



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

Título:

**ELABORACIÓN DEL PROYECTO PISO FLOTANTE EN LA CIUDAD DE
CUENCA APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

Autores:

Cerda Fuertes Paul Andrés

Serrano Valdivieso Bernardo Gabriel

Director:

Proaño Rivera Bladimir, Econ.

Cuenca – Ecuador

2018

DEDICATORIA

La presente tesis, está dedicada a Dios, ya que gracias a él, he logrado concluir mi Carrera.

A mis padres, quienes siempre estuvieron a mi lado, brindándome su apoyo y consejos, para hacer de mí una mejor persona. A mis hermanos, por sus palabras de apoyo y a mis abuelitos, por sus sabios consejos.

Paúl Cerda Fuertes

A mi familia, por su apoyo incondicional.

Bernardo Serrano Valdivieso

AGRADECIMIENTO

A la Universidad del Azuay, Facultad de Ciencias de la Administración, Escuela de Administración de Empresas, por la oportunidad brindada durante la formación académica en sus magnas aulas.

A todos los profesores a quienes tuvimos la satisfacción de conocer y de quienes captamos conocimientos académicos y profesionales, en especial a Proaño Rivera Bladimir, Econ., Director de Tesis, por el apoyo y direccionalidad en la estructura y desarrollo del presente trabajo investigativo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE DE CONTENIDOS	IV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XI
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA EMPRESA	2
1. INTRODUCCIÓN	2
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	2
1.1.1 Reseña histórica	2
1.1.2 Misión	4
1.1.3 Visión.....	5
1.1.4 Filosofía empresarial.....	5
1.1.5 Valores corporativos	5
1.1.6 Organigrama estructural	6
1.1.7 Situación actual de la empresa.....	6
1.2 SISTEMATIZACIÓN TEÓRICA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN	7
1.3 FORMULACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	10
1.3.1 Identificación de un proyecto	10
1.3.2 Formulación	11
1.3.3 Evaluación	11
1.3.4 Ejecución	11
1.3.5 Evaluación de resultados	11
1.4 CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	11
1.4.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	12
1.4.2 Estudio Comercial.....	15

1.4.3 Estudio técnico.....	15
1.4.4 Estudio organizacional.....	16
1.4.5 Estudio legal	16
1.4.6 Estudio ambiental	17
1.4.7 Estudio financiero	17
1.4.8 Cálculo y análisis de la rentabilidad	20
2. CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO.....	23
2.1.1 Mercado geográfico	23
2.1.2 Mercado local	25
2.1.3 Mercado demográfico	26
2.1.4 Mercado objetivo	27
2.2 EL PRODUCTO	27
2.2.1 Pisos flotantes	27
2.3 DEMANDA Y OFERTA	29
2.3.1 Demanda	29
2.3.2 Tamaño de muestra	29
2.3.3 Recopilación de datos	30
2.4 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA E INGRESOS A PARTIR DE LOS RESULTADOS	39
2.4.1 Datos secundarios externos.....	39
2.4.2 Demanda del producto	41
2.4.3 Datos secundarios internos	42
2.4.4 Oferta	46
2.4.5 Comercialización	48
2.3.6 Demanda Insatisfecha	49
2.3.7 Precio	50
2.3.8 Publicidad y Marketing.....	51
2.3.9 Estrategias de introducción al mercado local	52
3. CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO	52
3.1 INTRODUCCIÓN.....	53
3.1.1 Objetivos.....	53
3.2 ANÁLISIS GENERAL DEL PRODUCTO.....	53
3.2.1 Descripción del producto	53
3.2.2 Unidad de medida del producto	54

3.2.3	Ciclo de vida del producto	54
3.2.4	Proveedores.....	54
3.2.5	Clientes	55
3.3	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	55
3.3.1	Recursos Económicos	55
3.3.2	Recursos Humanos	55
3.4	DIAGRAMA DE FLUJO	56
3.5	ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DEL PRODUCTO PISO FLOTANTE MARCA FUBBDENN.....	57
3.5.1	Análisis interno	57
3.5.2	Análisis externo: 5 Fuerzas PORTER	59
3.6	MARCO LEGAL APLICABLE	60
3.6.1	Constitución de la empresa	60
3.6.2	Razón Social	60
3.6.3	Nombre comercial.....	60
3.7	CONCLUSIONES	63
4.	CAPÍTULO IV: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	64
4.1	OBJETIVOS	64
4.2	INVERSIÓN INICIAL.....	64
4.2.1	Amortización de crédito bancario.....	65
4.2.2	Cronograma de actividades de inversión	66
4.3	ANÁLISIS DE COSTOS, GASTOS E INGRESOS.....	66
4.3.1	Análisis de Costos y Gastos.....	67
4.3.2	Análisis de Ingresos	69
4.5	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	70
4.5.1	Estado de Resultados proyectado a 10 años	70
4.5.2	Estado de Situación Financiera Proyectado a 10 años.....	71
4.5.3	Estado de Flujo de Efectivo proyectado a 10 años	73
4.6	EVALUACIÓN DEL PROYECTO PARA LA VENTA	75
4.6.1	Indicadores de evaluación.....	75
4.6.2	Valor Actual Neto (VAN).....	80
4.6.3	Tasa Interna de Retorno	81
4.6.4	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR.....	82

4.6.5 Análisis del punto de equilibrio	83
4.7 ANÁLISIS DEL COSTO – BENEFICIO DEL PROYECTO	86
4.7.1 Conclusiones	86
CONCLUSIONES	87
BIBLIOGRAFÍA	89
ANEXOS	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo empresa ESC Interiores	3
Figura 2. Logo empresa ESC Interiores	6
Figura 3. Alcances de la identificación de un proyecto de inversión	10
Figura 4. Establecimiento de viabilidad para elaboración del proyecto	11
Figura 5. Mercado del proyecto	13
Figura 6. Estudio financiero para un proyecto de inversión	17
Figura 7. Permisos de construcción	23
Figura 8. Permisos de construcción en la ciudad de Cuenca	24
Figura 9. Composición del piso flotante	27
Figura 10. Habitantes de la ciudad de Cuenca	30
Figura 11. Clasificación de viviendas en la ciudad de Cuenca	31
Figura 12. Mejor piso para el cliente	32
Figura 13. Mejor opción de compra	33
Figura 14. Conocimiento de características de piso flotante	34
Figura 15. Conocimiento de piso flotante marca Fuddbenn	35
Figura 16. Opción de compra marca Fuddbenn	36
Figura 17. Atributos seleccionados en piso	37
Figura 18. Permisos de construcción nacional 2012 a 2016	38
Figura 19. Ventas en unidades de productos años 2012 a 2016	42
Figura 20. Determinación de ventas anuales	43
Figura 21. Incremento de producto al portafolio de ESC Interiores	47
Figura 22. Análisis de la dinámica del sector	50
Figura 23. Organigrama estructural ESC Interiores	54
Figura 24. Proceso de venta piso flotante marca Fubbdenn	55
Figura 25. Análisis FODA	56
Figura 26. Logo empresa ESC Interiores	59
Figura 27. Logotipo de Piso Flotante	59
Figura 28. Ubicación geográfica de la empresa	60
Figura 29. Logotipo de Piso Flotante	81
Figura 30. Permisos de construcción 2016-2015	88

Figura 31. Permisos de construcción 2014	88
Figura 32. Permisos de construcción 2013	89
Figura 33. Permisos de construcción 2012	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Permisos de construcción según provincias 2012 - 2016	23
Tabla 2. Mercado objetivo de la ciudad de Cuenca.	26
Tabla 3. Población económicamente activa (PEA)	30
Tabla 4. Tipo de vivienda	31
Tabla 5. Mejor piso para el cliente	32
Tabla 6. Mejor opción de compra	33
Tabla 7. Conocimiento de características de piso flotante	34
Tabla 8. Conocimiento de piso flotante marca Fuddbenn	35
Tabla 9. Opción de compra marca Fuddbenn	36
Tabla 10. Atributos seleccionados en piso	37
Tabla 11. Datos estadísticos de construcción metros cuadrados	40
Tabla 12. Determinación de metros cuadrados vendidos años 2012 a 2016	41
Tabla 13. Determinación de las Ventas Periodo 2012 a 2016	43
Tabla 14. Proyección de ventas a 5 años.	44
Tabla 15. Proyección de ventas piso flotante marca Fubbdenn	45
Tabla 16. Empresas similares de la ciudad de Cuenca	47
Tabla 17. Demanda Insatisfecha	48
Tabla 18. Precio de venta al público piso flotante marca Fubbdenn	49
Tabla 19. Inversión nuevo producto; Piso flotante marca Fubbdenn	62
Tabla 20. Tabla de Amortización de crédito financiero	63
Tabla 21. Cronograma venta; Piso flotante marca Fubbdenn	64
Tabla 22. Costos de importación del producto de un año	65
Tabla 23. Gastos de Administración proyectados a un año	66
Tabla 24. Ventas anuales proyectadas a 10 años.	67
Tabla 25. Estado de Resultados proyectado	69
Tabla 26. Estado de Situación Financiera proyectado	71
Tabla 27. Estado de Flujo de Efectivo proyectado	72
Tabla 28. Determinación del Valor Actual Neto VAN	76
Tabla 29. Determinación de Tasa Interna de Retorno TIR	77
Tabla 30. Determinación de TMAR	78
Tabla 31. Determinación de Costos Fijos y Variables	79
Tabla 32. Determinación del Punto de Equilibrio	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Permisos de construcción 2016 - 2015	88
Anexo 2. Permisos de construcción 2014	88
Anexo 3. Permisos de construcción 2013	89
Anexo 4. Permisos de construcción 2012	89
Anexo 5. Encuesta	90
Anexo 6. Estado de Situación Financiera 2016	92
Anexo 7. Estado de Situación Financiera 2015	93
Anexo 8. Estado de Pérdidas y Ganancias 2016	94
Anexo 9. Estado de Pérdidas y Ganancias 2015	95

RESUMEN

El estudio de viabilidad de proyecto, tiene como objetivo, analizar el mercado de la construcción en la ciudad de Cuenca, para la comercialización de piso flotante marca Fuddbennn para la empresa ESC Interiores, quien realiza actividades comerciales al por mayor de otras líneas de productos afines.

La metodología que se utilizó, permitió analizar el mercado de la construcción nacional, provincial y local, oferta y demanda de pisos, además las preferencias de consumidores finales. El indicador de liquidez señala \$4,09, y sin vender mercaderías es de \$2,00 Usd., para pagos corrientes. Los resultados del análisis evidenciaron una Tasa de Retorno del 24%, mayor a la Tasa de Descuento 8,84% y una rentabilidad del 10,50%, en conclusión, el proyecto es factible ejecutarlo.

Palabras clave: Estudio, proyecto, mercado, oferta, demanda.

ABSTRACT

The objective of this feasibility study was to analyze the construction market in the city of Cuenca for the commercialization of Fuddbenn floating floor for the company ESC Interiors. This company also carried out wholesale commercial activities of other related product lines. The methodology used allowed to analyze the national, provincial and local construction market. The preferences of final consumers, the supply and demand of floors were analyzed. The liquidity indicator indicated \$4.09 and \$2.00 without selling merchandise for current payments. The results of the analysis showed a rate of return of 24%, which was higher than the discount rate of 8.84% with a return of 10.5%. In conclusion, the project was feasible to execute.

Keywords: Study, project, market, supply, demand.



A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'P' and 'A' followed by a flourish.

Translated by

Ing. Paul Arpi

INTRODUCCIÓN

El mercado de la edificación, se identifica por ser permanente y de larga duración, pese a las diferentes problemáticas que han afectado al producto interno bruto y economía en general, siempre se mantiene activo, aunque no siempre al mismo ritmo, éste se incrementa al igual que el incremento del índice de población en general, y forma parte de los requerimientos prioritarios para los ciudadanos y el país.

Al ser un mercado de constante oferta y demanda, con el propósito específico de ofrecer alternativas de productos a los constructores de obras de uso doméstico, ESC Interiores, tiene como meta el incremento a su portafolio de productos el piso flotante marca Fuddbennn, a un precio relativamente llamativo para los consumidores.

Previo a la introducción de la marca Fuddbenn al portafolio de la empresa, es importante efectuar el estudio de mercado, conocer el capital de inversión, el mercado al cual se pretende llegar con el producto, los metros cuadrados que se ofrecerá y el valor de venta. Además se requiere conocer el mercado objetivo, cantidad del producto y precio al por mayor, costos y otros egresos monetarios que influyen en la inversión, para luego determinar la estimación y medición de los índices de liquidez, rentabilidad, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Tasa Mínima de Retorno, Tasa de interés, entre otros indicadores.

Finalmente, al término del estudio de este proyecto, se llega a la conclusión de que es factible efectuar la inversión, la misma que ofrece beneficios a la empresa.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1. Introducción

El crecimiento que una empresa puede lograr, se consigue considerando a cabo nuevas inversiones, ESC Interiores, viene progresando en el mercado que busca ampliar mediante la comercialización de productos para el acabado de la construcción, como son Cielo raso, vinyl y butacas, que son productos utilizados para embellecer los espacios familiares, de trabajo, entre otros, por ello se propone las investigaciones de mercado, y previo al proceso de análisis e investigación del proyecto para el incremento del nuevo producto que es piso flotante marca Fubbdenn, el mismo que es importado, por lo tanto, se propone en este capítulo I, la descripción de la organización, reseña histórica, la misión, visión, valores corporativos, organigrama, entre otros datos, y, por otra parte, una sistematización de los aspectos de la formulación y estimación de proyectos.

1.1 Descripción de la empresa

1.1.1 Reseña histórica

“ESC Interiores, inicia sus actividades comerciales en Cuenca, provincia del Azuay, en octubre de 1997, como una empresa fabricante de Cielo raso, marca Cieling, las expectativas y metas de exportación del producto del fundador el Señor Edmundo Serrano Carrión se hicieron realidad, cuando en 1998 el producto Cieling es sujeto al análisis y evaluación por parte de personal técnico del CBI (Centre for the Promotion on Import from Devolving Coutries) en Rotterdam, cuyos resultados determinaron que esta mercadería es apta para abarcar las necesidades y exigencias del mercado europeo”. (ESC Interiores, 2015)

“A partir del año 1999, Cielo raso, inició su consumo en el mercado europeo, mediante las ferias, entre las que se destaca a International Hardware 99 de la ciudad de Colonia – Alemania, se dio a conocer el producto cuyas características de lavable e impermeable llamaron la

atención del empresario Holandés Jean Louis Gerritsen de Import & Export Marketing Consulting y fortalece el posicionamiento de la marca Cieling en el mercado europeo”. (ESC Interiores, 2015)

“Debido a la crisis de los años ´99 y del feriado bancario, se suspende la producción en Ecuador. Actualmente y contando con tecnología de punta, servicio just in time y con niveles de producción óptimos, la comercialización y distribución de Cieling es dirigida desde los Estados Unidos por WEIT GROUP LLC” (ESC Interiores, 2015)

“La empresa ha diversificado sus líneas de productos de importación en el campo de los acabados interiores y su rango de servicio cubre mayores espectros como el de promover franquicias y servicios de importación para mercados del Pacífico Sur, es el distribuidor exclusivo y comercializa además a cualquier parte del país”. (ESC Interiores, 2015)

“ESC Interiores, pertenece a la franquicia de los importadores de la corporación norteamericana WEIT GROUP Limited Liability Company, empresa de negocios a nivel mundial que opera en la importación y exportación de acabados para la construcción y productos para interiores, haciendo cercano los negocios entre América, Europa y Asia”. (ESC Interiores, 2015)



Figura 1. Logo empresa ESC Interiores

Fuente: (ESC Interiores, 2015)

Elaborado por: Los autores

Los productos que ofrece a los clientes son: “Cielo Raso (Cieling en Gypsum, en Lana de Roca, en Estructura Soporte Placas, Raso de Aluminio y Gypsum), Vynil para piso y paredes (Azrock Textile, VCT Colors, Vinil Conductivo en rollo y Homogéneo), Lana de Roca, Paredes Acústicas, Lámparas para Cielo Raso, Butacas y Sillonería, Cortinas, Persianas, Césped Sintético, Geomembrana y Cieling en Lana de Roca”. (ESC Interiores, 2015)

Los porcentajes de venta de las tres líneas de productos que hasta el año 2016 tenía en stock fueron de: Cielo raso 43%, Vinyl 49% y Butacas 7%, los mismos que suman un total de ventas de 361 mil dólares, en el Anexo 1, se registra el Balance de Resultados, el Estado de Situación Financiera a diciembre de 2016, refleja un total de Activos de 205 mil dólares, Pasivos 60 mil dólares y como Patrimonio, 144 mil dólares, el Resultado del ciclo contable del 01 de enero al 31 de diciembre, fue de una utilidad neta de 34.000 dólares, expuesto en el Anexo 2.

