palabras, el punto de equilibrio nos ayuda a tener en cuenta la cantidad de ingresos que necesitamos para no incurrir a pérdidas. Por otro lado, si la empresa genera por encima de

la cantidad antes mencionada se considera parte de la ganancia, pero, si los ingresos son inferiores a la cantidad señala la empresa está teniendo pérdidas.

Punto de Equilibrio en Unidades

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

Donde:

PE: Punto de equilibrio

PVU: Precio de venta unitario

CVU: Costos de venta unitario

$$PE = \frac{\$41,357.16}{\$467 - \$218.71}$$

$$PE = \frac{\$41,357.16}{\$248.29}$$

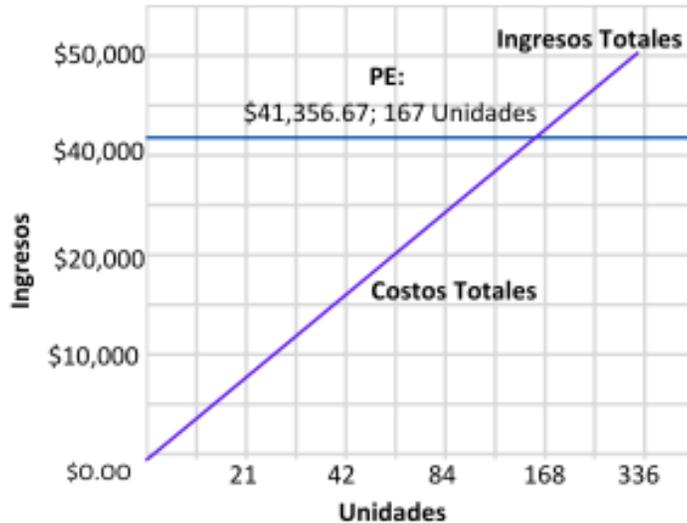
$$PE = 167 \text{ unidades}$$

Análisis e Interpretación

En este caso, el proyecto debe vender obligatorio 167 unidades de los bienes y servicios de diseño de interiores y acabados para cubrir los costos fijos y variables de la empresa. En otras palabras, el punto de equilibrio en unidades nos permite conocer la cantidad de bienes y servicios que debemos vender para no generar pérdidas ni ganancias. Finalmente, si la empresa vende más de 167 unidades ya está generando ganancias, por lo contrario, estará incurriendo en pérdidas.

Ilustración 35

Punto de Equilibrio



Nota. Esta ilustración muestra los ingresos monetarios y las unidades.

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (Tmar)

Según Vaca et al., (2019) indica que la tasa mínima aceptable de rendimiento o también denominada como tasa de oportunidad permite al inversionista evaluar el rendimiento mínimo, tomando en cuenta el riesgo país y la inflación. La Tmar es esencial para medir la rentabilidad y tomar las decisiones antes de invertir en una empresa o un proyecto.

Caculo de Tmar1 sin financiamiento

$$Tmar1 = i + f$$

Donde:

Tmar: Tasa mínima aceptable de rendimiento

i: Riesgo país, 3 de julio de 2023: 1894 (18,94%)

f: inflación (3,74%)

$$Tmar1 = 0.1894 + 0.0374$$

$$Tmar1 = 0.2268$$

$$Tmar1 = 22.68\%$$

Calculo Tmar2 sin financiamiento

$$Tmar1 = i + f(2)$$

$$Tmar1 = 0.1894 + 0.0374(2)$$

$$Tmar1 = 0.2642$$

$$Tmar1 = 26.42\%$$

Cálculo Tmar1 Global Mixto

Tabla 96

Tmar1 Global Mixto

Proyecto con financiamiento	Monto	% De aportación de las fuentes	TMAR Anual %	Ponderación %
Capital propio	\$18,541.19	0.3463	0.2268	0.0785
Inversión financiera	\$35,000.00	0.6537	0.0976	0.0638
TOTAL	\$53,541.19	1.00	0.3244	0.1423
TOTAL (%)		100.00%	32.44%	14.23%

Nota. Esta tabla muestra la el Tmar1 global mixto.

Interpretación

Estos datos representan la estructura de Tmar1, se desglosa el monto, el porcentaje de aportación de las fuentes, la tasa mínima aceptable de rendimiento anual (TMAR) y la ponderación de cada fuente. El total de financiamiento del proyecto es de \$53,541.19, donde los \$18,541.19 son de capital propio con la Tmar anual de 0.2268 (22.68%), mientras, los \$35,000.00 es préstamo bancario a un Tmar anual de 0.976 (9.76%), finalmente, tenemos la ponderación total de 0.1423 (14.23%), este valor nos servirá para calcular el VAN y el TIR.

Tabla 97*Tmar1 Global Mixto*

Proyecto con financiamiento	Monto	% De aportación a las fuentes	TMAR Anual %	Ponderación %
Capital propio	\$18,541.19	0.3463	0.2642	0.0915
Inversión financiera	\$35,000.00	0.6537	0.0976	0.0638
TOTAL	\$53,541.19	1.00	0.3618	0.1553
TOTAL (%)		100.00%	36.18%	15.53%

Nota. Esta tabla muestra la el Tmar1 global mixto.

Interpretación

La Tmar2, se desglosa el monto, el porcentaje de aportación de las fuentes, la tasa mínima aceptable de rendimiento anual (TMAR) y la ponderación de cada fuente. El total de financiamiento del proyecto es de \$53,541.19, donde los \$18,541.19 son de capital propio con Tmar anual de 0.2642 (26.42%), mientras, los \$35,000.00 es préstamo bancario a un Tmar anual de 0.0976 (9.76%), finalmente, tenemos la ponderación total de 0.1553 (15.53%), este valor nos servirá para calcular el VAN y el TIR.

Valor Actual Neto (VAN)

Según Vaca et al., (2019) indican que el valor actual neto (VAN) es una herramienta financiera que evalúa la rentabilidad de las inversiones ya sea en empresas o proyectos, es decir, evalúa cuánto vale un dólar en el presente y cuanto valdrá en el futuro.

A continuación, los criterios de VAN:

- Si el VAN es menor a menor, la inversión no es rentable
- Si el VAN es igual a cero, la inversión es indiferente
- Si el VAN es mayor a cero, la inversión es rentable

En síntesis, si el VAN es positiva, simboliza que la inversión puede ser rentable, mientras que, si el VAN es negativa, simboliza que la inversión no será rentable.