Los clientes de la empresa en su totalidad son Ingenieros civiles y arquitectos, quienes realizan las compras al por mayor, es decir que ESC Interiores ofrece y vende sus productos al por mayor, es decir, canaliza las ventas por medio de los constructores de las obras, contribuyendo a que el consumidor final, es decir, quien adquiere la construcción, no compre a los intermediarios.

1.1.2 Misión

“Representar marcas, productos y servicios elite comprometidos con la calidad y ponerlos al alcance de nuestro target por medio de una relación y asesoramiento personalizado, al precio más competitivo del mercado y en un proceso de constante evolución hacia la excelencia”. (ESC Interiores, 2015)

1.1.3 Visión

“Consolidarnos como líderes del comercio global mediante estrategias creativas de comercialización que satisfagan las aspiraciones de nuestros clientes”. (ESC Interiores, 2015)

1.1.4 Filosofía empresarial

El comercio global, la arquitectura y el diseño interior tienen un poder e influencia único en nuestra naturaleza y forma de vida. En ESC Interiores, busca ofrecer elementos que armonicen con nuestra cultura brindando a clientes el cumplimiento de su visión expresada por medio de un cuidadoso entendimiento de sus deseos. En referencia a la filosofía empresarial ESC Interiores expresa:

“Sabemos que habitar en un interior armonioso, elegante y funcional alimenta el espíritu, eso nos motiva a poner a su alcance artículos renovadores, amigables al sistema ambiental y estéticamente hermosos, los cuales con el asesoramiento, coordinación y compromiso de nuestro grupo de profesionales harán que su proyecto alcance el mayor grado de calidad. constituyendo su satisfacción nuestra mayor gratificación, ya que después de todo la clave de un buen vivir esta en tu interior”. (ESC Interiores, 2015)

1.1.5 Valores corporativos

Garantizar, productos de calidad.

Satisfacer, los gustos y prioridades de clientelas con bienes innovadores y de calidad.

Cuidar, el ecosistema reduciendo la contaminación del ecosistema.

Emprender, mejores tendencias según las necesidades de los usuarios.

Buscar, la perfección con nuestro estilo..

Trabajar, como la familia que somos ESC Interiores.

Valorar, los valores sociales.

Emprender, mejores oportunidades de labores.

1.1.6 Organigrama estructural

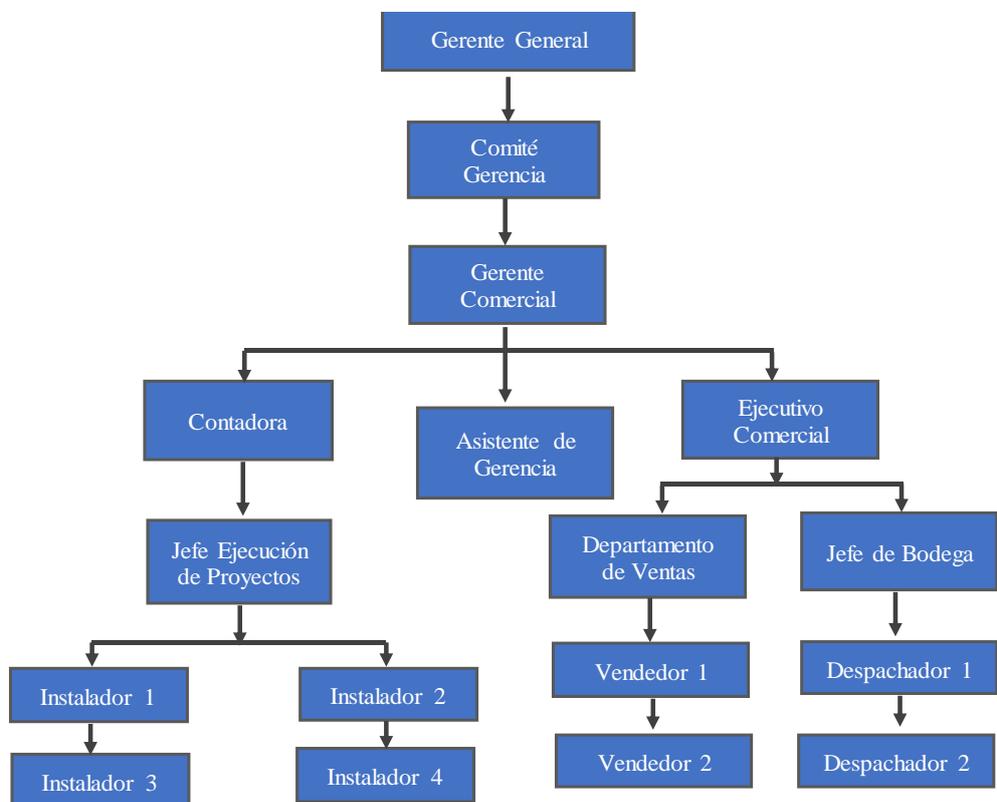


Figura 2. Logo empresa ESC Interiores

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

1.1.7 Situación actual de ESC Interiores

Pese a los problemas económicos que el país afrontó los últimos años por la disminución del costo del petróleo, la afectación a la Balanza de Pagos

y Balanza Comercial, al igual que otros sectores económicos del país, el sector de la construcción también fue afectado, lo que influyó en la disminución de ventas de los productos que ofrece ESC Interiores, además afectó las medidas de salvaguardias que optó el país para equilibrar la Balanza Comercial y proteger a la producción ecuatoriana, sin embargo, pese a estas variables desfavorables, la empresa mantuvo un nivel de ventas aceptable, aunque a pasos cortos el sector de la edificación es sus diferentes ramificaciones sigue en aumento.

Por lo expuesto, y con el propósito de ampliar el portafolio de productos, considerando que el sector de la construcción en el país, constantemente se mantiene innovando los productos principalmente para acabado, dando lugar a la competitividad y creatividad para ofrecer al consumidor mejores materiales de calidad, la empresa cree pertinente efectuar la presente inversión, siempre y cuando las variables de análisis para el proyecto sean favorables, además, ESC Interiores cuenta con recursos económicos y buena solvencia para el proyecto en mención.

1.2 Sistematización teórica de proyectos de inversión

Los autores Guido y Clements, definen al proyecto como “Un esfuerzo para alcanzar un objetivo específico por medio de actividades relacionadas y el uso correcto de todos los recursos” (Guido, 2012, pág. 5) (Pág.5), mientras que Díez & Gaitán, mencionan que los proyectos de inversiones lo que buscan “Es medir, la tasa de rentabilidad que generan las operaciones financieras. La tasa de interés se compara generalmente con la que el inversionista exige por invertir su dinero en el proyecto y no en otros que conlleven igual riesgo”. (Díez, J. & Gaitán, S., 2013, pág. 12)

Un proyecto, es un procedimiento y desarrollo inteligente de una idea para solucionar un problema, lo cual ayuda a compensar un requerimiento en beneficio de la organización o aprovechar una ventaja de negocio con una técnica de orden secuencial. Es un trabajo especial durante un tiempo

determinado, que se ejecuta con el fin de introducir un producto o un servicio, para mejorar el portafolio empresarial y dar nuevas alternativas de consumos a los clientes. El entorno del desarrollo de los proyectos, generalmente es temporal e implica que se cumpla en un corto plazo.

Este, se debe elaborar cuando se requiere una ampliación, mejoras tecnológicas, cubrir vacíos del mercado, lanzar nuevos productos para el consumo, etc. Por ende, es necesario crear, estudiar, analizar realizar todos los parámetros que permitan obtener datos certeros que faciliten conocer la viabilidad del proyecto, como, el estudio y conocimiento de los costos – beneficios que se pretende conseguir con el desarrollo de una inversión. Al respecto Sapag manifiesta que “Todos los costos y beneficios deben ser considerados en el análisis, durante el estudio y desarrollo de proyectos de modernización deben incluirse solo aquellos que son relevantes para la comparación. Un costo o beneficio es relevante si es pertinente para una decisión”. (Sapág, 2011, pág. 19)

Esto representa que, cuando se realiza un estudio para la creación o incremento para un negocio, se deberá cancelar Usd., se efectúe o no el negocio, al respecto Córdoba Padilla, menciona que se requiere efectuar un plan preliminar que facilite llegar a cumplir con las metas aspiradas por la organización, los mismos que a continuación se detallan:

- “Coherencia a nivel conceptual y relevante para cumplir los requerimientos y capacidades nacionales.
- Técnicamente racional.
- Agradable para los beneficiarios futuros.
- Ejecutable desde el ámbito operativo y de gestión.
- Viable financiera y económicamente.
- Sostenible para el ecosistema.
- Legalmente realizable”. (Córdoba, 2011, pág. 2)

Si bien, al elaborar un proyecto no asegura conocer a ciencia cierta el resultado que se aspira obtener de la inversión, y si se alcanzará los objetivos a corto, mediano o largo plazo, nos permite tener una horizonte de navegación, un norte, sobre el cual podemos identificar por diferentes herramientas cuando la organización se desvíe de su objetivo, mediante la aplicación del plan preliminar.

Elementos generales de un proyecto

- Da como resultado un bien o servicio.
- Intervienen varias personas y empresas.
- Orientado a un propósito definido.
- Las actividades son complejas y numerosas.
- Se efectúa por una sola vez, el desarrollo del proyecto de una mercancía o servicio y cuando se efectúa por segunda vez o más se llama reingeniería del bien o servicio.
- Tiene una vida útil.
- Los recursos financieros y el presupuesto son limitados, involucra la inversión que realiza la organización como también las restricciones o limitaciones internas y externas que posee.

Factores que ocasionan riesgo a un proyecto

- Cambios en las tecnologías.
- Cambios en el entorno político.
- Cambio en las diplomacias comerciales.
- Desastres Naturales.
- Riesgos de Mercado.

Cómo disminuir los riesgos de una inversión

- “La estructuración, estudio y análisis de proyectos reduce las dudas para determinar si se lleva a cabo o no la inversión.

- Toda decisión implica un riesgo; y a mayor riesgo se espera mayor rentabilidad.
- Al estudiar un proyecto se debe tener presente el coste de oportunidad.”
(www.issuu.com)

1.3 Formulación del proyecto

ESC Interiores, para tratar el proyecto para el incremento del nuevo producto, utilizará el siguiente plan preliminar, el mismo que va dirigido a clientes de la empresa de la ciudad de Cuenca.

A continuación se detallan los procedimientos:



Figura 3. Alcances de la identificación de un proyecto de inversión

Fuente: Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Pág. 4

Elaborado por: Los autores

1.3.1 Identificación.- Consiste en establecer el problema que se presenta en un sector específico de la empresa, determinar la causa y buscar alternativas

que solucionen de manera exitosa el inconveniente, es decir, la identificación del proyecto nace del estudio, análisis, creatividad y sentido común para corregir el problema que limita el giro normal de las operaciones mercantiles de ESC Interiores.

1.3.2 Formulación.- Comprende todas las actividades encauzadas a compendiar y procesar la información de los diferentes aspectos que tengan relación con un proyecto, para luego mediante la preparación de un informe, plasmar de manera ordenada las principales características, definiendo clara y coherentemente sus objetivos en relación a la generación de bienes que cubran las necesidades de los usuarios de ESC Interiores.

1.3.3 Evaluación.- Se relaciona con el análisis de los criterios para diseñar un proyecto adecuado a las necesidades del consumidor, las mismas que deberán estar relacionadas con otras variables tales como, económicas, tecnológicas, sociales, con el propósito de que la distribución de los recursos económicos y operativos sean factibles.

1.3.4 Ejecución.- Está relacionado con la sistematicidad que se utiliza para realizar con éxito los objetivos, los cuales están afines con la alternativa de solución a los problemas de ESC Interiores. Gómez y Botero (2016), “El propósito de esta etapa es plantear las estrategias, los procesos y los procedimientos para el ámbito comercial, técnico, administrativo, legal y financiero”. (Pág. 374)

1.3.5 Evaluación de resultados.- Consiste en llegar a evaluar que los objetivos que se propusieron para solucionar los inconvenientes de ESC Interiores, se cumplan al igual que los resultados alcanzados.

1.4 Criterios para la estimación de proyectos de inversión

Para cumplir con las estimaciones en las inversiones se debe considerar los siguientes puntos como se detallan a continuación:

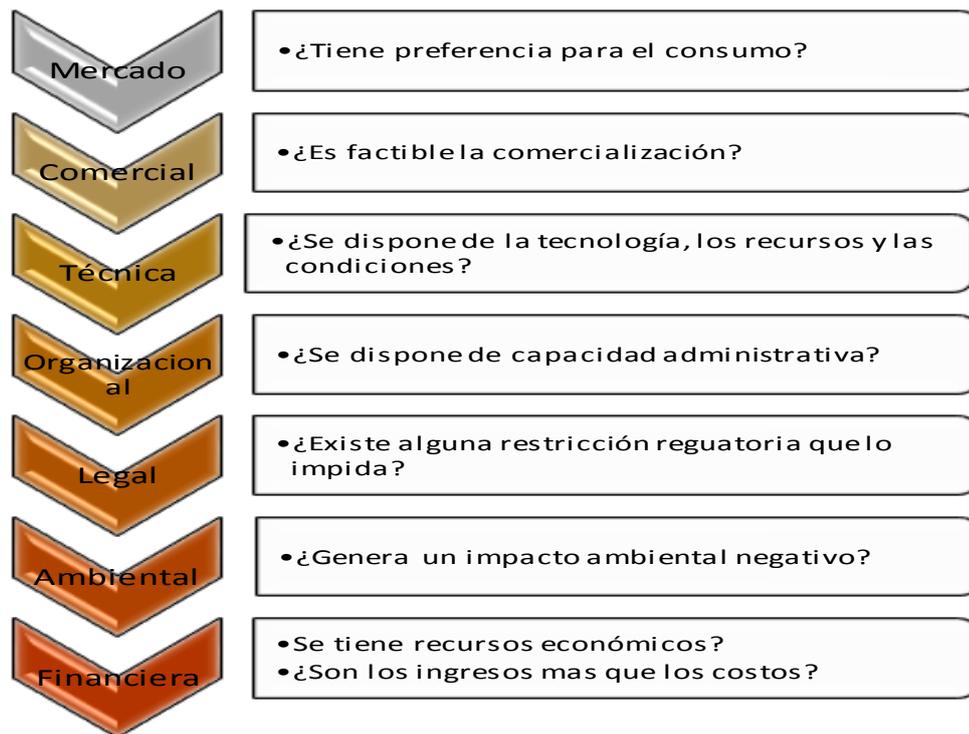


Figura 4. Establecimiento de viabilidad para elaboración del proyecto

Fuente: Sapag, N., Sapag, R. y Sapag, J. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. Pág. 26

Elaborado por: Los autores

1.4.1 Estudio de mercado

Hace referencia a las mercaderías que se encuentran disponibles para la comercialización y giran de acuerdo a la oferta y demanda, que generalmente dependen del entorno de la empresa, además de las fortalezas internas de cada negocio, por lo tanto, la investigación de mercado contiene el estudio de las ventajas de la empresa y del personal del área de ventas.

Al respecto Baca (2013), manifiesta.

“Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y demanda pueda conseguirse sencillamente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que suministran información directa, oportuna, actual y mucho más confiable que cualquier

otra fuente de datos. El objetivo es comprobar la eventualidad real de introducción del producto en una plaza determinada”. (Baca, 2013, pág. 7)

“El investigador del mercado, al final de un estudio meticuloso y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la comercialización de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor. Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero es perceptible, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario, la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias”. (Baca, 2013, pág. 7)

Sapag, menciona que las variables pertinentes a estudiarse son:

“El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas. La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

- La comercialización del producto o servicio generado por el proyecto.
- Los proveedores, así como la disponibilidad y el precio de los insumos, actuales y proyectados.
- El mercado externo como contexto de competencia además de facilidad para crear oportunidades”. (Sapag, 2011, pág. 45)

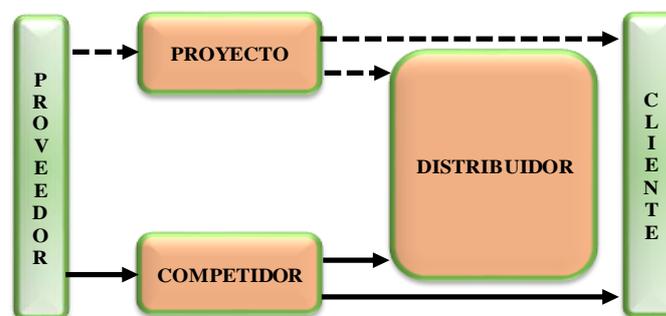


Figura 5. Mercado del proyecto

Fuente: Sapag, N., Sapag, R. y Sapag, J. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. Pág. 26

Elaborado por: Los autores

Es necesario dejar en claro que para el estudio y análisis de las variables se deben realizar en base a la estructura, características y necesidades de cada organización, ya que su tamaño y volumen de ventas son variables entre empresas de similares tipología, por lo tanto se debe analizar la demanda del producto. A continuación se describe la función de cada uno de los elementos para el estudio de mercado.

Demanda.- Hace referencia al total de mercaderías o servicios que requieren los consumidores para satisfacer una necesidad, Baca define a la demanda como “La cantidad de bienes y servicios que el mercado demanda o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca, 2013, pág. 15). Así mismo es necesario dar a conocer que para efectos del análisis se puede clasificar de acuerdo a la oportunidad de mercado que es demanda satisfecha y demanda insatisfecha.

Oferta.- Tiene relación directa con la cantidad de oferentes del mercado, que brindan productos o servicios de iguales características y funciones a los consumidores, este conocimiento de ofertas en el mercado es necesario al momento de estudiar el mercado, nos permite conocer las alternativas que los consumidores tiene a su disposición. Los locales comerciales que ofrecen productos similares en la ciudad de Cuenca son:

- Ben Pol
- Duramas
- Palo Alto Cía. Ltda.
- Impormacsa
- Importadora Torres
- Colpisos
- Importadora Comercial Benigno Bravo
- Home Deko

Precio.- Comprende los valores monetarios por los cuales los vendedores comercializarían sus productos y la suma de dinero que los clientes pagarían por la compra ya sea de productos o servicios. Analizando la opinión del vendedor, existen varios factores que determinan la valoración económica para dar un precio de venta,

en el caso de ESC Interiores, debe considerar costo del producto, el coste de importación y desaduanización, gastos de transporte, impuestos, margen de utilidad, entre otros.

Consumidor.- Hace referencia a los individuos que requieren un mismo tipo de bien o servicio para agrado de sus necesidades. En las plazas de las construcciones de Cuenca. ESC Interiores, efectúa las comercializaciones de sus productos al por mayor, lo que significa, que los compradores son usuarios que trabajan específicamente a la construcción de viviendas, hospitales, edificios, escuelas, entre otras infraestructuras destinadas a la venta y otras mediante contratación pública.

1.4.2 Estudio comercial

Las destrezas y habilidades de comercialización contienen varios aspectos tales como, la imagen de ESC Interiores, la asesoría al cliente y venta, cabe mencionar que éste último es primordial asegurar, puesto que la venta aún no está cumplida y la asesoría al cliente es importante, de esto depende la colocación del producto. Al respecto, sobre este tema de comercio, Millán, Arjona y Vásquez, opinan que entre los objetivos principales, “Es potenciar la venta directa por parte de la organización que comercializa. Con ello se espera tener mejor control en el mercadeo del producto y reducir costos”. (Millan, 2014) En otras palabras, para llegar a obtener el mercado meta se debe aplicar herramientas estratégicas tales como, Mix de marketing. 4 P’s.

Marketing Mix.- Según el criterio de Tobías, Fuentes, Juan, & Duarte, “Es el motor que impulsa a un negocio y crea conexiones con el cliente. Por lo que se justifica que es necesario que las cuatro variables estén direccionadas con la estrategia empresarial” (Tobías, 2016, pág. 169).

1.4.3 Estudio técnico

Al respecto Córdoba (2011), menciona que,

“Determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto. Podría inclusive llegar a analizar la capacidad técnica y motivación de los trabajadores involucrados” (Córdoba, 2011, pág. 17). El autor Sapag, indica que una de las conclusiones de este estudio, “Deberá definirse la función de producción que optimice el empleo de los recursos útiles en la fabricación de productos o servicios del proyecto. De aquí podrá generarse la información de las prioridades de los recursos como capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como posterior operación del proyecto”. (Sapág, 2011, pág. 47)

El detalle del proceso productivo a utilizarse es indispensable y elemental para conocer los costos que se necesitan aplicar para el presupuesto de inversión, considerando la disponibilidad de la tecnología, la situación económica y las circunstancias a cumplir para conseguir el producto para la comercialización al por mayor.

1.4.4 Estudio organizacional

Hace referencia a la organización que tendrá la compañía, la misma que se efectúa de acuerdo a los requerimientos específicos que requiere el proyecto, logística del personal para efectuar las gestiones en referencia al cronograma de las actividades, donde se definen:

- Organigrama de ESC Interiores
- Perfil de los cargos del área administrativa
- Definición de los desempeños administrativos.

1.4.5 Estudio legal

Permite definir el marco legal y disposiciones reglamentarias relacionadas con el proyecto de inversión, al respecto Guido y Clements señalan, “Un estudio de viabilidad legal debe proporcionar información si las normas legales vigentes dan paso a la realización del proyecto empresarial” (Guido,

2012, pág. 56), por lo expuesto es necesario analizar las siguientes disposiciones, reglamentos y leyes:

- Permisos
- Normas de calidad
- Régimen de aduanas
- Régimen tributario, entre otros.

1.4.6 Estudio ambiental

Este es un aspecto que con el transcurrir del tiempo, tanto el mercado laboral como la competitividad empresarial, impulsó a las empresas utilizar al cuidado ambiental interno y externo con la finalidad de fortalecer el entorno de trabajo en los departamentos de la organización, cuyos resultados se evidencian con el acrecentamiento de la productividad de los trabajadores, al encontrarse en un ambiente de trabajo agradable, adecuado y con la seguridad de que sus derechos laborales se encuentran respetados. Y, externamente, las empresas y sus colaboradores tienen el compromiso de preservar el medio ambiente, la naturaleza y habitad.

1.4.7 Estudio financiero

Representa la etapa final del estudio de un plan para invertir. Al respecto, Sapag, manifiesta:

“Consiste en identificar y distribuir todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y en consecuencia de que no se ha obtenido la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben puntualizarse todos aquellos elementos que debe proporcionar el propio análisis financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo, el valor de desecho o la tasa de descuento del proyecto”. (Sapag, 2014, pág. 49)

En la figura 6, se grafica los elementos que se deben analizar cuando se efectúa el estudio financiero de un plan de inversión.

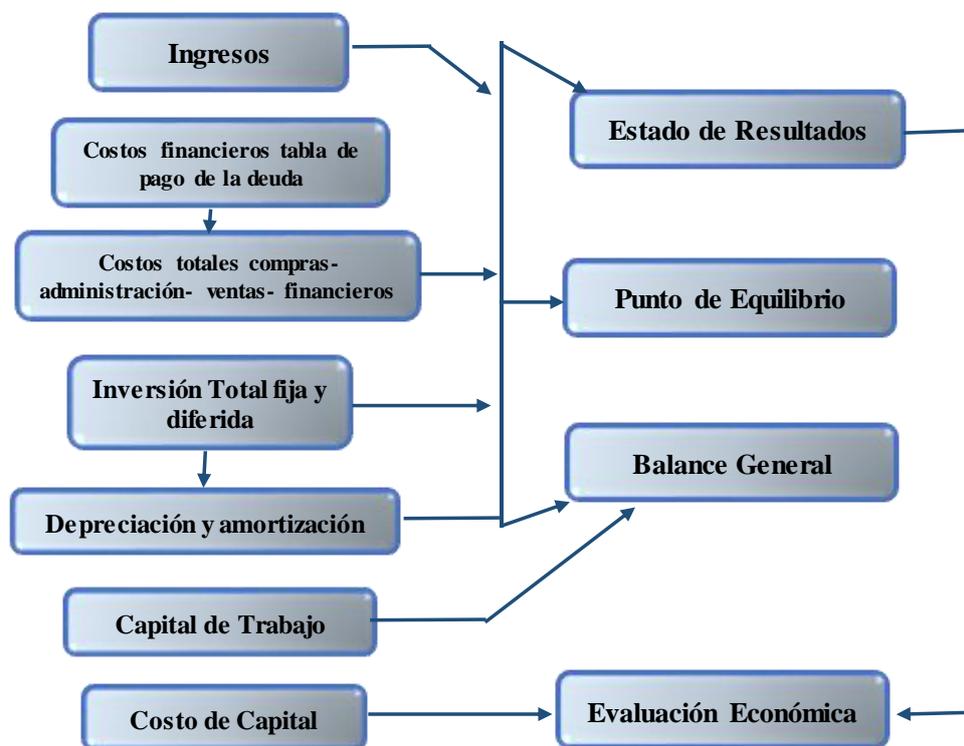


Figura 6. Estudio financiero para un proyecto de inversión

Fuente: Baca, G. (2013), *Evaluación de Proyectos*, Séptima edición, Pág. 139

Elaborado por: Los autores

Ingresos.- Hace referencia a los recursos económicos que ESC Interiores tiene disponible para efectuar la inversión, sean estos propios o financiados.

Costos financieros.- Comprende los valores económicos que se originan por el préstamo de capital financiado por una institución financiera privada de acuerdo al porcentaje de intereses según lo expresa el Banco Central del Ecuador.

“Intereses financieros.- La Tasa Activa Referencial a diciembre 2016 es del 11,23% anual, según el Banco Central del Ecuador”.

Costos totales.- Comprende los egresos monetarios necesarios desde la orden de compra del piso flotante en el país de origen, hasta la desaduanización de

los mismos, además de los gastos administrativos, operacionales y financieros.

Inversión total fija y diferida.- Comprende la sumatoria de los activos tangibles e intangibles que ESC Interiores tiene para efectuar la inversión, con excepción del capital, mientras que la inversión diferida se relaciona con las mercaderías o servicios que se adquieren mediante financiamiento.

Depreciación y amortizaciones.-Las depreciaciones, se definen como las disminuciones porcentuales que sufre un bien por el uso o deterioro, los mismos que forman parte del uso de la organización, estas se realizan de acuerdo al valor porcentual autorizado por la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno, mientras que las amortizaciones, se refieren al valor de los porcentajes mensuales que se amortizan por rubros como patentes municipales, permisos de construcción, etc.

Punto de Equilibrio.- Esta técnica permite conocer cuál es el nivel de producción en el cual los ingresos por las ventas es igual a los costos, al respecto Baca menciona que “Esta técnica no sirve para evaluar la rentabilidad económica, sin embargo permite determinar el punto exacto donde la empresa ni gana ni pierde con la nueva inversión”. (Baca, 2013, pág. 148). Para la obtención del punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

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

Estado de Resultados.- Este Balance financiero permite concentrar los resultados de los ingresos y de los gastos para conocer la utilidad neta del ejercicio contable y los flujos netos de efectivo del proyecto, es este caso tener información sobre la utilidad neta que genera esta inversión.

Capital de Trabajo.- Es el valor económico que posee la organización para efectuar sus actividades comerciales, el cual se refleja en el Estado de Situación Financiera.

Evaluación Económica.- Permite determinar los impactos positivos y negativos previo a la ejecución de una inversión.

Por consiguiente, se requiere de la elaboración del Estado de Resultados, Estado de Situación Financiera y Estado de Flujo de Efectivo proyectados, así como también la medición de la rentabilidad que se obtendría. Continuando con lo expresado por Sapag.

“Estimar con precisión el VAN de un proyecto no es precisamente el objetivo de una PEP, sino más bien establecer estimaciones cuyos órdenes de magnitud presenten lo que eventualmente ocurriría en el futuro a fin de determinar la conveniencia económica de destinar dichos recursos a la realización del proyecto”. (Sapag, 2014, pág. 25)

Finalmente, con los valores obtenidos de los balances, se puede determinar el valor actual neto y conocer la ganancia que generaría la inversión previo establecer la utilidad bruta una vez descontado el valor de la inversión inicial.

1.4.8 Cálculo y análisis de la rentabilidad

La rentabilidad se puede obtener midiendo de varias formas distintas como por ejemplo, en valor porcentual o en el periodo que se necesita para la recuperación de la inversión, en dólares, entre otras. Todas estas se instituyen en el concepto del valor del tiempo del dinero, que supone que siempre existe un costo o valor asociado a los recursos que se emplean en el proyecto de inversión, ya sea de oportunidad, si hay otras circunstancias de uso de dinero, ya sea financiero, si se debe recurrir a un préstamo bancario.

1.4.8.1 Valor Actual Neto (VAN)

“Permite emplear una metodología para la valoración de inversiones, una diferencia entre el valor actualizado de los cobros derivados de la inversión y de los pagos renovados a lo largo de la inversión” (Campo, 2015)

Es un ratio financiero que permite establecer el Estado de Flujo de Efectivo de los años futuros como derivación de la construcción de un proyecto, con la finalidad de evaluar si los resultados obtenidos menos el valor de la inversión inicial generarán ingresos o utilidades.

Sole, sobre el VAN, manifiesta,

“Evalúa la posibilidad de proyectos, utilizando el método de valor presente a los flujos de efectivo proyectados menos la inversión inicial para establecer la utilidad neta. Si el VAN es mayor que cero en una inversión, significa que el proyecto es rentable, pero si el VAN es menor que cero en una inversión, significa que el proyecto no es rentable”. (Solé, 2012, pág. 435)

Es decir, si se aplica una tasa de descuento y dé como resultado un VAN igual a cero, cubre la inversión, los costos y genera beneficios económicos, por lo que aun obteniendo un valor actual neto de cero el proyecto es viable.

Fórmula:

$$VAN = -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

1.4.8.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La (TIR), de un plan de inversión o tasa interna de rentabilidad, es muy útil para conocer los rendimientos generados en un número específico de años desde que se efectúa el plan de inversión” (Carrasco, 2011, pág. 32). Al respecto, Infante (2012) menciona “Constituye la tasa de interés a la cual se debe descontar los flujos de efectivos generados por el plan a través de la vida financiera para que estos sean similares a la inversión” (Pág. 4).

Es decir, se emplea en la medición y contrastar frente a la rentabilidad que se adquiere de las inversiones, además, sirve para calcular los beneficios económicos en proyectos o inversiones en base al conocimiento de la tasa efectiva anual.

Fórmula:

$$0 = -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

1.4.8.3 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Baca (2013) expresa, “La TMAR, sin inflación, es la tasa de ganancia anual que solicita ganar el inversionista para llevar a cabo la instalación y operación de la empresa y como no se considera inflación, la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, es la tasa real de crecimiento de la empresa por arriba de la inflación”. (Baca, 2013, pág. 168). Mientras que la TMAR con inflación, al respecto Navarro (2012), menciona “Sin embargo, cuando esa entidad pide un préstamo a cualquier institución financiera para constituir o completar el capital necesario para el proyecto, seguramente la institución financiera no pedirá el mismo rendimiento al dinero aportado que el rendimiento pedido a la aportación de propietarios del proyecto” (Navarro, 2012, pág. 3), lo que le convierte en una TMAR compuesta.