Cálculo VAN 1

$$VAN1 = -Inv.Inicial + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN1 = -\$53,541.19 + \frac{\$240,787.77}{(1+0.1423)^1} + \frac{\$265,350.34}{(1+0.1423)^2} + \frac{\$291,650.64}{(1+0.1423)^3} \\ + \frac{\$330,846.86}{(1+0.1423)^4} + \frac{\$359,524.53}{(1+0.1423)^5}$$

$$VAN1 = -\$53,541.19 + \$210792.06 + \$203357.08 + \$195669.17 + \$194314.99 \\ + \$184853.49$$

$$VAN1 = \$935,445.60$$

Análisis Interpretación

Teniendo un valor de \$935,445.60 en VAN1, y considerando los criterios antes indicados se puede decir que la inversión si es rentable a una tasa de interés de 14.23%, en otras palabras, un VAN positivo indica que la inversión generara una cifra mayor a la tasa de interés utilizada, lo que simboliza la rentabilidad.

Calculo VAN 2

$$VAN2 = -Inv.Inicial + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN2 = -\$53,541.19 + \frac{\$240,787.77}{(1+0.1553)^1} + \frac{\$265,350.34}{(1+0.1553)^2} + \frac{\$291,650.64}{(1+0.1553)^3} \\ + \frac{\$330,846.86}{(1+0.1553)^4} + \frac{\$359,524.53}{(1+0.1553)^5}$$

$$VAN2 = -\$53,541.19 + \$208420.13 + \$198806.28 + \$189137.92 + \$185715.40 \\ + \$174684.62$$

$$VAN2 = \$903,223.16$$

Análisis e Interpretación

El valor de VAN2 es de \$903,223.16, asimismo considerando los criterios antes indicados se puede decir que la inversión si es rentable a una tasa de interés de 15.53%, es decir, un VAN positivo indica que la inversión generara una cifra mayor a la tasa de interés utilizada, lo que simboliza la rentabilidad

Indicadores Financieros

Índice de Solvencia

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Solvencia} = \frac{\$83,677.00}{\$65,941.57}$$

$$\text{Solvencia} = 1.27$$

Análisis e Interpretación

Para conocer el índice de la solvencia se divide el total de los activos entre el total de los pasivos, en este caso la empresa o el proyecto posee un activo total de \$83,677.00, mientras, el total de pasivos asciende a \$65,941.57, teniendo así una solvencia de 1.27. La solvencia de 1.27 indica que los activos de la empresa son 1.27 veces mayores que los pasivos. En otras palabras, la empresa cuenta con los activos suficientes para cubrir las deudas o las obligaciones financiera.

Índice de liquidez

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Liquidez} = \frac{\$77,353.92}{\$30,941.57}$$

$$\text{Liquidez} = \$2.50$$

Análisis e Interpretación

El cálculo de la liquidez se lo realiza dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente, en este caso, la empresa o proyecto tiene una liquidez de \$2.50, para el cual, se consideraron los siguientes valores; activo corriente \$77,353.92 y el pasivo corriente \$30,941.57. El \$2.50 de liquidez representa que el proyecto posee \$2.50 en activos corrientes por cada \$1 en pasivos corrientes. En síntesis, el proyecto cuenta con los activos suficientes para cubrir las deudas o las obligaciones financiera a corto plazo.

Índice de Endeudamiento

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\$65,941.57}{\$83,677.00} * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = \$0.79 * 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 79\%$$

Análisis e Interpretación

Para determinar el índice de endeudamiento se divide el pasivo total entre activo total, el resultado de estas dos se multiplica por 100. En este caso, para determinar el índice de endeudamiento tiene como pasivo total \$65,941.57, y un activo total de \$83,677.00, utilizando estos datos se pudo determinar que la empresa cuenta con un endeudamiento de 79%, es decir, la mayor parte de la inversión proviene de financiamiento ajeno o entidades financieras, un nivel alto de endeudamiento puede ocasionar costos financieros elevados, aumento de riesgo de fracaso, mayores obligaciones financiera, entre otros.

Índice de apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\$65,941.57}{\$17,735.43}$$

$$\text{Apalancamiento} = 3.72$$

Análisis e Interpretación

El cálculo de apalancamiento es lo realiza dividiendo el pasivo total entre patrimonio. Para aquello, la empresa posee los siguientes valores; pasivo total \$65,941.57 y patrimonio \$17,735.43. Teniendo la cuenta aquellos datos, se pudo determinar que el apalancamiento es de 3.72, esto significa que por cada unidad de patrimonio tiene \$3.72 en pasivo. En otras palabras, el proyecto está utilizando un nivel alto de apalancamiento para financiar sus actividades. El apalancamiento puede ser beneficio cuando la entidad sabe aprovechar adecuadamente las oportunidades de crecimiento, sin embargo, no deja de ser riesgoso porque la empresa puede tener dificultades económicas y no alcanzar cubrir sus obligaciones.

Tasa Beneficio – Costo

Según Díaz (2017) indica que la tasa beneficio-costo, también conocido como relación costo-beneficio es una herramienta financiera que permite medir la relación de los costos entre el beneficio de un proyecto, esta herramienta es esencial para conocer con claridad si el proyecto es rentable o no.

A continuación, los criterios de tasa beneficio-costos;

- Si la tasa $R \frac{B}{C}$ es mayor a 1, el proyecto es rentable
- Si la tasa es igual a 0, el proyecto es indiferente
- Si la tasa es menor a 1, el proyecto no es rentable

$$R \frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

$$R \frac{B}{C} = \frac{\$4,809,776.54}{\$470,469.74}$$

$$R \frac{B}{C} = \$10.22$$

Análisis e Interpretación

La relación beneficio-costos de este proyecto es \$10.22, es decir, por cada dólar invertido se espera obtener un beneficio de \$10.22. Aunque este valor nos muestra que el proyecto

si es rentable, es necesario realizar cálculos con otros escenarios para validar este valor de \$10.22. por lo tanto, lo aconsejable sería realizar el cálculo con el escenario pesimista de (-)20%.

Periodo de Recuperación de la Inversión

Según Reyna et al., (2019) mencionan que el periodo de recuperación de la inversión, o denominada PRI es un indicador financiero que mide el tiempo que va tomar para recuperar la inversión inicial. Dando detalle en años, meses, y días.