Fórmula:

i = Tasa de premio al riesgo de la inversión =
 f = Tasa de Inflación proyectada =

2. CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado para implementar el nuevo producto piso flotante marca Fubbdenn por la empresa ESC Interiores, se efectúa con el propósito de establecer si es viable efectuar la inversión, por lo tanto, para obtener esta información se requiere conocer el mercado objetivo, el producto, características y beneficios, la demanda, oferta local del producto, además de estipular el tamaño de la muestra para la aplicación de encuestas y la obtención de resultados, se debe conocer la demanda insatisfecha a la cual se pretende llegar con el nuevo producto.

Otro factor que se requiere conocer es determinar el número de edificaciones, identificación de construcción y cantidad de metros cuadrados de las construcciones, de esta manera se puede obtener datos reales sobre la cantidad del producto que los consumidores requieren y el valor porcentual de participación de la empresa frente a esta clase de mercado.

2.1 El Mercado

La empresa ESC Interiores, para la elaboración del proyecto de inversión, considera las ventas del nuevo producto a clientes estables como Arquitectos e Ingenieros Civiles, que efectúan construcciones a gran escala y aspira llegar con el nuevo producto a clientes potenciales que se relacionan con las construcciones de obras grandes como edificios, hospitales, condominios, etc.

Tiene como finalidad determinar mediante el nivel de confianza la existencia real de clientes, para lo cual se estudiará el producto a nivel nacional y local, la demanda, oferta, competencia y precio.

2.1.1 Mercado geográfico

Los permisos de construcción que estadísticamente constan en la base de datos del INEC, se encuentran clasificados a nivel nacional y provincial, por lo mencionado,

para llegar a determinar el mercado local, se debe determinar el mercado geográfico nacional.

Permisos de construcción según provincias

(Número de permisos)

Tabla 1. Permisos de construcción según provincias 2012 - 2016

Provincias	2012	2013	2014	2015	2016
Guayas	5.702	4.738	4.147	5.699	8.498
Pichincha	7.897	8.000	2.063	2.024	2.738
Azuay	2.444	2.794	2.636	2.637	2.723
Manabí	2.911	2.498	2.383	2.002	2.676
Tungurahua	1.504	16	1.651	2.356	2.034
Loja	1.692	1.573	1.708	1.914	1.434
Imbabura	2.068	2.239	2.358	1.642	1.237
El Oro	1.698	1.286	1.704	1.309	1.158
Resto del país	5.426	6.435	8.549	8.796	6.693
Total	31.342	29.579	27.199	28.379	29.191

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Elaborado por: Los autores

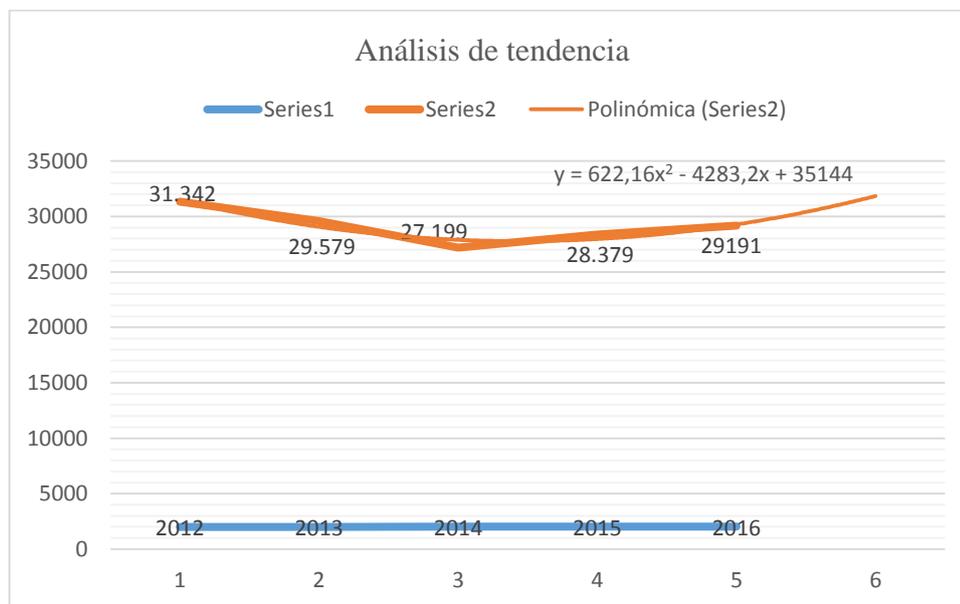


Figura 7. Permisos de construcción

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Elaborado por: Los autores

Las encuestas de edificaciones, permisos de construcción, publicados por el Instituto Nacional de Censos, permitió determinar los permisos en las principales provincias, la tendencia de la extra polarización, evidencian un incremento de construcciones para el año 2017, de 35.144 m², estos datos se extrajeron de los anuarios estadísticos años 2012 a 2016 del INEC. Ver anexo 1 al 4.

2.1.2 Mercado local

El mercado de consumo, al cual la empresa ofrece sus productos se encuentra localizado en la ciudad de Cuenca. Por lo tanto, es necesario tener información sobre los permisos de construcción del sector de la construcción.

A continuación se detalla los resultados según los datos estratificados de las encuestas de edificaciones, permisos de construcción desde los años 2012 a 2016, que posicionan a la provincia del Azuay como un mercado de consumo rentable.

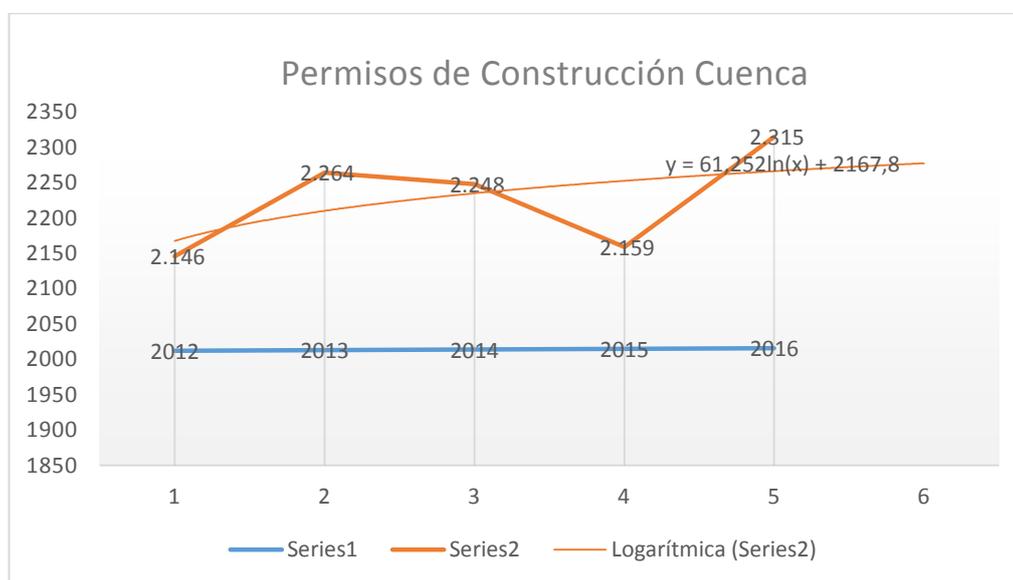


Figura 8. Permisos de construcción en la ciudad de Cuenca

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Elaborado por: Los autores

Como se observa en la figura 8, , según el Instituto Nacional de Censos, “la ciudad de Cuenca para el año 2012, registró 2.146 permisos de construcción, al 2013, se

evidencia un aumento de 118 permisos de construcción, al 2014, se observa un incremento de 102 permisos en relación al año 2012 y un decremento de -16 permisos en relación al año 2013, la minoración de permisos al 2015, fueron de -89 permisos de construcción en relación al año 2014, factor causado por la crisis económica que se inició por la caída del petróleo, al año 2016 se observa un crecimiento de las construcciones, registrándose en total 2315 permisos de construcción”.

En base a estos resultados, la extra polarización, representan un incremento de construcciones para el año 2017, de 2168 permisos de construcción en la ciudad de Cuenca.

2.1.3 Mercado demográfico

Para la investigación, de acuerdo con la información proporcionada por el INEC, 2016.

“Según las últimas investigaciones estadísticas proporcionadas en el año 2015, para el año 2016 la cantidad de habitantes de la ciudad de Cuenca es de 580.706 personas. Las mediciones se fundamentan en las estadísticas de nacimientos, defunciones y migración, tanto interna como externa, datos que son monitoreados de forma permanente por el instituto INEC, de los cuales el 73% son Población Económica Activa (PEA)” (www.forosecuador.ec)

De esta cantidad real que realizaron construcciones en la ciudad de Cuenca, se debe considerar el tipo de piso que utilizan, el mismo que puede ser: tabla, cerámica, piso flotante, entre otros.

Por lo tanto para tener datos específicos se aplicará encuestas a ciudadanos de la ciudad de Cuenca con el propósito de conocer el tipo de piso de preferencia que comprarían para embellecer sus viviendas.

2.1.4 Mercado objetivo

Abarca a los clientes relacionados con la edificación y consumidores cuyos fines son, la adquisición de materiales para la construcción de pisos para viviendas, oficinas, locales comerciales, entre otros, desde esta perspectiva, el mercado objetivo se centra en los principales constructores de la ciudad de Cuenca.

Tabla 2. Mercado objetivo de la ciudad de Cuenca.

EMPRESAS	TOTAL m ²
LEON & CARPIO CONSTRUCCIONES CIA. LTDA.	41.177
FIDEICOMISO MERCANTIL INMOBILIARIO BEMANI	23.353
FIDEICOMISO RIELES DE MONAY	22.252
INMOBILIARIA VINMOBI CIA. LTDA.	12.197
CONSTRUCTORA SANTAMONICA S.A.	11.519
CONSTRUCTORA CEIMCORP CIA. LTDA	10.468
CONSTRUCCIONES DEL SUR CODELSUR CIA. LTDA.	9.148
TORRES & CORDERO CONSTRUCTORES S.A.	7.903
EDIFCONSTRUCT CIA. LTDA.	7.580
WWICONSTRUCT CIA. LTDA.	7.989
INMOBILIARIA SAN ALBERTO MAGNO S.A.	6.094
CONSTRUCTORA CONSTRUVICOR CIA. LTDA.	5.966
DA VIVIENDA CONSTRUCCIONES DAVIVCONS CIA. LTDA.	3.844
SUMAN.....	169.490

Fuente: Adaptado de base de datos de Municipio de Cuenca 2016

Elaborado por: Los autores

ESC INTERIORES, con el nuevo producto pretende llegar a este mercado, el mismo que reporta construcciones para el sector de consumo de viviendas de uso doméstico, según la base de datos del Municipio de Cuenca al año 2016.

2.2 El producto

2.2.1 Pisos flotantes

Son un tipo de pisos preferidos por quienes está construyendo sus hogares, por su calidez, elegancia y facilidad para la limpieza.

“Son aquellos que se instalan sin tener que usar clavos, ni tornillos y sin pegarlo al suelo, para su instalación se apoyan sobre cualquier espacio que

sea liso, estable y seco por medio de un encastre entre tablas. Los espesores son entre 8 a 15 milímetros, lo que los convierte en la mejor opción si se quiere renovar el piso sin levantar el revestimiento actual” (<http://fido.palermo.edu>, 2017)

Para evitar que se originen diminutos desniveles y mitigar el sonido de pisadas, este tipo de pisos (flotante), se apoyan sobre una frazada de poli estireno. Al fabricarlos se les incluye el zócalo y no necesitan pulido ni plastificado. Es decir, que el piso queda listo para su utilización inmediatamente después de ser colocado”. (<http://fido.palermo.edu>, 2017)

Características

“Los pisos flotantes vienen en diferentes grados de dureza y resistencia a la abrasión. Se venden en una enorme variedad de colores e imitación de madera. Se caracterizan por ser resistentes al desgaste, las manchas, los rasguños y las quemaduras. Toleran muy bien los golpes, patas de sillas o ruedas, además no decoloran con la luz del sol”. (<http://fido.palermo.edu>, 2017)

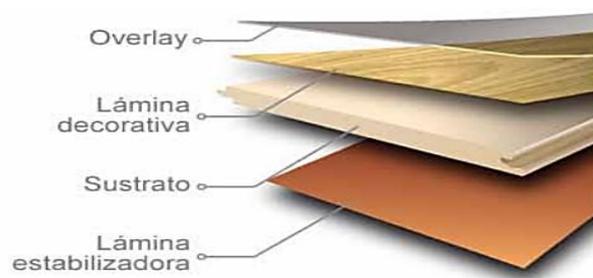


Figura 9. Composición del piso flotante

Fuente: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/19854_69399.pdf

Elaborado por: Los autores

“La superficie es sumamente resistente proporcionando al producto la dureza y resistencia a la abrasión y al desgaste. Su superficie supera severas pruebas anti desgaste como ser: abrasión, calor, altos impactos y humedad”. (fido.palermo.edu)

Ventajas.- La llamativa decoración y su cómoda limpieza, es conveniente para personas con alergias, al limitar el incremento de ácaros del polvo, tiene la ventaja que pueden ser instalados en horas y se utilizan de manera inmediata después de ser

colocados, es un piso de ágil colocación, bajo costo para el mantenimiento, lo que da como resultado una buena relación costo beneficio.

2.3 Demanda y oferta

2.3.1 Demanda

Para cuantificar la demanda se utilizará fuentes de información primaria, al respecto López, Espitia, Chávez, y Gutiérrez, (2013), mencionan “Las actividades primarias, son las que intervienen en la creación física del producto, en su venta y transferencia al cliente, así como en la asistencia posterior a la venta”. (Pág. 1777).

En este caso particular la cuantificación está dirigido a clientes del sector de la construcción de viviendas y edificios. Para conocer las preferencias de los usuarios de acuerdo a productos similares, en la Tabla 5, se observa que el piso flotante tiene mayor acogida con un 21%, en relación a otros productos similares. En base a la utilización de fuentes secundarias, las mismas que indicaron las tendencias de adquisición y preferencia para la compra del piso flotante, frente a las otras opciones más comunes del mercado, como son, pisos de madera, duela, piso flotante, cerámicas, de cemento, entre otras.

2.3.2 Tamaño de muestra

“El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el último censo de Población y Vivienda, realizado en noviembre 2010, el cantón Cuenca posee una población de 505.585 personas, 266.088 son mujeres correspondiente al 52.6%, frente a 239.497 hombres que equivale al 47.4% De acuerdo a proyecciones realizadas por la misma institución, a 2015 esta cifra se incrementará hasta los 580.706 habitantes. Los cálculos se fundamentan en las estadísticas de nacimientos, defunciones y migración, datos que son monitoreados de forma permanente por el Instituto”. (www.ecuadorencifras.ec)

2.3.3 Recopilación de datos

Para el estudio de factibilidad es necesario efectuar el análisis de los datos que se obtienen de la encuesta realizada en la ciudad de Cuenca, en base a los siguientes resultados que permiten determinar el tamaño de la muestra. Cabe recalcar que el estudio se efectuó en base a la demanda satisfecha no saturada, la misma que como lo menciona Baca (2013), “Es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero se puede hacer crecer mediante el uso correcto de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad”. (Pág. 16)

Según lo manifiestan los autores Suárez y Tapia (2012):

Dónde:

“**n** = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población (Universo)

P= Probabilidad de ocurrencia del evento

Q= Probabilidad de no ocurrencia del evento.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador”. (Pág. 15)

Fórmula

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(e)^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot (P) \cdot (Q)}$$

2.3.3.1 Aplicación de encuestas

La población económicamente activa en base a la proyección de datos al 2017 según el último Censo de población efectuado por el INEC (2010), “es de 423.915 personas, por lo tanto, para la aplicación de encuestas se tomará como referencia estos datos”. Además la estructura de la encuesta se encuentra en el Anexo 4.

Tabla 3. Población económicamente activa (PEA)

SEXO	SUBTOTAL	%
Hombres	200.935	47.4 %
Mujeres	222.980	52.6 %
TOTAL	423.915	100%

Fuente: <http://www.forosecuador.ec>

Elaborado por: Los autores

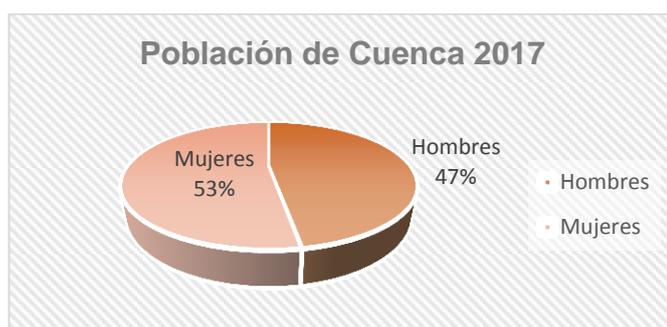


Figura 10. Habitantes de la ciudad de Cuenca

Fuente: <http://www.forosecuador.ec>

Elaborado por: Los autores

En base a esta información primaria se puede calcular el tamaño de la muestra para la aplicación de la encuesta.

(Z) Nivel de confianza = 95%

E Error = 5%

(P) Probabilidad Ocurrencia = 50%

(Q) Probabilidad No Ocurrencia = 50%

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(e)^2 \cdot (N-1) + z^2 \cdot (P) \cdot (Q)}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (423.915) \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (423.915 - 1) + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) \times (423.915) \times (0,5) \times (0,5)}{0,0025 \times 423914 + (3,8416) \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{407.127,97}{1.060,7454} = 383,81$$

n = 384 encuestas

2.3.3.2 Análisis de los resultados de las encuestas

Como se ha manifestado anteriormente, el tamaño de la muestra para la aplicación de las encuestas fue en base a la Población Económicamente Activa (PEA), la misma que determinó aplicar 340 encuestas a ciudadanos de Cuenca que requieren un espacio físico propio para habitar.

1. ¿La vivienda en para uso personal o comercial?

Tabla 4. Tipo de vivienda

Detalle	%	Frecuencia
Personal	83,85%	322
Comercial	16,15%	62
Total.....	100,00%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

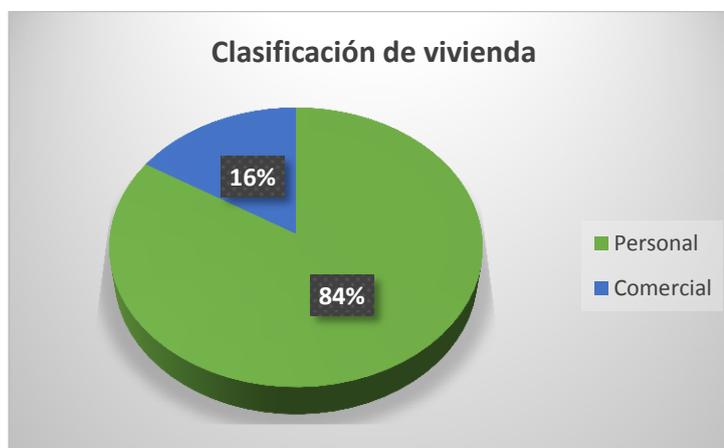


Figura 11. Clasificación de viviendas en la ciudad de Cuenca

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Los habitantes de la ciudad de Cuenca, en la mayoría aspiran tener su vivienda propia para habitarla, se evidencia que el 83,85 % de ciudadanos, no posee casa o departamento propio, por lo que en sus planes está la adquisición de la misma en algún momento determinado. El 16,15%, que representa a 62 personas del total de la muestra mencionan tener adicionalmente viviendas comerciales.

2. ¿ De los pisos que vienen a su mente, cuál es mejor para usted? Seleccione una opción.

Tabla 5. Mejor piso para el cliente

Detalle	%	Frecuencia
Cerámica	23%	87
Duela	11%	43
Cemento	8%	32
Porcelanato	7%	26
Piso Flotante	21%	82
Tabla	10%	39
Alfombra	7%	28
Mármol	12%	47
Total.....	100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

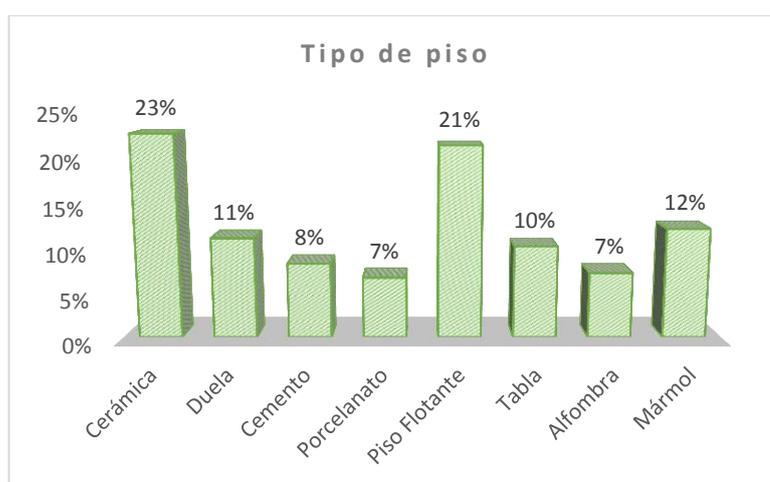


Figura 12. Mejor piso para el cliente

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Los tipos de pisos son múltiples, y cada día el mercado ofrece más variedad de productos con el propósito de liderar el mercado de la construcción, siendo el consumidor quien tiene la última palabra para la selección y preferencia en cuanto a pisos se refiere. Se llegó a determinar que el piso de cerámica es más conocido en el mercado con el 23%, el piso flotante con el 21%, mármol 12%, la duela 11%, tabla con el 10%, piso de cemento el 8% y de Porcelanato y alfombrado con un porcentaje similar del 7% respectivamente.

3. ¿De los materiales anteriores, cuál compraría para su vivienda?

Tabla 6. Mejor opción de compra

Detalle	%	Frecuencia
Cerámica	24%	94
Duela	8%	32
Cemento	2%	8
Porcelanato	10%	38
Piso Flotante	24%	92
Tabla	4%	15
Alfombra	9%	33
Mármol	19%	72
Total.....	100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores



Figura 13. Mejor opción de compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

La compra de piso para vivienda, es un tema amplio que requiere una minuciosa selección, ya que es una sola compra que se hace, por lo tanto, se debe conocer las características y beneficios que ofrecen los diferentes productos que ofrece el mercado.

Al efectuar un sondeo sobre las preferencias de compra por parte del consumidor se evidenció que el 24% prefiere adquirir piso flotante y cerámica respectivamente, el 10% Porcelanato, el 19% mármol, el 9% prefiere alfombrar el piso, el 8% comprar duela, el 4% tabla y el 2% prefiere dejar solo con cemento.

4. ¿ Conoce las características del piso flotante?

Tabla 7. Conocimiento de características de piso flotante

Detalle	%	Frecuencia
Sí	52%	198
No	48%	186
Total.....	100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

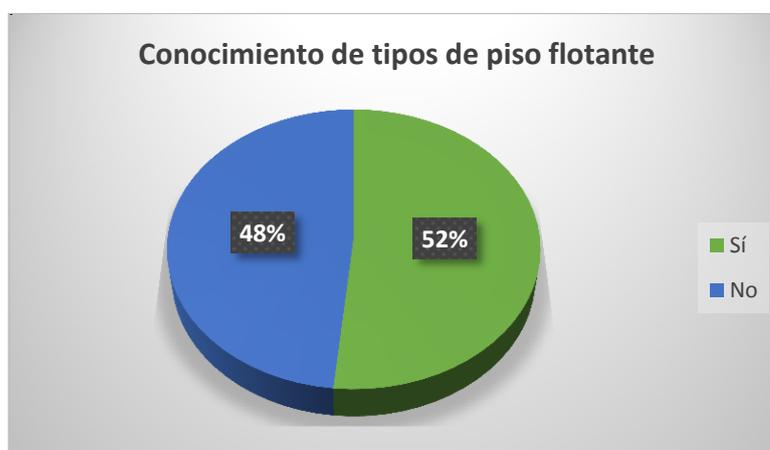


Figura 14. Conocimiento de características de piso flotante

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

En el mercado existen diferentes tipos de piso flotante, los más comunes laminados que son más caros, o melamínicos que son más baratos. Los laminados poseen un acabado más fino, en cambio los melamínicos no reflejan un aspecto de madera, sin embargo, se evidenció que el 52% no conocen las características del piso flotante, mientras que el 48% expresó conocerlas.

5. ¿Ha escuchado hablar del piso flotante marca Fuddben?

Tabla 8. Conocimiento de piso flotante marca Fuddben

Detalle	%	Frecuencia
Sí	35%	136
No	65%	248
Total.....	100%	384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

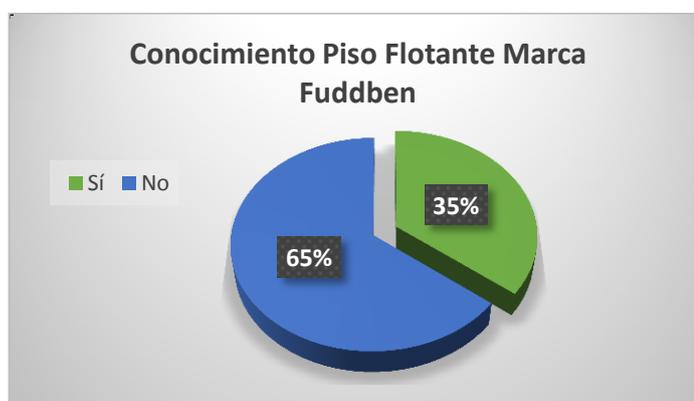


Figura 15. Conocimiento de piso flotante marca Fuddbenn

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El piso flotante marca Fuddben, posee un excelente aislamiento, es de gran duración, resistente, por su composición, es considerado ecológico, además posee un acabado fino y elegante y puede ser utilizado inmediatamente luego de haber sido instalado.

Sin embargo, se pudo determinar que el 65% de ciudadanos no conoce la marca Fuddbenn, mientras que el 35% manifestó si conocer la marca cuyo procedencia es importado.

6. ¿Compraría la marca Fuddbenn, de acuerdo a las características del producto que son mayor resistencia a la humedad, excelente acabado y brillo?

Tabla 9. Opción de compra marca Fuddbenn

Detalle	%	Frecuencia
Sí	67%	258
No	33%	126
Total.....	100%	384

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Los autores

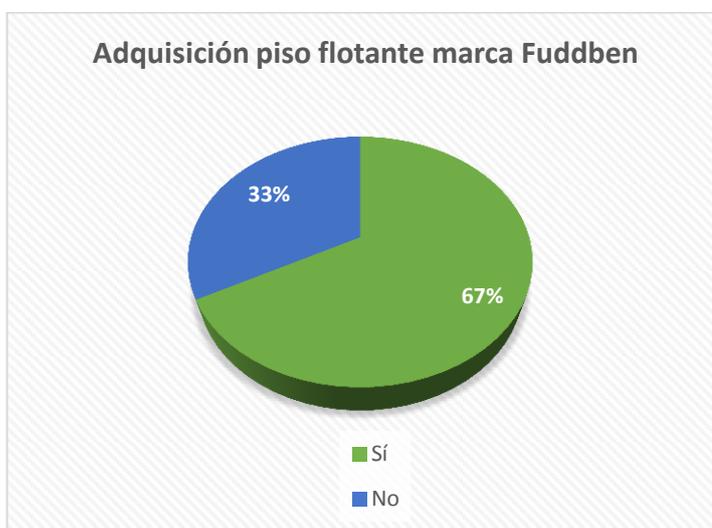


Figura 16. Opción de compra marca Fuddbenn
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Al explicar las características del piso flotante marca Fuddbenn, el 67% de los ciudadanos mencionaron que si comprarían el producto, mientras que el 33%

expresaron lo contrario. Lo que evidencia que la introducción al mercado de esta marca de piso flotante es una buena oportunidad para fortalecer el portafolio de la empresa ESC Interiores.

7. ¿Qué atributos busca más para el piso de su vivienda u oficina?

Tabla 10. Atributos seleccionados en piso

Detalle	Frecuencia		Total	Porcentaje		Total
	Sí	No		%	%	
Elegancia	379	5	384	99%	1%	100%
Calidad	340	44	384	89%	11%	100%
Comodidad para limpieza	378	6	384	98%	2%	100%
Durabilidad	361	23	384	94%	6%	100%
Uniformidad	201	183	384	52%	48%	100%
Resistencia	229	155	384	60%	40%	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

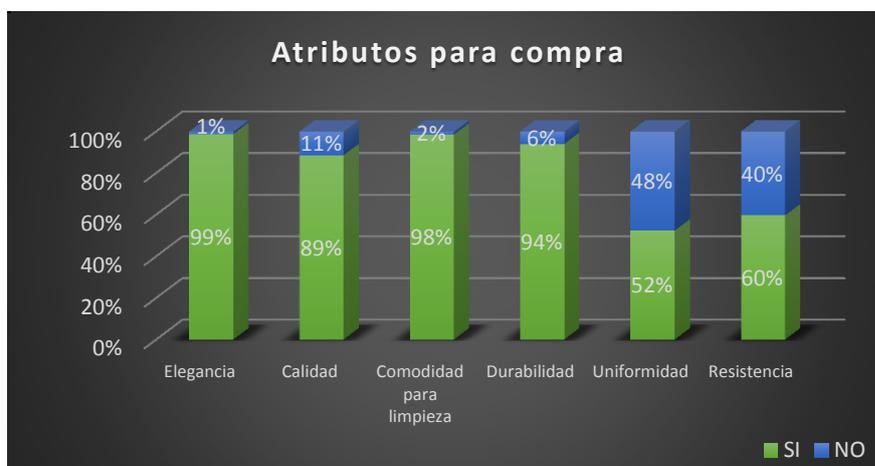


Figura 17. Atributos seleccionados en piso

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Para la adquisición de un producto, el cliente siempre observa las particularidades del mismo, en el caso específico del piso, considerando que la compra es única, por consiguiente, la selección es minuciosa.

En la ciudad de Cuenca, el 99% de consumidores prefieren adquirir un piso flotante elegante, el 98% sugiere que brinde comodidad para la limpieza, el 94% durabilidad, el 89 % calidad, el 60% resistencia y el 52% uniformidad, lo que demuestra que el consumidor prefiere un producto elegante y fácil de limpiar ante sus ojos, siendo menor el número de usuarios que se fija en la composición técnica del producto.

2.4 Proyección de la demanda e ingresos a partir de los resultados

2.4.1 Datos secundarios externos

El Instituto Nacional de Censos, en los anuarios de encuesta de edificaciones, permisos de construcción 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016, reflejó la siguiente información.