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{\$53,541.19}{\frac{\$1,488,160.14}{5}}$$

$$PRI = \frac{\$53,541.19}{297632.03}$$

$$PRI = 0.18$$

Análisis e Interpretación

La empresa o el proyecto necesita 0 años, 2 meses y 5 días para recuperar la inversión inicial, el PRI de este proyecto es corto, lo que significa que es una señal positiva, ya que a partir de 2 meses y 5 días la empresa ya generar ganancias. Este tiempo de recuperación puede ser llamativo para aquellos inversionistas que buscan un retorno de inversión a corto plazo.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según González (2019) señala que la tasa interna de retorno, o también denominada como TIR es un indicador financiero que permite analizar las posibles inversiones que se va a realizar. En otras palabras, la TIR da conocer el porcentaje de ganancias o pérdida de una inversión.

A continuación, se los criterios de la TIR:

- Si la TIR es mayor a Tmar se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual a Tmar el proyecto es indiferente.
- Si la TIR es menor a Tmar se rechaza el proyecto.

$$TIR = TMAR1 + (TMAR2 - TMAR1) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

$$TIR = 0.1423 + (0.1553 - 0.1423) \left(\frac{\$935,445.60}{\$935,445.60 - \$903,223.16} \right)$$

$$TIR = 0.1423 + 0.0130 \left(\frac{\$935,445.60}{32222.44} \right)$$

$$TIR = 51.97\%$$

Análisis e Interpretación

La TIR del proyecto es de 51.97%, lo que significa que el proyecto es altamente rentable, en otros términos, la inversión generar un retorno de 51.97% anual. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la TIR es una apreciación de lo que podría suceder en los flujos de efectivos futuros, pero si estos supuestos resultaran ser incorrectas, el retorno de inversión puede ser menor a los que se estimaba inicialmente.

Cuadro de Sensibilidad

Para el siguiente análisis de sensibilidad se tuvo en cuenta dos escenarios, escenarios optimistas con (+) 20% y el escenario pesimista con (-) 20%.

Tabla 98

Cuadro de sensibilidad

Variaciones	Escenario Optimista		Escenario Real	Escenario Pesimista	
VAN 1	(+) 20%	\$1,583,283.61	\$935,445.60	(-) 20%	\$287,607.59
VAN 2	(+) 20%	\$1,530,660.19	\$903,223.16	(-) 20%	\$275,786.12
TIR	(+) 20%	53.34%	51.97%	(-) 20%	45.86%
Beneficio-costo	(+) 20%	\$12.27	\$10.22	(-) 20%	\$8.18
PRI	(+) 20%	0.11	0.18	(-) 20%	0.51

Nota. Este cuadro muestra el escenario optimista y pesimista.

Análisis e Interpretación

Para empezar, se muestra tres escenarios diferentes con sus respectivos valores, escenarios reales, escenario optimista y el escenario pesimista. A continuación, sus respectivos análisis e interpretación:

Van 1: Escenario optimista (+) 20% logra tener un valor de \$1,583,283.61, a comparación del escenario real existe un aumento de \$647,838.01, mientras que, en el escenario pesimista (-) 20%, en comparación al escenario real tiene una disminución de \$647,838.01. A pesar que de estos dos escenarios diferente el VAN1 sigue siendo mayor a 1 porque lo resulta que el proyecto es aceptable.

Van 2: Escenario optimista (+) 20% logra tener un valor de \$1,530,660.19, a comparación del escenario real existe un aumento de \$627,437.03, mientras que, en el escenario pesimista (-) 20%, en comparación al escenario real tiene una disminución de \$627,437.03. A pesar que de estos dos escenarios diferente el VAN2 sigue siendo mayor a 1 porque lo resulta que el proyecto es aceptable.

TIR: En el escenario real el proyecto posee un valor de 51.97%, mientras que en el escenario optimista (+) 20% posee un valor de 53.34%, es decir, en comparación del escenario real con el escenario optimista tiene un aumento en la TIR de 1.37%, sin embargo, en el escenario pesimista (-) 20% el valor de la TIR se disminuye en un 6.11%. Por lo tanto, a pesar de crear dos escenarios diferentes el valor de la TIR sigue siendo mayor a la Tmar porque si se acepta el proyecto.

Relación costo-beneficio: En el escenario real la relación costo-beneficio (R B/C) es de \$10.22 por cada dólar invertido, mientras que en el escenario optimista (+) 20% tiene la R B/C de \$12.27, en cambio, en el escenario pesimista (-) 20% el valor de R B/C es de \$8.18. En los tres escenarios se presenta valores positivos, por lo tanto, se acepta el proyecto.

Periodo de retorno de inversión (PRI): El PRI posee un valor de 0.18 en el escenario real, mientras que en el escenario optimista (+) 20% indica un valor de 0.11. Por otra parte, en el escenario pesimista (-) 20% muestra un valor de 0.51. Estos valores representan el

tiempo que le toma para recuperar la inversión inicial, teniendo en cuenta estos tres escenarios, se puede decir, que en el escenario pesimista se demorara más tiempo en recuperar la inversión, apropiadamente en 6 meses y 3 días para recuperar la inversión.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La ausencia de la una línea de negocio de diseño de interiores y acabados en la parroquia Quisapincha obliga a los clientes buscar bienes y servicios de diseño de interiores y acabados en otras parroquias o ciudades cercanas, lo que requiere el mercado es agilidad y prontitud al recibir un bien o servicio.

También, la ausencia de esta línea de negocio presenta un aumento en el desempleo de los profesionales como son los arquitectos, ingenieros civil y diseñador de interiores, por otra parte, limita la diversificación de diseños y estilos en las construcciones, lo que causa una falta de identidad a las construcciones de la zona.

La parroquia Quisapincha se encuentra en el auge de la construcción, todo el sector constructor está siendo impulsado por los emigrantes que residen en Norteamérica y Europa, sin embargo, a pesar de que sea visible una idea de negocio, como es el caso de diseño de interiores y acabados que complementa a las construcciones, no existe esta línea de negocio lo que representa que hay una oportunidad en mercado para satisfacer las demandas de los clientes.