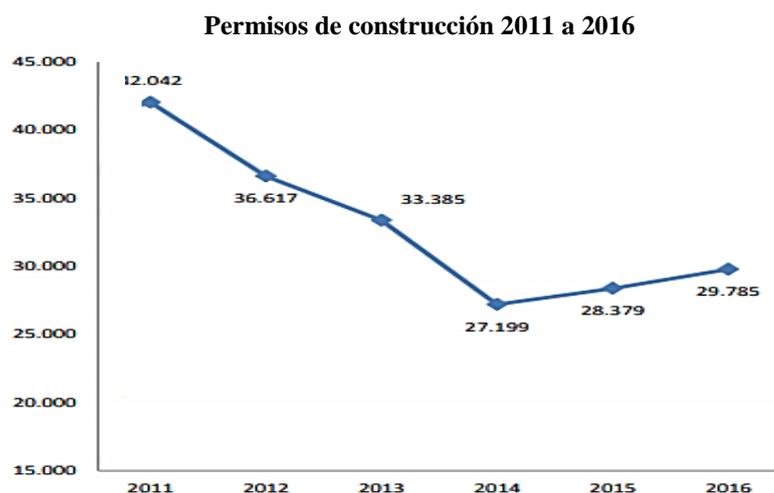


Figura 18. Permisos de construcción nacional 2012 a 2016

Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec

Elaborado por: Los autores

A nivel nacional el INEC (2016), señala que “los permisos de construcción crecieron 5,0% en relación al 2015, mientras que en los últimos 15 años el aumento fue de 35,6%. De los 29.785 permisos a nivel del país durante el año 2016, el 86,3% pertenecen a construcciones residenciales, el 7,7% a no residenciales y el 6% a edificaciones mixtas”. (INEC , 2016)

Estos datos detallados son importantes considerarlos al momento de efectuar una proyección de ventas del nuevo producto, debido a la disminución económica a consecuencia de la crisis monetaria de la nación.

Según datos del INEC, “El déficit de vivienda en el Ecuador para 2015 es de 2’022,678 unidades habitacionales (déficit cuantitativo + déficit cualitativo). El déficit cuantitativo de viviendas fue de 589 mil viviendas en 2015, lo que representa un déficit de 13.4% en el país. El déficit cuantitativo de viviendas en el Ecuador tuvo una tendencia decreciente en los últimos años pues en 2010 ascendía a 695 mil unidades. Del total de viviendas irrecuperables, 44.4% se encuentra en el sector urbano, mientras que 55.6% se encuentra en el sector rural”. (Pág. 21)

Sin embargo, el sector de la construcción a nivel nacional se vio afectado a finales del año 2015 y año 2016, debido a la crisis económica que atravesó el país por la disminución del costo del barril de petróleo.

Al respecto, la revista TNL economics, en el Análisis Sectorial publicada en 2016, señala:

“La disminución de la obra pública es similar al descenso del presupuesto del Estado, lo que afectó a grandes y pequeñas empresas de la construcción por las deudas impagas acumuladas a varios constructores que trabajan en este segmento. La desaceleración económica ha disminuido considerablemente, además la disponibilidad de créditos tanto para desarrollo de proyectos (promotores) como para los compradores”. (Pág. 23)

Además se observó una disminución de créditos hipotecarios tanto en el BIES, como también por parte de la Banca privada, esta situación afectó a todas las empresas y comercios relacionados al sector de la construcción.

Por lo expuesto en relación a la demanda de productos y bajo esta serie de variables que afectan el mercado ecuatoriano, la demanda para los siguientes 5 años se calculará en base al 5% de incremento anual, sobre las ventas efectuadas

por la empresa ESC Interiores de todos sus productos, datos que se encuentran expresados en la figura 20.

2.4.2 Demanda del producto

El Instituto Nacional de Censos, , permisos de construcción, (2016), menciona que “al año 2016 se registró un total de 13’073.894 m² construidos, equivalente a 29.785 permisos de construcción, de los cuales el 86,30% del total de las edificaciones corresponden a vivienda de uso doméstico”.

A continuación se detalla la cantidad de metros cuadrados construidos a nivel nacional, de Azuay y de la ciudad de Cuenca, que es el objetivo para el presente estudio de mercado.

Tabla 11. Datos estadísticos de construcción metros cuadrados

DETALLE	PERMISOS	M ²	Usd.
Permisos de construcción Nacional	29.785		
Permisos de construcción Azuay	2.723		
Permisos de construcción Cuenca	2.315		
M ² Construcción Nacional		13.073.894 m ²	
M ² Construcción Azuay 9,14%		1.194.954 m ²	
M ² Construcción Cuenca 7,77%		1.015.842 m ²	
Mercado residencial 86,30%		876.671 m ²	
Piso Flotante Cuenca 25%		219.168 m ²	
Precio al por mayor Piso Flotante			\$ 12,20
Ventas Cuenca 2016 Piso Flotante			\$ 2.673.847,37

Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec

Elaborado por: Los autores

Azuay registró 2723 permisos de construcción que equivale al 9.14% del total de permisos de construcción nacionales, es decir 1’194.954 m², mientras que la ciudad de Cuenca del total de los metros cuadrados del Azuay, registró el 7,77%, es decir 1’015.842 m², el mercado residencial según la base de datos del INEC fue del 86,30% de construcción residencial, lo que en relación a la ciudad de Cuenca comprende 876.671 m², de este valor el 25% corresponde a

piso flotante y el 75% a otros productos alternativos para piso, a un precio de mercado referente de \$12,20 Usd. cada metro cuadrado al por mayor, lo que equivale a ventas de piso flotante de \$2'673.847,37 Usd, durante el año 2016.

En base a esta información, se estima cubrir un mercado equivalente al 2% del total de ventas de la ciudad de Cuenca, es decir ventas de \$40.041,96, lo que equivale a 4.603 m².

2.4.3 Datos secundarios internos

Las fuentes secundarias que se recopilaron son las ventas en unidades y precios de venta al por mayor de los productos de la empresa, esta información permite determinar la proyección de las ventas para los siguientes 5 años.

2.4.3.1 Determinación de las ventas del portafolio de productos

Para la venta de los productos Cielo raso y Vinyl, se realiza tomando como base el m², mientras que para las Butacas, se vende por unidades.

Tabla 12. Determinación de metros cuadrados vendidos años 2012 a 2016

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Producto					
Cielo raso	8.377	8.398	7.979	8.378	8.796
Vinyl	11.932	11.962	11.365	11.933	12.530
Butacas	1.336	1.339	1.272	1.336	1.403
Total	21.644	21.699	20.616	21.647	22.729

Fuente: ESC Interiores (Departamento contable)

Elaborado por: Los autores

El portafolio de productos que posee la empresa ESC Interiores son tres, de los cuales, el Vinyl, es utilizado para los pisos, el Cielo raso se utiliza para los tumbados o techos interiores de las edificaciones, mientras que las Butacas, son muebles.

A continuación se grafica las ventas en los últimos 5 años, según la base de datos de la empresa.

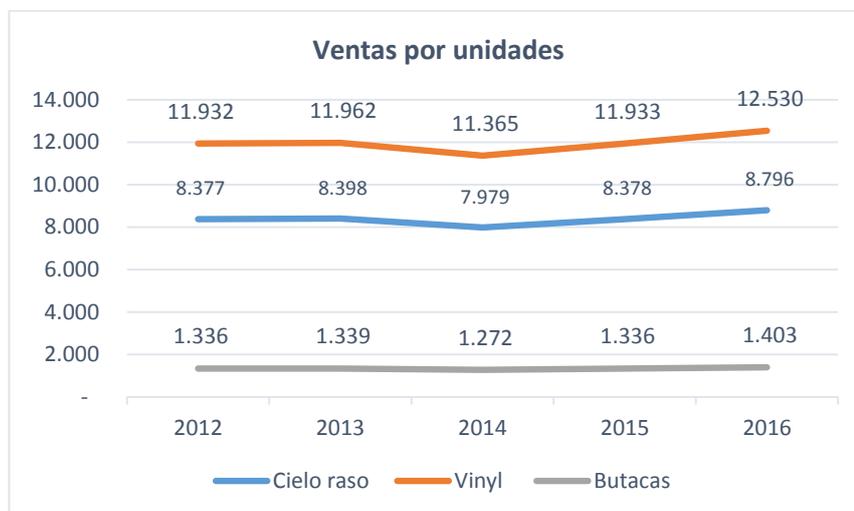


Figura 19. Ventas en unidades de productos años 2012 a 2016

Fuente: ESC Interiores (Departamento contable)

Elaborado por: Los autores

Se verificó que todos los años, la empresa ha incrementado las ventas, especialmente del vinyl, producto que se utiliza para los pisos. En el año 2014 hay una disminución en las ventas de todos los productos, esto se debió al decremento en las construcciones a nivel nacional a causa de la crisis económica que afectó al país por la disminución del precio del barril del petróleo y a las restricciones arancelarias aplicada por el Gobierno como medida de protección a la Balanza de pagos. Durante el año 2014, la empresa como medida de estrategia no realizó importaciones de los productos, las demandas las cubrió con mercaderías en stock y bodega, lo que le permitió mantener el precio con el que trabajó años anteriores.

El incremento de las ventas en la empresa durante los años 2015 y 2016, se evidencian en un 5% anual

El total de ventas efectuadas durante los años 2012 al 2016 por ESC Interiores se encuentra detallada a continuación de acuerdo a los datos proporcionados por el Departamento Contable de la empresa.

Tabla 13. Determinación de las Ventas Periodo 2012 a 2016

Año	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Producto						
Cielo raso	101.357,03	101.610,46	96.542,00	101.369,10	106.437,56	304.348,66
Vinyl	223.009,72	223.567,31	212.415,50	223.036,28	234.188,09	669.639,86
Butacas	19.542,30	19.591,16	18.613,93	19.544,63	20.521,86	58.680,41
Total	343.909,06	344.768,93	327.571,43	343.950,00	361.147,50	1.032.668,93

Fuente: ESC Interiores (Departamento contable)

Elaborado por: Los autores

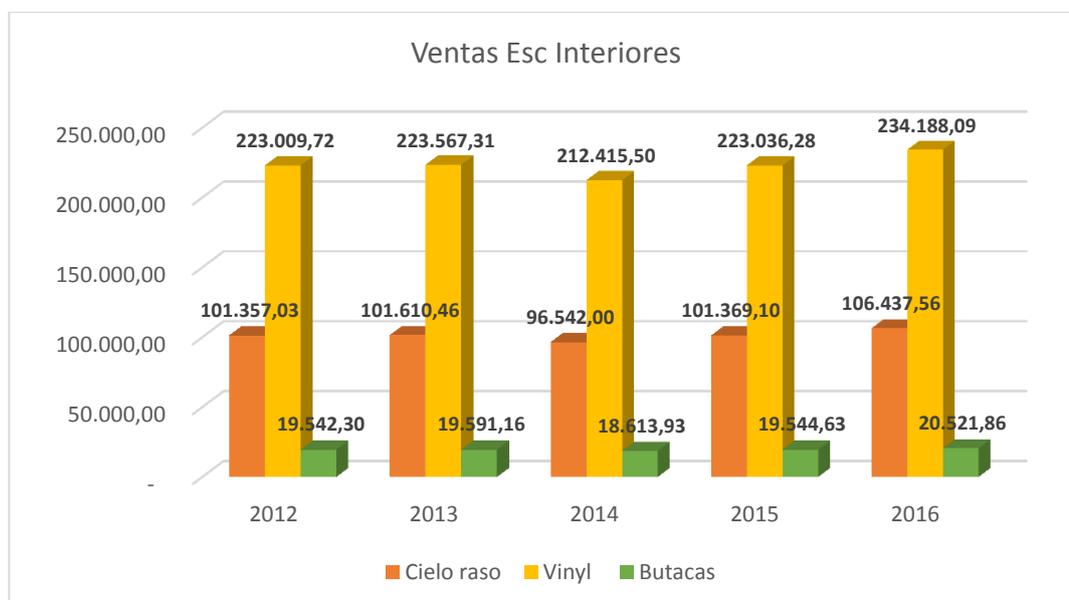


Figura 20. Determinación de ventas anuales

Fuente: ESC Interiores (Departamento contable)

Elaborado por: Los autores

Se evidencia ventas progresivas en los años 2012, 2013, 2015 y 2016, mientras que en el año 2014, la empresa no alcanzó las mismas ventas que en el año anterior, según los reportes internos de la empresa, cuenta con clientes estables que realizan compras permanentes especialmente de vinyl, lo que refleja el monto elevado de ventas, las mismas que representan un incremento de utilidades. En base a la información de vinyl, se prevé que el nuevo producto piso flotante, será un producto preferido por los clientes de la construcción.

2.4.3.2 Estimación de la demanda de productos de la empresa

La estimación de las ventas en los próximos años se realizó tomando como referencia las ventas efectuadas años anteriores efectuadas por la empresa, además de los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Encuesta de Edificaciones, permisos de construcción años 2012 a 2016.

A continuación se detalla la proyección de ventas según el portafolio de productos de ESC Interiores, tomando año 2016 como base para la proyección a 5 años.

Tabla 14. Proyección de ventas a 5 años.

Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Producto						
Cielo raso	106.437,56	111.759,43	117.347,40	123.214,77	129.375,51	135.844,29
Vinyl	234.188,09	245.897,49	258.192,37	271.101,99	284.657,09	298.889,94
Butacas	20.521,86	21.547,95	22.625,35	23.756,62	24.944,45	26.191,67
Total	361.147,50	379.204,88	398.165,12	418.073,38	438.977,05	460.925,90

Fuente: ESC Interiores (Departamento contable)

Elaborado por: Los autores

En base a la información de datos secundarios internos y externos, la proyección de las ventas para los siguientes 5 años se realizan considerando un incremento anual del 5%, en todos los productos que dispone la empresa para la venta, al igual para el nuevo producto.

2.4.3.3 Proyección de ventas nuevo producto

Para realizar la proyección de ventas para el año 2017, se recopiló información de los años anteriores de la base de datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2016.

Tabla 15. Proyección de ventas piso flotante marca Fubbdenn

DETALLE	M²	Usd.
Proyección del 5% anual mercado		
Piso Flotante M2 Cuenca 25%	219.167,82	
Precio al por mayor Piso Flotante		\$ 12,20
Ventas Cuenca 2016 Piso Flotante		\$ 2.673.847,37
Precio al por mayor Piso Flotante oferta		\$ 8,70
M2 Proyección 5% 2017	10.958,39	
M2 Proyección 2017 total de mercado	230.126,00	
Precio al por mayor Piso Flotante 2017		\$ 2.807.539,74
2% META participación mercado		\$ 40.041,96
M2 Piso flotante	4.603,00	

Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec

Elaborado por: Los autores

La proyección de ventas para el siguiente año, se efectuaron en base a un análisis de la situación económica y política, la misma que se encuentra esperando salir de la crisis monetaria que vivió la nación en los últimos años. Se espera que la estabilidad financiera en los próximos meses permita aumentar el nivel de ventas.

Por lo expuesto, el porcentaje que se aspira incrementar en ventas por concepto del incremento de construcciones para viviendas aplicado es del 5%, para las ventas anuales estimadas para los cinco años siguientes.

2.4.4 Oferta

En vista de la desaceleración económica que afectó a la construcción a nivel nacional, El Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, (BIES), ofertó créditos hipotecarios a una tasa de interés equivalente al 6%, mientras que las instituciones financieras ampliaron el plazo de pago a 20 años,

además bajo el monto de entrada al 5%, lo que permitió un incremento en el sector de la construcción.

Según la Superintendencia de Bancos, a febrero 2016 “La cartera por vencer de vivienda de interés público alcanzó US\$41 millones, con un crecimiento mensual de 17.0% y 7.7 veces mayor al nivel de agosto 2015. Sin embargo, a pesar de que el total de esta cartera ha crecido, su participación dentro del total de cartera de vivienda y dentro de la cartera total por vencer sigue siendo mínima. A febrero 2016, la cartera de interés público representó 2.1% de la cartera de vivienda de todo el sistema y 0.2% de la cartera por vencer total.

Solo cinco instituciones reportan haber otorgado crédito para este tipo de vivienda: cuatro bancos, Pichincha, Pacífico, Rumiñahui e Internacional y la Mutualista Pichincha. La cartera de vivienda de interés público del Banco Pichincha representó, a febrero 2016, 59.5% del total otorgado en este tipo de crédito, mientras que la de Banco Pacífico representó 29.5%.

La participación de este Banco dentro del total de cartera de vivienda de interés público ha caído desde agosto, cuando fue de 41.7%. A pesar de que la cartera de este banco ha crecido, su participación relativa ha caído porque la cartera de la Mutualista Pichincha ha tenido un comportamiento más dinámico, resultando en un aumento de la participación de 2.4% en agosto 2015 a 8.5% en febrero 2016”. (Pág. 26- 27)

El mercado de la construcción en los últimos años no registró mayores incrementos como en los años anteriores, en la provincia del Azuay, la ciudad de Cuenca mantiene un nivel de construcciones bastante elevado, por lo tanto, las comercializadoras de materiales (pisos) para edificaciones de viviendas, cada vez son mayores, siendo las de mayor competencia las que se mencionan en la siguiente tabla.

Tabla 16. Empresas similares de la ciudad de Cuenca

EMPRESA	BENPOL		DURAMAS			PALO ALTO		IMPORMACSA		HOMEDEKO	
MARCA	KRONOS WISS	S/M	NEW TEK	LUXUS	NEW TEK	LUXUS	CLCKEN	KRONO SWISS	S/M	NEW TEK	S/M
PRECIO (INCLUIDO IVA SIN INSTALACION)	\$ 12,20	\$ 9,78	\$ 10,88	\$ 14,25	\$ 15,75	\$ 13,40	\$ 17,44	\$ 11,08	\$ 9,10	\$ 10,50	\$ 9,85
DISEÑO ATRACTIVO	SI	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	NO
ESPEZOR	8.3mm	8.3mm	8MM	8MM	12.3MM	12MM	8MM	8.mm	8.3mm	8.3mm	8.mm
ESPONJA AÑADIDA	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO
DIMENSIONES			12.15*1.97	19.9*1.215	12.17*1.68	19.9*1.215					
GARANTIA	20 AÑOS	10 AÑOS	S/N	15 AÑOS	15 AÑOS	15 AÑOS	15 AÑOS	10 AÑOS	10 AÑOS	10 AÑOS	8 AÑOS
PROCEDENCIA	SUIZO	CHINO	CHINO	ALEMAN	CHINO	ALEMAN	CHINO	CHINO	CHINO	CHINO	CHINO
ISO 9001	SI	SI	S/N	SI	S/N	SI	SI	SI	SI	SI	SI
ISO 14001	NO	NO	S/N	SI	S/N	SI	SI	NO	NO	NO	NO

Fuente: ESC Interiores (Departamento contable)

Elaborado por: Los autores

En la tabla 16, se detalla las empresas, marcas, procedencia, Normas ISO y garantía de los productos competidores que se encuentran a disposición de los usuarios, cuyas características varían de acuerdo a precio y vida útil del piso. Cabe recalcar que las cantidades ofertadas y vendidas no se conocen debido a que cada empresa maneja en sus datos internos y esta información no consta en ningún organismo exterior.

2.4.5 Comercialización

Ante la estrategia de incrementar en el portafolio de la empresa un nuevo producto, se efectuó una encuesta a los clientes de ESC Interiores que son seis, pero cuyos montos de compras representan más del 90% de venta de productos. A continuación se detalla los resultados:

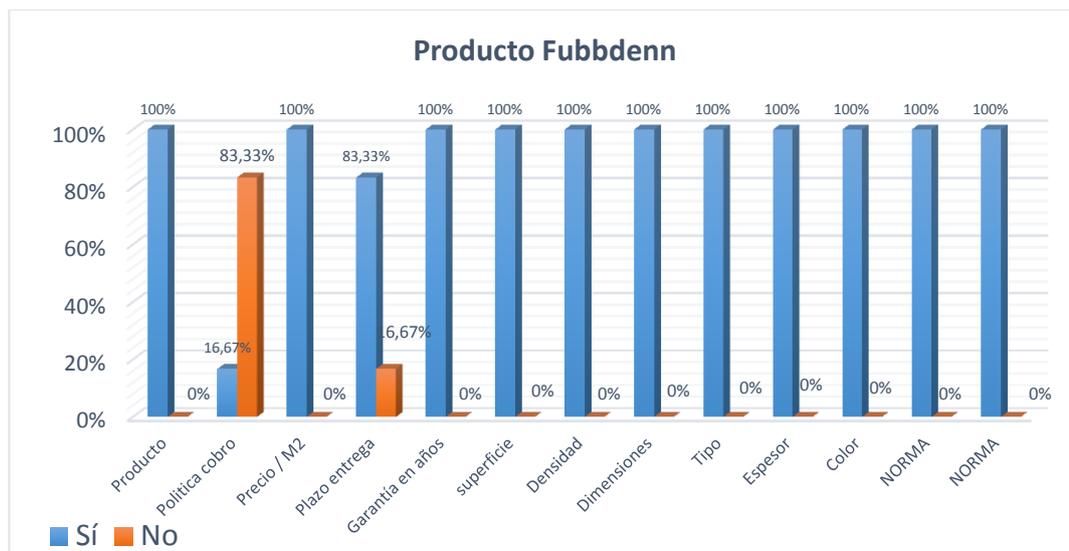


Figura 21. Incremento de producto al portafolio de ESC Interiores

Fuente: Encuesta a clientes de ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

De acuerdo a las características técnicas del Piso Flotante Fubbdenn, los clientes de ESC Interiores si están dispuestos a adquirir el producto, excepto por las políticas de cobro y plazo de entrega cuyo valor porcentual representa un 83,33% de inconformidad, sin embargo, estas dos variables pueden ser solucionadas mediante una modificación en el anticipo del cobro y la existencia del producto en stock.

2.3.6 Demanda Insatisfecha

Como se mencionó anteriormente, durante el año 2016, la demanda del consumo local de piso fue de 1'015.842 m², de los cuales, el 86,30% corresponde a la mercado residencial, según la base de datos del INEC 2016, equivalente a 876.671 m², de este valor el 25% corresponde a venta de piso flotante, es decir, 219.168 m² (INEC , 2016)

El valor de mercado del piso flotante al por mayor es de \$12,20 Usd., multiplicado por 219.168 m² arroja un total de ventas de \$2'673.847,37 Usd.

Tabla 17. Demanda Insatisfecha

	M2	Usd.
Demanda 1	230.126	2.002.098,01
Demanda 2	219.168	1.906.760,01
Demanda insatisfecha	10.958	95.338,00
2% meta participación mercado	4.603	40.041,96

Fuente: ESC Interiores (Departamento contable)

Elaborado por: Los autores

Cabe recalcar que se desconoce información sobre el total de ofertas de mercado del producto, por lo tanto, para este análisis se propone como meta abarcar un 2% de la demanda total de piso flotante en la ciudad de Cuenca, en base a los datos señalados en las tablas 11 y 17, el resultado sería de $(230.126,21 \text{ m}^2 \times \$8.70 \text{ Usd.})$, (Precio de venta al por mayor), igual a $\$2'807.539,74$, el mismo que se considerará como demanda 1.

A este valor se restarán las ventas efectuadas en el año 2016 de piso flotante, que son de $(219.167,82 \text{ m}^2 \times \$12,20)$, (Precio de venta al por mayor), $\$2'673.847,37$, que se considerará como demanda, dando como demanda insatisfecha un valor de $\$133.692,37 \text{ Usd.}$, equivalente a $10.958,39 \text{ m}^2$., sin embargo, ESC Interiores pretende llegar con su nuevo producto piso Fubbdenn a un mercado del 2%, es decir 4.603 m^2 ., a un precio de $\$8,70$, total $\$40.041,96 \text{ Usd.}$

2.3.7 Precio

La determinación del precio de venta del piso flotante marca Fubbdenn, se estableció en base al costo de adquisición + porcentaje de transporte + porcentaje de utilidad + porcentaje de gastos operativos + porcentaje de imprevistos o (gastos varios)

Tabla 18. Precio de venta al público piso flotante marca Fubbdenn

 Matriz Pisos Laminados			
Marca	FUBBBENN	FUBBBENN	FUBBBENN
Producto	Piso Laminado	Piso Laminado	Piso Laminado
Precio / M2	\$ 8,70	\$ 8,70	\$ 8,70
Garantía en años	20	25	25
Color	según catálogo	según catálogo	según catálogo
NORMA	ISO 9001	ISO 9001	ISO 9001
NORMA	ISO 14001	ISO 14001	ISO 14001

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

En el desarrollo del capítulo 3 se detallará los valores de cada variable, los mismos que permitieron determinar el precio de venta ya indicado en la Tabla 12.

2.3.8 Publicidad y Marketing

La empresa ESC Interiores, posee el mercado de venta al por mayor, sus clientes son pocos, pero compran el producto en grandes cantidades, es decir, la empresa trabaja con arquitectos e ingenieros de la construcción, por lo tanto, las asesorías personales a este grupo focalizado de clientes es la alternativa idónea que aplica ESC Interiores.

La publicidad al ser parte del marketing, facilita e incrementa las ventas de los productos, además crea un ambiente de confiabilidad entre clientes y proveedores, es el lema principal de ESC Interiores, por lo tanto, las siguientes estrategias se utilizarán con el afán de introducir en el mercado local el nuevo producto de piso flotante marca Fubbdenn.

- Asesoría personal
- Afiches con las características específicas del producto.
- Videos demostrativos para la manipulación y colocación del piso.
- Indicaciones costo – beneficio.
- Atributos del producto.

2.3.9 Estrategias de introducción al mercado local

Para conocer las estrategias a utilizar previa la introducción del nuevo producto al mercado local, se requiere conocer la dinámica del sector de la construcción nacional, la misma que en el punto 2.3.1 (Demanda y oferta).

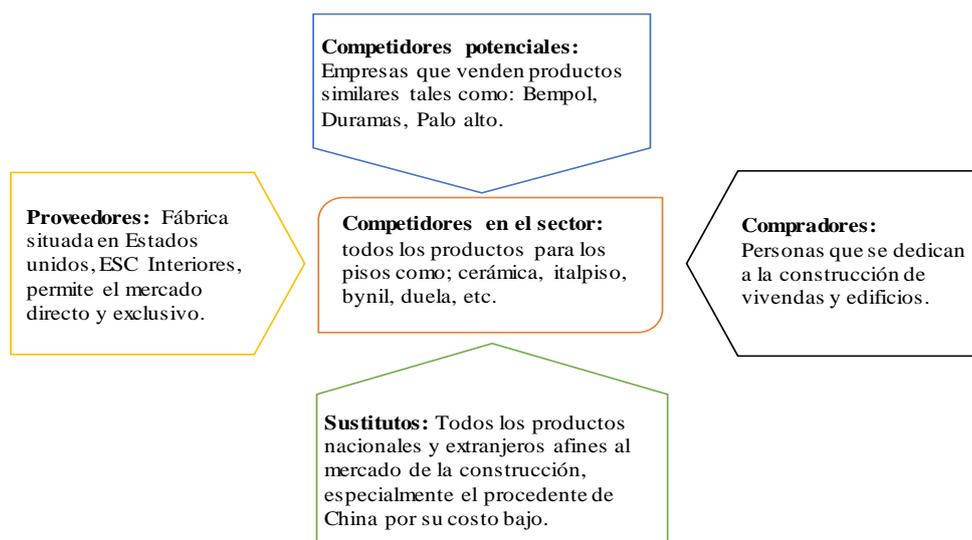


Figura 22. Análisis de la dinámica del sector

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

En base al conocimiento de estas variables se puede efectuar un análisis de la dinámica del sector donde se pretende introducir el nuevo producto.

3. CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico incluye aspectos relacionados con la nueva inversión como por ejemplo, costos de importación, capital propio, financiado, gastos administrativos, operativos, costo de la mercadería, la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno, TIR, datos legales de la empresa, flujo operativo, entre otros datos relevantes que influyen en la determinación de viabilidad para la venta del nuevo producto.

3.1 Introducción

El presente estudio técnico, tiene como propósito determinar la factibilidad para la implementación del nuevo producto al portafolio de ESC Interiores con el propósito de incrementar las utilidades de la empresa, además mediante el análisis y determinación de los recursos, se aspira manejar adecuadamente y disminuir los costos y gastos para bien de la organización y de los compradores.

3.1.1 Objetivos

- Conocer las circunstancias, que incentivan a realizar una diversificación en el portafolio de la empresa
- Identificar las oportunidades, en el mercado y las fortalezas de la organización que faciliten construir una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

3.2 Análisis general del producto

3.2.1 Descripción del producto

Fubbdenn, es una marca que ofrece varias líneas de productos, tales como:

- Vinyl conductivo, utilizado para quirófanos, salas de cuidados intensivos, salas de cirugías, entre otros.
- Vinyl heterogéneo, utilizado para centros educativos y locales comerciales.
- Vinyl homogéneo, para áreas muy transitadas como edificios públicos.

Estas líneas de productos actualmente se encuentran en el mercado local, y las siguientes son las que se pretende incrementar.

“Piso flotante marca Fubbdenn, se caracteriza porque posee en todos sus pisos laminados un HDF que oscila entre 870kg/m³-880kg/m³. Los pisos laminados poseen certificación de calidad ISO9001, ISO14001 y son ideales para apartamentos, casas habitacionales y oficinas,

Las características de esta marca son: Efecto de color de alta definición, Alta estándar de resistencia a la abrasión, Alta nivel de las normas de protección ambiental, emisión de formaldehído:<0.5MG/L.” (: www.escinteriores.com)

3.2.2 Unidad de medida del producto

El piso flotante se vende por metros cuadrados.

3.2.3 Ciclo de vida del producto

El piso flotante marca Fubbdenn tiene de espesor 8,3 mm., tiene una garantía de 20 años, mientras que el piso flotante de espesor de 12,3 mm. de 25 años.

3.2.3 Procedencia del producto

La marca Fubbdenn es de procedencia USA.

3.2.4 Proveedores

ESC Interiores Consorcio norteamericano WEIT GROUP Limited
Liability Company USA

3.2.5 Clientes

Constructores de viviendas, de la ciudad de Cuenca. (Ventas al por mayor)

3.3 Determinación del Tamaño del Proyecto

Se estima vender 4.603 m², precio de venta al por mayor de \$8,70 Usd., en términos monetarios equivale a \$40.041,96 Usd. que representa un 2% del total de mercado correspondiente a la ciudad de Cuenca. Estos valores se determinaron en base al análisis de los resultados obtenidos del INEC 2016, en Estadísticas Económicas, encuestas edificaciones.

3.3.1 Recursos Económicos

La rentabilidad del proyecto de inversión estará garantizado por la importación del producto como compra y comercialización del mismo, con aporte de capital de ESC Interiores del 53% y financiamiento mediante crédito bancario al Banco Pichincha del 47% equivalente a \$20.627,09 Usd., al 11,23% de interés. La inversión total es de \$ Usd.

3.3.2 Recursos Humanos

Para el desarrollo de las actividades operativas, se empleará la mano de obra que existe en la empresa, la misma que consta de 13 empleados en total, ya que se trata de incremento de producto al portafolio de ESC Interiores, por lo tanto, el manejo interno para la adquisición del Piso Flotante de la nueva marca, será responsabilidad del Departamento Administrativo y la comercialización estará a cargo del Departamento de Venta.

A continuación se grafica la estructura orgánica de la empresa.