La introducción de esta línea de negocio podría satisfacer las demandas de un mercado potencial insatisfecho con ideas creativas, innovadores y originales en la rama de diseño de interiores y acabados, por otra parte, como es un proyecto diferente puede traer consigo clientes de una manera rápida y motivar a los inversionistas para el financiamiento del proyecto.

Con el presente proyecto logró identificar una oportunidad en el mercado de Quisapincha para ofertar bienes y servicios de diseño de interiores y acabados, la ausencia de esta línea de negocio en la parroquia Quisapincha, demuestra que hay una clara demanda potencial insatisfecha ya que varios sectores de la parroquia se encuentran en el auge de la construcción.

Las redes sociales más utilizadas por el mercado objetivo son Facebook e Instagram como canal de comunicación para la comercialización, estos nos dan indicios que estas plataformas digitales podría ser una herramienta clave para llegar a más personas y aumentar la participación en el mercado del sector constructor.

En cuanto a la localización la mayoría de las personas encuestadas indicaron alrededor del parque central Quisapincha. El parque central es un lugar estratégico para cualquier tipo de negocios, en su mayor parte las instituciones financieras se encuentran alrededor de este parque ya que es un lugar muy visible y de alta tráfico peatonal, lo que podría aumentar la exposición de nuestros bienes y servicios de diseño de interiores y acabados.

El proceso para realizar el diseño de interiores y acabados es un trabajo que requiere la información necesaria del cliente, por lo tanto, se necesita entender bien que es lo realmente quiere el cliente, luego, investigar, planificar, diseñar y preparar un presupuesto con los tiempos definidos que logre satisfacer las necesidades del cliente.

La misión, la visión y los valores son factores claves para el éxito y el crecimiento de la empresa, en estas tres cosas se plasma quienes somos, a donde queremos llegar y como queremos ser nosotros frente a los clientes, estas tres cosas nos ayudan a desarrollar estrategias para el cumplimiento de cada una de ellas, además, nos permite crear un ambiente de trabajo agradable.

Los manuales de funciones son herramientas de gestión donde se define las responsabilidades y tareas de cada puesto de trabajo, los manuales facilitan la perspicacia de cada uno de los roles para evitar tareas o trabajos duplicados. Además, esta herramienta proporcionar una guía clara para los nuevos empleados que se suman a la empresa.

Basado en su evaluación financiera se llegar a determinar que el proyecto tiene una tasa interna de retorno (TIR) de 51.97% y el valor actual neto (VAN) de \$935,445.60 y \$903,223.16. La TIR es mayor a la T_{mar1} y T_{mar2} , es decir, se acepta el proyecto. Asimismo, los valores de VAN muestran resultados positivos, teniendo en cuenta los criterios de VAN el proyecto generara un retorno mayor a la inversión inicial.

El proyecto indica que su periodo de recuperación de inversión (PRI) es en 0 años, 2 meses y 5 días, lo que significa que es una señal positiva, ya que a partir de ese tiempo la empresa ya generara ganancias. Por otra parte, la relación beneficio-costos del proyecto es de \$10.22, en otras palabras, por cada dólar invertido se espera obtener un beneficio de \$10.22.

Recomendaciones

Desarrollar una línea de negocio dedicada al diseño de interiores y acabados en la parroquia Quisapincha, con la finalidad de ofertar bienes y servicios que vaya acorde a la rama de negocio, así también, buscar alternativas para que las entregas de los productos sean de una ágil y segura con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.

Incentivar a los establecimientos y profesionales que se dedican al diseño de interiores y acabados, ofreciendo, cursos, talleres y programas de capacitación. Adicional, se sugiere promover que las construcciones que vayan ser realizadas en el futuro tengan características representativas de las construcciones locales (identidad propia).

En vista del crecimiento enorme en el sector constructor, se recomienda que ejecute este proyecto y que se especialice en diseño de interiores y acabados, la empresa que se dedique a esta línea de negocio podría evolucionar el mercado de la construcción en la parroquia Quisapincha, ofreciendo una variedad de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los residentes de la zona.

Una vez ejecutada el proyecto, se recomienda que investigue activamente las preferencias y gusto de los clientes, así también que investiga las tendencias y estilos de los diseño y acabados para adaptar a las construcciones de la zona. Adicional, la empresa debe emplear estrategias de publicidad para atraer nuevos clientes.

Se recomienda que realizar una investigación adicional, pero en esta vez de una manera más detalla teniendo en cuentas los diferentes factores económicos, y la misma vez buscar preferencias de los diseños arquitectónico de la cultura de Quisapincha para adaptar a la arquitectura moderna.

Desarrollar estrategias de marketing digital en las redes sociales como Facebook e Instagram, dado que nuestro mercado objetivo opta por estas plataformas, esto implica que la publicidad realizada o el contenido que va llevar a cabo sea atractivo y relevante donde el posible cliente pueda interactuar con nosotros, a pesar que las personas encuestadas prefieren estas dos plataformas no hay que descartar incursionar otras plataformas digitales como tiktok, YouTube, entre otros.

Buscar un lugar de alquiler cerca del parque central de Quisapincha, dado que la mayor de los encuestados prefiere ese lugar, un espacio cerca del parque permita aprovechar el tráfico peatonal y la visibilidad frente a los posibles clientes, además, antes de establecer el negocio cerca de este lugar, aunque parezca muy prometedor es necesario tener cuenta si existe negocios parecidos alrededor tuyo para desarrollar estrategias de diferenciación.

Para garantizar el éxito y la expansión del proyecto, se recomienda cumplir con todos los procesos que requiere la realización de diseños de interiores y acabados, también, es importante dedicar el tiempo suficiente para cada proyecto para lograr satisfacer las expectativas del cliente. Adicional, es esencial mantener la comunicación directa con el cliente para ir completando el diseño de interiores y acabados.

Se recomienda a todas la empresas y proyectos, sin importar el tamaño o al sector que se dediquen, invertir tiempo y recursos para el desarrollo de la misión, visión y valores. Las misma deben ser actualizadas o modificadas cada cierto tiempo según los avances o los cambios empresariales. Además, es importante que estos elementos sean difundidos en todos los niveles jerárquicos de la empresa para que todos trabajen por un objetivo común.

Hay que recordar los manuales de función no es para toda la vida, por lo que se recomienda actualizar o modificar según las necesidades de cada una de las empresas. Los manuales que vayan a realizar deben ser lo suficientemente claro y detallado para que el responsable de cada puesto de trabajo sepa con claridad cuál es su rol en la empresa.

Teniendo en cuenta la evaluación financiera, en el futuro se recomienda buscar nuevas formas de evaluar del proyecto a través de softwares especializados en el área financiera y a su vez buscar opiniones basando en la inteligencia artificial.

Teniendo en cuenta el corto el periodo de recuperación de inversión (PRI) de 0,18 y la tasa beneficio-costos de \$10.22, se recomienda ejecutar el proyecto, el PRI simboliza que el proyecto generar ganancias en muy poco tiempo, por otra parte, respecto al beneficio-costos indica un nivel alto de rentabilidad y un bajo nivel de perdidas respecto a las inversiones.

BIBLIOGRAFÍA

- Acibeiro, M. (02 de Febrero de 2023). *Godaddy*. <https://es.godaddy.com/blog/que-son-las-redes-sociales-y-para-que-sirven/>
- Arboleda, M. E. (2021). *Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado*. Universidad Icesi.
<https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/economia/apuntesEconomia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf>
- Asana. (7 de Diciembre de 2022). *Asana*. <https://asana.com/es/resources/what-is-a-flowchart>
- Avila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2020). La entrevista y la encuesta. *Dialnet*, Vol. 6(No. 3), 63-65.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Avilés, H. E., Torre, K. G., & Aguirre, C. O. (2019). Análisis de los canales de comercialización que inciden en la captura del cangrejo rojo (*Ucides Occidentalis*) de la "Asociación de cangrejeros 6 de julio" del golfo de Guayaquil. *Scielo*, Vol. 11(No. 1), 94-96.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000100093
- Banco Pichincha. (05 de Febrero de 2021). *Pichincha*.
<https://www.pichincha.com/portal/blog/post/ratios-solvencia-endeudamiento>
- Benalcázara, M. M., Guamán, J. L., & Toukoumidis, Á. T. (2020). Análisis descriptivo del juego como herramienta para aprender sobre el patrimonio cultural: estudio de caso. *Scielo*, Vol. 46(No. 3), 37. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052020000300033>

- Bustamante, R. Y., Sanchez, A. J., & Vélez, H. A. (2022). Canales de comercialización en las ventas de la asociación 11 de Octubre. *Dialnet*, Vol. 6(No. 1), 95-97. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8878580>
- Cajigas, M., Ramírez, E., & Ramírez, D. A. (2022). El punto de equilibrio avanzado (Pea): herramienta para asegurar la sostenibilidad empresarial. *unilibre*, Vol. 20(Núm. 37), 3-6. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2022v20n37.9571>
- Castro, M. (2019). Bioestadística aplicada en investigación clínica: conceptos básicos. *Elsevier*, Vol. 30(No. 1), 50-65. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.12.002>
- Cera, C. (6 de abril de 2021). *appvizer*. <https://www.appvizer.es/revista/contabilidad-finanzas/contabilidad/caja-contabilidad>
- Chávez, A. R., Núñez, S. W., & Moreira, J. L. (2022). Micromarketing: su contribución en la segmentación de nichos de mercado para las microempresas del Ecuador. *FIPCAEC*, Vol. 7(No. 3), 47-50. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i3.589>
- Consultoria e Ingenieria y Ambiente. (2014). *Estudio De Impacto Ambiental Definitivo (EIAD) Sistema De Transmisión De Extra Alta Tensión Y Sistemas Asociados*. CELEC.
[file:///C:/Users/DELL/Documents/UTA/L%C3%ADnea%20Base%20Social%20\(Primera%20Parte\)%20Quisapincha.pdf](file:///C:/Users/DELL/Documents/UTA/L%C3%ADnea%20Base%20Social%20(Primera%20Parte)%20Quisapincha.pdf)
- Contreras, A. G. (2019). *Los acabados en la edificación básica*. Universidad Autónoma de Nuevo León. <http://eprints.uanl.mx/20816/1/20816.pdf>
- Díaz, A. A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Scielo*, Vol. 12(Núm. 2), 329. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200022

- Dueñas, J. L., Pina, D. D., & Maldonado, E. A. (2020). Control de activos fijos tangibles mediante el uso de herramientas informáticas novedosas. *Dialnet*, Vol. 14(Núm. 1), 109. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8590390>
- Ferreira, N. M. (13 de 09 de 2022). *OBERLO*. <https://www.oberlo.es>
- Flores, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Scielo Perú*, Vol. 13(No. 1), 103-105. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Fonseca, K. M., & Troya, G. L. (2022). *Propuesta de creación de un nuevo canal de distribución para el incremento de ventas de la empresa de productos lácteos "San José" [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]*. Repositorio Institucional, Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/36218>
- Franco, J. T. (28 de Marzo de 2020). *ArchDaily*. <https://www.archdaily.cl/cl/936043/que-es-el-diseno-de-interiores-y-por-que-puede-hacerte-sentir-mejor>
- Galarza, C. A. (2020). Los Alcances de una investigación. *Dialnet*, Vol. 9(No. 3). <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Gavilanes, A. J. (2019). *Los canales de comercialización y el desarrollo económico local de los productores agropecuarios de la parroquia Benítez, del cantón San Pedro de Pelileo [Maestría, Universidad Técnica de Ambato]*. Repositorio Institucional, Ambato. <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29925>
- González, J. L. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL. <https://doi.org/20.500.12390/2260>
- González, I. (24 de Enero de 2019). *UNIR*. <https://www.unir.net/empresa/revista/como-calculatir-tasa-interna-retorno/>

- Gonzalez, O. (21 de Noviembre de 2021). *Crehana*.
<https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/mercado-potencial/>
- Guamán, C. R., Rivera, D. P., Vivar, S. A., & Lapo, E. V. (2021). Transformación digital de la comercialización en las pequeñas y medianas empresas a través de redes sociales. *Scielo, Vol. 13*(No. 3), 485-486.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000300484
- Hernandez, E., Martin, L., Tam, E., Aleman, C., & Gonzalez, D. (18 de Junio de 2018). *Organización Internacional de Educación, Evaluación y Certificación Profesional*. <https://www.peoi.org/Courses/Coursessp/mac/mac3.html>
- IBERO. (18 de mayo de 2020). *IBERO POSGRADOS*.
<https://blog.posgrados.iberomx.com/metodologia-de-investigacion/>
- INEC. (2022). *Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales*. INEC.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Población por Sexo, Según Provincia, Parroquia y Cantón de Empadronamiento*. INEC.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/POBLACION%20POR+SEXO,+SEGUN+PROVINCIA,+PARROQUIA+Y+CANTON+DE+EMPADRONAMIENTO/>
- Iñiguez, I. J., & Alcívar, J. C. (2022). Rotación en el jerárquico superior y memoria organizativa. Caso: Administración pública ecuatoriana 2012-2016. *Espacios Públicos, Vol. 23*(Num. 57), 42-45.
<https://doi.org/10.36677/espaciospublicos.v23i57.18601>
- Levit, D. I., Guzmán, F. C., & Prats, G. M. (2020). Microcréditos, financiamiento alternativo en pymes mexicanas: revisión de evidencia reciente. *Dialnet, Vol. 14*(Núm. 1), 3-7. <https://doi.org/10.22490/25394088.4056>

- Lozada, E. G. (2019). Importancia de la Gestión De Inventario en las Empresas. *Revista de Investigación Formativa, Vol. 1*(Núm. 1), 53-55.
<https://doi.org/http://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/143>
- Marquez, F. A., Zapata, J. A., & Vera, I. Y. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. *Scielo, Vol. 15*(No. 70), 358-259.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500354
- Mejillón, A. M. (2021). *Segmentación de mercado y propuesta de valor para la idea de negocio "Coffee art Peninsular" [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]*. Repositorio Institucional, La Libertad, Ecuador.
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6178/1/UPSE-TAE-2021-0081.pdf>
- Molina, C., Rojas, B. H., Román, G., & Reynaga, R. (2019). Asimetría de Poder: Un Análisis de Brechas entre los Niveles Jerárquicos y la Cultura Organizacional. *Dialnet, Vol. 11*(Num. 1), 49-54. <https://doi.org/10.21678/jb.2019.1245>
- Morán, A. M., Intriago, D. A., Villanueva, L. K., & Navarrete, S. A. (2020). Estrategias de marketing para la comercialización de productos biodegradables de aseo y limpieza de la empresa QUIBISA. *Scielo, Vol. 12*(No. 4), 399-400.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400399
- Moreno, J. (06 de enero de 2022). *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>
- Motta, L. S., & Menacho, M. T. (2021). *Activo corriente y rentabilidad de ventas netas en una empresa agroindustrial registrada en la Bolsa de Valores, período 2017-2021 [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]*. Repositorio Institucional, Callao.
- Mundi. (16 de Noviembre de 2021). *Mundi*. <https://mundi.io/finanzas/que-es-pasivo-circulante/>

- Ochoa, R., Nava, N., & Fusil, D. (2020). Comprensión epistemológica del tesista sobre investigaciones cuantitativas, cualitativas y mixtas. *Dialnet*, Vol. 1(No. 45), 18-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407375>
- Parra, E. R., Vázquez, G. E., & Bonilla, G. R. (2022). Determinación de la demanda insatisfecha para la implementación de un emprendimiento de producción y comercialización de pollitos criollos. *Polo del Conocimiento*, Vol. 7(No. 8), 811. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i8>
- Pilco, J. S. (2022). *Orientaciones para la selección y el cálculo del tamaño de la muestra en investigación*. Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/3096>
- Porfirio, C. (2020). Universo, población y muestra. Vol. 1(Num. 1), pág. 2. <https://doi.org/https://n2t.net/ark:/13683/pvny/o7c>
- Promedio, P. (10 de diciembre de 2020). *Barymont*. <https://www.barymont.com/pepepromedio/blog/como-crear-nuevas-lineas-de-negocio/>
- Pusma, E. A., & Mamani, J. N. (2019). Gestión del capital de trabajo como estrategia financiera para el desarrollo empresarial. *Valor Contable*, Vol. 6(Núm. 1), 65-67. <https://doi.org/10.17162/rivc.v6i1.1259>
- Quispe, P. N., & Antezana, M. L. (2021). *Condiciones de trabajo y satisfacción laboral del personal del nivel operativo de la empresa de seguridad privada Calderón & Ventura S.A.C., provincia de Huancayo 2020 [Trabajo de investigación, Universidad Continental]*. Repositorio Institucional, Huancayo, Perú.
- Registro Oficial del Ecuador. (2022). *Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Quisapincha*. Registro Oficial del Ecuador. <https://www.zonalegal.net/uploads/documento/EE261.pdf>
- Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. (27 de 10 de 2021). *RSE*. <https://responsabilidadsocial.net/>

- Reyna, F. R., Echeverría, G. C., & Borja, G. F. (2019). La evaluación de proyectos de inversión: una perspectiva financiera. *Opuntia Brava, Vol. 11*(Núm. 2).
<https://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/938>
- Risco, A. A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones [Ensayo, Universidad de Lima]*. Repositorio Institucional, Lima.
[https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%
 c3%a9mica%20%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%
 c3%b3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%c3%a9mica%20%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%c3%b3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Riveros, P. C., Feres, H. G., & Rejas, L. M. (2020). Dirección estratégica, sistema de información y calidad. *Scielo, Vol. 31*(Num. 2), 254-255.
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000200253>
- Rojas, Y. M., Bastidas, C. I., & Cabeza, S. N. (2022). Metodología de investigación en emprendimiento: Una estrategia para la producción científica de docentes universitarios. *Redalyc, Vol. 27*(No. 2), 385-388.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28070565025>
- Romero, J. A. (2019). *La investigación exploratoria para entender el comportamiento del consumidor de computadoras personales y equipos relacionados [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Machala]*. Repositorio Institucional, Machala.
- Sáenz, L. (2020). ESTADOS FINANCIEROS: COMPETENCIA CONTABLE BÁSICA EN LA FORMACIÓN DE CONTADORES PÚBLICOS AUTORIZADOS . *APUDEP, Vol. 3*(Núm. 2), 9-11.
<https://doi.org/10.48204/j.saberes.v3n2a6>
- Salazar, N. L., Martínez, C. P., Gómez, L. A., & Sánchez, V. L. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *GEON, Vol. 6*(No. 2), 18-25.
<https://doi.org/10.22579/23463910.159>

- Sánchez, J. G., & Villegas, A. P. (2019). *Los gastos operativos y la utilidad de la empresa de servicios Tannajo S.A.C. del distrito de Carabayllo [Tesis de pregrado, Universidad de Ciencias y Humanidades]*. Repositorio Institucional. [https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/417/Gonzales_J_Pati%
ti%c3%b1o_JA_tesis_contabilidad_2019.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/417/Gonzales_J_Pati%c3%b1o_JA_tesis_contabilidad_2019.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Santander Universidades. (10 de Octubre de 2022). *Santander*. <https://www.becas-santander.com/es/blog/mercado-potencial.html>
- Servicio de Rentas Internas. (2022). *Régimen impositivo simplificado para emprendedores y negocios populares*. SRI.
- Silva, D. d. (12 de o5 de 2021). *Zendesk*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/gastos-de-ventas/>
- Simón, C. B., Cortés, J. C., Rodríguez, D. M., Quiles, A. N., & Micó, R. J. (2019). Un modelo de oferta y demanda con incertidumbre. *Poli Papers*, *Vol. 12*(No. 1), 112-113. <https://doi.org/10.4995/msel.2019.10897>
- Spacejoy. (19 de marzo de 2021). *Decoración colgante de color blanco [Fotografía]*. Unsplash: <https://unsplash.com/es/fotos/XQFAzjjjmbE>
- Startup Guindes. (03 de Abril de 2019). *Startup Guindes IONOS*. <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/plan-de-inversion/>
- Taipe, I. L., Labajos, F. A., & Mendoza, I. M. (2020). Las Cuentas por cobrar en una Empresa de Servicios. *Espíritu Emprendedor TES*, *Vol. 4*(Núm. 1), 15-16. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n1.2020.189>
- Torres, F. G., Quintanilla, D. P., & Andrade, J. E. (2020). Control y contabilización de activos fijos y su incidencia en la toma de decisiones administrativas. *Dialnet*, *Vol. 5*(Núm. 4), 452. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i4.966>
- Vaca, L. M., Guerrero, M. F., Fajardo, C. E., Vaca, L. A., Santillán, X. L., Granda, L. E., & Salazar, J. A. (2019). VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO COMO PARÁMETROS DE EVALUACIÓN DE LAS

INVERSIONES. *UH.SciJournal*, Vol. 40(Núm. 4), 470-471.

<https://revistas.uh.cu/invoperacional/article/view/664>

Valenciano, J. A. (2023). El diseño de estrategias y tácticas en la planificación estratégica de la educación. *Scielo*, Vol. 47(Num. 1), 2-3.

<https://doi.org/10.15517/revedu.v47i1.51984>

Vega, C., Maguiña, J. L., Soto, A., Lama-Valdivia, J., & López, L. E. (2021). Estudios Transversales. *Scielo Perú*, Vol. 21(No. 1), 179-180.

<https://doi.org/10.25176/RFMH.v21i1.3069>

Villón, J. B., & García, R. A. (2019). *Cumplimiento de las normas tributarias de los gastos administrativos, ventas y financieros y su impacto en los excedentes para los socios de la cooperativa de transporte, [Universidad Laiza Vicente Rocafuerte de Guayaquil]*. Repositorio Institucional, Guayaquil.

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2750>

Viveros, M. C., & Cortés, A. L. (2021). Estudio sobre los diagramas de flujo en la resolución de problemas matemáticos. *Revista UNIMAR*, Vol. 39(Num. 1), 16-

18. <https://doi.org/10.31948/Rev.unimar/unimar39-1-art3>

ANEXOS

Anexo 1

Estado de Resultado (+) 20%

EMPRESA "Nize" ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos	\$1,037,088.25	\$1,092,659.01	\$1,151,207.43	\$1,212,893.09	\$1,277,884.07
(-) Gastos Operativos	\$446,631.39	\$463,335.41	\$480,664.15	\$498,640.99	\$517,290.16
(=) Utilidad	\$590,456.86	\$629,323.60	\$670,543.28	\$714,252.10	\$760,593.91
(-) Gastos administrativos	\$15,486.12	\$16,065.30	\$16,666.14	\$17,289.46	\$17,936.08
(-) Gastos de venta	\$5,400.00	\$5,601.96	\$5,811.47	\$6,028.82	\$6,254.30
(-) Gastos Financieros	\$2,952.23	\$1,874.93	\$687.68	\$0.00	\$0.00
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	\$566,618.51	\$605,781.41	\$647,377.98	\$690,933.82	\$736,403.52
(-) Reparto de utilidad a trabajadores 15%	\$59,065.57	\$61,274.62	\$63,566.29	\$65,943.67	\$68,409.97
(=) Utilidad antes de impuestos	\$507,552.94	\$544,506.78	\$583,811.69	\$624,990.15	\$667,993.56
(-) Impuesto a la renta personal natural 25%	\$83,676.22	\$86,805.71	\$90,052.25	\$93,420.20	\$96,914.12
(=) Utilidad Neta	\$423,876.71	\$457,701.07	\$493,759.44	\$531,569.94	\$571,079.44
(+) Cargos de depreciación y amortización	\$1,425.77	\$1,425.77	\$1,425.77	\$1,425.77	\$1,425.77
(-) Pago a principales	\$11,666.67	\$11,666.67	\$11,666.67	\$0.00	\$0.00
(=) Flujo neto de efectivo	\$413,635.81	\$447,460.17	\$483,518.55	\$532,995.71	\$572,505.21

Gerente General

Contador

Anexo 2

VANI (+) 20%

$$VAN = -II + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

	\$										
VAN	53,541.19	(+)	\$ 413,635.81	(+)	\$ 447,460.17	(+)	\$ 483,518.55	(+)	\$ 532,995.71	(+)	\$ 572,505.21
			<u>1.1423</u>		<u>1.3048</u>		<u>1.4905</u>		<u>1.7026</u>		<u>1.9449</u>
VAN	-\$53,541.19	(+)	\$ 413,635.81	(+)	\$ 447,460.17	(+)	\$ 483,518.55	(+)	\$ 532,995.71	(+)	\$ 572,505.21
			<u>1.1423</u>		<u>1.3048</u>		<u>1.4905</u>		<u>1.7026</u>		<u>1.9449</u>
	\$ -										
VAN	53,541.19	(+)	362107.86	(+)	342920.96	(+)	324393.85	(+)	313042.29	(+)	294359.84
VAN	\$1,583,283.61										

Anexo 3

VAN2 (+) 20%

VAN	\$ 53,541.19 (+)	\$ 413,635.81 (+)	\$ 447,460.17 (+)	\$ 483,518.55 (+)	\$ 532,995.71 (+)	\$ 572,505.21
		<u>1.1553</u>	<u>1.3347</u>	<u>1.5420</u>	<u>1.7815</u>	<u>2.0581</u>

VAN	-\$53,541.19 (+)	\$ 413,635.81 (+)	\$ 447,460.17 (+)	\$ 483,518.55 (+)	\$ 532,995.71 (+)	\$ 572,505.21
		<u>1.1553</u>	<u>1.3347</u>	<u>1.5420</u>	<u>1.7815</u>	<u>2.0581</u>

VAN	\$ -53,541.19 (+)	358033.25 (+)	335246.95 (+)	313565.89 (+)	299188.31 (+)	278166.98
-----	-------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	-----------

VAN \$1,530,660.19

Anexo 4

Tasa Costo-Beneficio (+) 20%

$$R \frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

$$R B/C = \frac{\$5,771,731.85}{\$470,469.74}$$

$$R B/C = \$12.27$$

Anexo 5

Periodo de Recuperación (+) 20%

$$PRI = \frac{\text{Inversion Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{\$53,541.19}{\frac{\$2,450,115.45}{5}}$$

$$PRI = \frac{\$53,541.19}{490023.09}$$

$$PRI = 0.11$$

Anexo 6

Tasa de Retorno de Inversión (+) 20%

$$TIR = TMAR1 + (TMAR2 - TMAR1) \left(\frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right)$$

$$TIR = 14.23\% + 15.53\% - 14.23\% * \frac{1583283.61}{1583283.61 - 1530660.19}$$

$$\text{TIR} = 0.1423 + \frac{0.013 * 1583283.61}{52623.42}$$

$$\text{TIR} = 53.34\%$$

Anexo 7

Estado de Resultado (-) 20%

EMPRESA "Nize"

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos	\$691,392.17	\$728,439.34	\$767,471.62	\$808,595.39	\$851,922.71
(-) Gastos Operativos	\$446,631.39	\$463,335.41	\$480,664.15	\$498,640.99	\$517,290.16
(=) Utilidad	\$244,760.77	\$265,103.93	\$286,807.47	\$309,954.40	\$334,632.55
(-) Gastos administrativos	\$15,486.12	\$16,065.30	\$16,666.14	\$17,289.46	\$17,936.08
(-) Gastos de venta	\$5,400.00	\$5,601.96	\$5,811.47	\$6,028.82	\$6,254.30
(-) Gastos Financieros	\$2,952.23	\$1,874.93	\$687.68	\$0.00	\$0.00
(=) Utilidad antes de participación trabajadores	\$220,922.42	\$241,561.74	\$263,642.17	\$286,636.12	\$310,442.17
(-) Reparto de utilidad a trabajadores 15%	\$59,065.57	\$61,274.62	\$63,566.29	\$65,943.67	\$68,409.97
(=) Utilidad antes de impuestos	\$161,856.85	\$180,287.12	\$200,075.88	\$220,692.45	\$242,032.20
(-) Impuesto a la renta personal natural 25%	\$83,676.22	\$86,805.71	\$90,052.25	\$93,420.20	\$96,914.12
(=) Utilidad Neta	\$78,180.63	\$93,481.40	\$110,023.63	\$127,272.25	\$145,118.08
(+) Cargos de depreciación y amortización	\$1,425.77	\$1,425.77	\$1,425.77	\$1,425.77	\$1,425.77
(-) Pago a principales	\$11,666.67	\$11,666.67	\$11,666.67	\$0.00	\$0.00
(=) Flujo neto de efectivo	\$67,939.73	\$83,240.50	\$99,782.73	\$128,698.02	\$146,543.85

Gerente General

Contador

Anexo 8

VAN1 (-) 20%

$$VAN = -II + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

VAN	\$ 53,541.19 (+)	\$ 67,939.73 (+)	\$ 83,240.50 (+)	\$ 99,782.73 (+)	\$ 128,698.02 (+)	\$ 146,543.85
		<u>1.1423</u>	<u>1.3048</u>	<u>1.4905</u>	<u>1.7026</u>	<u>1.9449</u>

VAN	-\$53,541.19 (+)	\$ 67,939.73 (+)	\$ 83,240.50 (+)	\$ 99,782.73 (+)	\$ 128,698.02 (+)	\$ 146,543.85
		<u>1.1423</u>	<u>1.3048</u>	<u>1.4905</u>	<u>1.7026</u>	<u>1.9449</u>

VAN	\$ -53,541.19 (+)	59476.26 (+)	63793.19 (+)	66944.5 (+)	75587.7 (+)	75347.13
-----	-------------------	--------------	--------------	-------------	-------------	----------

VAN \$ 287,607.59

Anexo 9

VAN2 (-) 20%

VAN	\$ 53,541.19 (+)	\$ 67,939.73 (+)	\$ 83,240.50 (+)	\$ 99,782.73 (+)	\$ 128,698.02 (+)	\$ 146,543.85
		<u>1.1553</u>	<u>1.3347</u>	<u>1.5420</u>	<u>1.7815</u>	<u>2.0581</u>

VAN	-\$53,541.19 (+)	\$ 67,939.73 (+)	\$ 83,240.50 (+)	\$ 99,782.73 (+)	\$ 128,698.02 (+)	\$ 146,543.85
		<u>1.1553</u>	<u>1.3347</u>	<u>1.5420</u>	<u>1.7815</u>	<u>2.0581</u>

VAN	\$	-53,541.19 (+)	58807 (+)	62365.61 (+)	64709.95 (+)	72242.5 (+)	71202.25
VAN	\$	275,786.12					

Anexo 10

Tasa Costo-Beneficio (-) 20%

$$R \frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos Brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

$$R B/C = \frac{\$3,847,821.23}{\$470,469.74}$$

$$R B/C = 8.18$$

Anexo 11

Periodo de Recuperación de Inversión (-) 20%

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{\$53,541.19}{\frac{\$526,204.84}{5}}$$

$$PRI = \frac{\$53,541.19}{105240.97}$$

$$PRI = 0.51$$