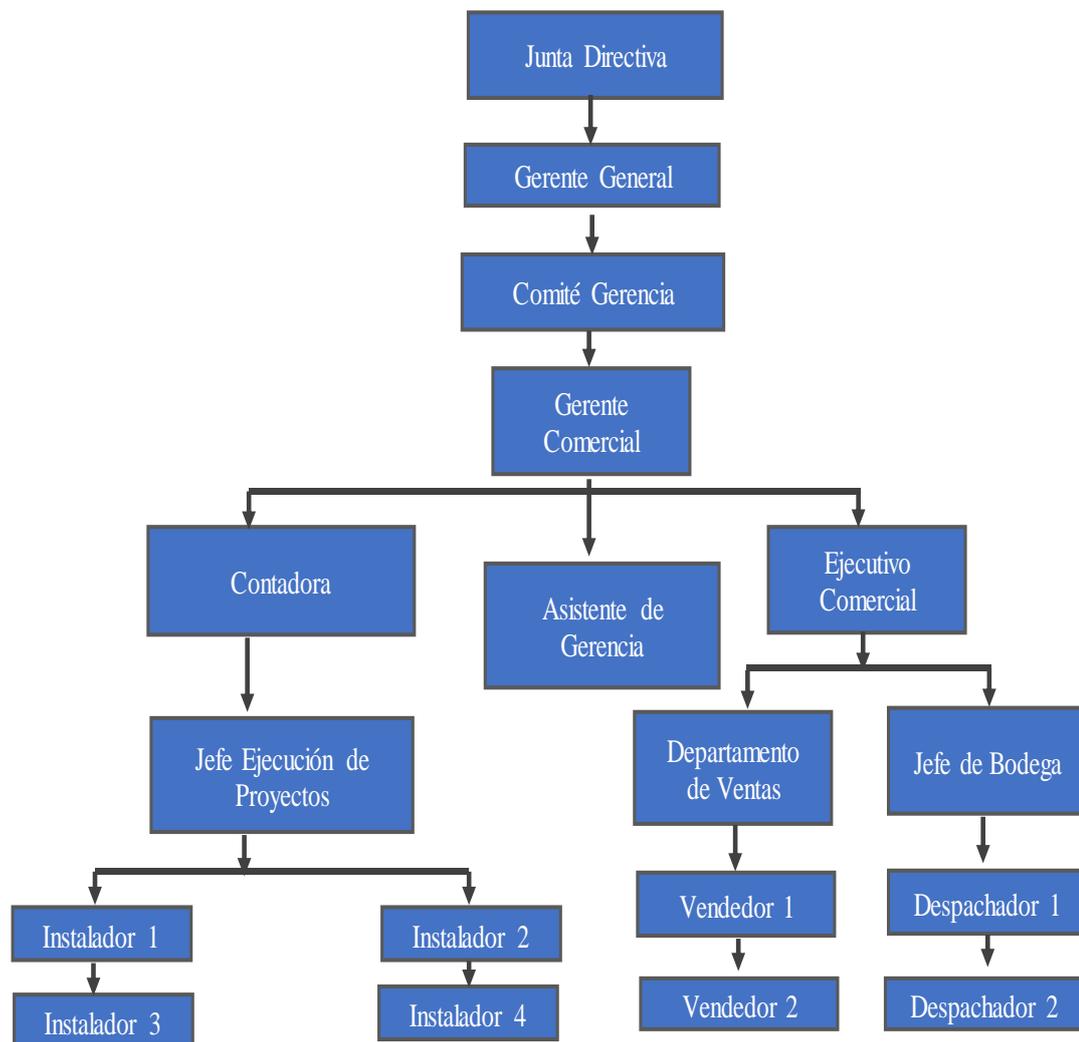


Figura 23. Organigrama estructural ESC Interiores

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

3.4 Diagrama de flujo

En el siguiente diagrama se expresa los pasos a seguir para la venta del producto, el cual inicia con la selección y asesoría al cliente para determinar si realizará la adquisición del nuevo producto y la cantidad que requiere, continua con la recepción de la solicitud, facturación, luego entrega de la mercadería mediante la constatación por parte del bodeguero y la salida del producto.

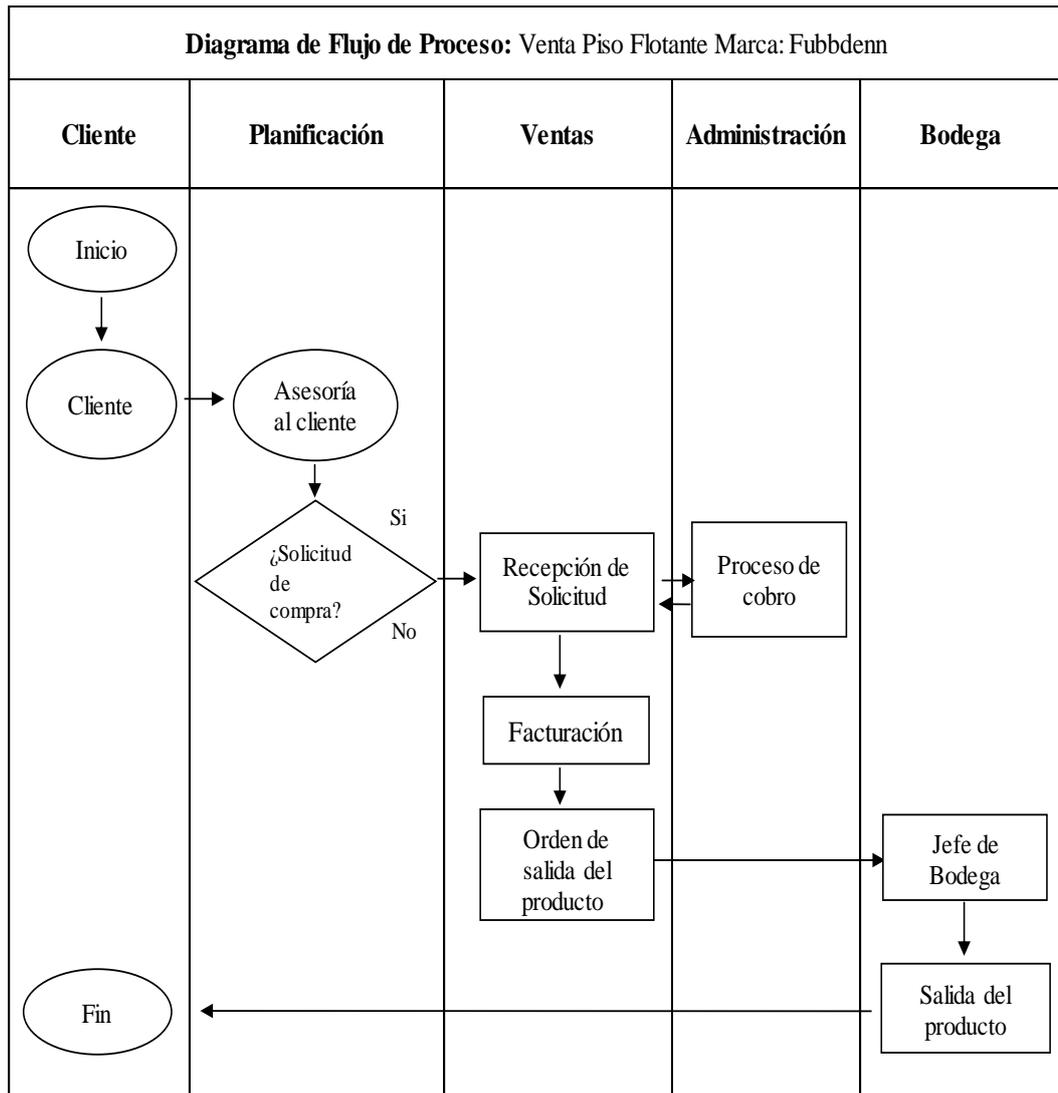


Figura 24. Proceso de venta piso flotante marca Fubbdenm

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

3.5 Análisis interno y externo del producto piso flotante marca Fubbdenm

3.5.1 Análisis interno

El principal motivo por el cual la diversificación en el portafolio de ESC Interiores, se realiza es por ofrecer a sus clientes productos innovadores que se ajusten a las más altas ingenierías del mercado internacional con el propósito de que la calidad de vida de las personas sea similar en todas partes, es decir que las habitaciones que se construyen en Ecuador, tengan las mismas características técnicas como en cualquier otra parte del mundo.

3.5.1.1 Análisis FODA del producto

Respecto al análisis FODA, Espinosa (2013) expresa:

“Es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar esta matriz en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades”. (Pág. 21)

Es una herramienta que permite direccionar las actividades a desarrollarse dentro de la organización mediante el diagnóstico y análisis del entorno interno y externo con el objetivo de trazar el camino futuro que debe seguir la empresa y obtener los beneficios a corto y largo plazo, mediante el aprovechamiento de las fortalezas con oportunidades, (FO) las debilidades ante las oportunidades;(DO), las fortalezas que ayudan a enfrentar las amenazas (FA), y las debilidades para hacer frente a las amenazas (DA). Estas técnicas previamente estructuradas ayudan al control de los recursos que dispone la organización con el propósito de mantener el control y dirección adecuada para el bienestar y seguridad empresarial.

F	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia en el mercado nacional Variedad de productos Personal capacitado Excelentes clientes Hecho en materiales ecológicos, resistente al fuego Clientes satisfechos con productos de calidad Empresa consolidada en el mercado Producto innovador 	D	<ul style="list-style-type: none"> Producto de importación Falta de experticia en el nuevo segmento Inversión relativamente fuerte en capital de trabajo No existe estructura comercial definida para el Falta de una dirección estratégica
O	<ul style="list-style-type: none"> Demanda insatisfecha Industria en crecimiento Posicionamiento en el área Consumidores que buscan modernizar Búsqueda de nuevo mercado Expansión de mercado nacional. 	A	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de impuestos y aranceles Economía del país incierta Disminución de créditos para la construcción. Incertidumbre por cambios en los Presencia de otra marcas de productos similares. Aumento de Desempleo y Subempleo

Figura 25. Análisis FODA

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

3.5.2 Análisis externo: 5 Fuerzas PORTER

Rivalidad entre competidores existentes

No existe una base de datos que permita determinar el porcentaje de participación de las empresas en el mercado de consumo en la ciudad de Cuenca, sin embargo, se puede identificar a las empresas más conocidas por los constructores de la zona. Las empresas más conocidas son Ben Pol Kronoswiss, con los productos Piso laminado, Porcelanato y Granito, Grupo Duramas con pisos, granitos, mármoles, cerámicos y porcelanatos, entre otros, Grupo Peña y el Grupo Cerámico perteneciente a Juan Eljuri, tienen un extenso portafolio de artículos, creando una fuerte competencia de productos similares, los mismos que reflejan una rentabilidad Medio – Alto.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

La inversión para estas líneas de productos es relativamente alta, por consiguiente, para la entrada de nuevos competidores, se requiere una inversión millonaria, además del conocimiento y capacitación sobre las composiciones, normas ISO, técnicas, entre otros requerimientos indispensables para poder llegar hasta el cliente, por lo tanto, el riesgo de nuevos competidores en el mercado es Bajo.

Amenaza de posibles productos sustitutos

El mercado para pisos es muy amplio, cada vez son más los productos que se encuentran en el mercado, los mismos que brindan al cliente una gama extensa en cuanto a composiciones, beneficios, costos y cualidades, lo que evidencia una amenaza Media – Alta.

Poder de negociación con los clientes

Los conductos de distribución poseen un poder de negociación Medio - Alto ya que ellos se encargan únicamente de comercializarlo a un segmento específico del mercado, los clientes de ESC Interiores, son profesionales del área de la

construcción, quienes adquieren los productos en grandes cantidades, siendo la ventaja de este grupo de clientes los contratos a gran escala con empresas privadas y públicas.

Poder de negociación con los proveedores

ESC Interiores, es una empresa que compra los productos, por consiguiente, el poder de negociación es bajo, debido a que la empresa es franquiciado importador del consorcio norteamericano WEIT GROUP Limited Liability Company filial de la Matriz que se encuentra ubicada en Estados Unidos. Las compras se efectúan previo solicitud de compra y cancelación en efectivo.

3.6 Marco Legal aplicable

3.6.1 Constitución de la empresa

El nombre comercial del negocio es ESC Interiores, actividad comercial es venta al por mayor de pisos.

3.6.1.1 Permiso de funcionamiento

El Registro Único de Contribuyente, Ruc 0102360112001, a la presente fecha, el negocio funciona en calidad de Persona Natural Obligada a llevar Contabilidad, conforme lo autoriza el Servicio de Rentas Internas, en base a la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno.

3.6.2 Razón Social

Serrano Carrión Wilson Edmundo

3.6.3 Nombre comercial

ESC Interiores

3.6.3.1 Ruc

0102360112001

3.6.3.2 Categoría mi PYMES

Micro empresa

3.6.3.3 Logotipo empresarial



Figura 26. Logo empresa ESC Interiores
Fuente: ESC Interiores (2017)
Elaborado por: Los autores

3.6.3.4 Logotipo empresarial nuevo producto



Figura 27. Logotipo de Piso Flotante
Fuente: ESC Interiores (2017)
Elaborado por: Los autores

3.6.3.5 Slogan

El slogan del nuevo producto Piso Flotante Marca Fubbdenn es:

Innovating Floors “Innovando Pisos”

3.6.3.6 Ubicación geográfica de la empresa



Figura 28. Ubicación geográfica de ESC Interiores

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place>

Elaborado por: Los autores

Las actividades operativas y comerciales se efectuarán en las instalaciones de la empresa.

3.6.3.7 Dirección de la empresa

Provincia: Azuay

Ciudad: Cuenca

Dirección: Cañaribamba/ Quisquis 4-55 y Pillahuazo

3.7 Conclusiones

El estudio técnico, permitió determinar la viabilidad para la ejecución de este proyecto, de acuerdo al análisis FODA, se concluyó que si es factible incrementar al portafolio de productos, el piso flotante marca Fubbdenn.

Se consideró el 2% del mercado de la ciudad de Cuenca para el año 2017, al 2018 se proyectó el 3%, para el 2019 el 4% y a partir del 2020 al 2026 el 5% de incremento anual.

Los recursos económicos se determinaron, considerando que son pocas líneas de productos que vende ESC Interiores, para los gastos de servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet), se estimará el 5% del total de gastos, mientras que en las depreciaciones de activos fijos que ya existen en la empresa se tomará como base porcentual el 5% de depreciaciones excepto vehículo al cual se aplicará el 10% de la depreciación, por consumo de suministros se determina el valor porcentual equivalente al 25%.

En cuanto a recursos humanos, se utilizará el mismo personal administrativo y de ventas, por lo tanto, será necesario efectuar la capacitación del personal, solo este valor se cargará al nuevo producto en su totalidad, para los gastos administrativos y de ventas se asignará el 10% de recargo al nuevo producto.

Para la adquisición de la mercadería se financiará el 47%, es decir \$20.627,09 Usd. con crédito en Banco Pichincha, tasa de interés 11,23% a 24 meses plazo, mediante pagos mensuales.

Las ventas se manejarán en las mismas oficinas de la empresa, el producto llegará a las bodegas y se entregará a los clientes previa las solicitudes de pedidos, por lo tanto, no se requieren inversiones adicionales.

4. CAPÍTULO IV: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.1 Objetivos

- Analizar la factibilidad del proyecto en la empresa ESC Interiores. Retroalimentar con la gerencias las recomendaciones del Estudio.
- Establecer el capital necesario para la inversión.
- Determinar los costos, gastos e ingresos totales que tendrá la empresa.
- Proyectar el Estado de Resultados, Situación Financiera y Flujo de Efectivo
- Efectuar el análisis a la inversión y financiamiento del proyecto

4.2 Inversión inicial

ESC Interiores, al ser una empresa estructurada, posee los Estados Financieros, donde está consolidado en términos numéricos los valores, bienes, derechos y obligaciones y Patrimonio, por lo tanto, el análisis para el incremento del producto al portafolio de la empresa, se expresa el monto de la inversión que se requiere, sin embargo, para conocimiento del Balance Inicial, este se informa según el Anexo 6.

Tabla 19. Inversión nuevo producto; Piso flotante marca Fubbdenn

Inversión producto: Piso Flotante Marca FUBBDENN		
Monto de Inversión		\$ 44.462,10
Capital Propio	53%	\$ 23.564,91
Financiamiento	47%	\$ 20.897,19
Valor total		\$ 44.462,10

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

Para el nuevo producto piso flotante marca Fubbdenn e ingreso al Portafolio de ESC Interiores, se consideró una proyección de ventas de 4.603 m², (costo c/ m² \$8,70), lo que representa en precio de venta al por mayor \$40.041,96, siendo éste el mercado objetivo que representa el 2% del total del mercado de la ciudad de Cuenca, este análisis se realizó en base a los datos estadísticos del INEC 2016, determinado el

mercado de la ciudad de Cuenca, sector empresas constructoras de edificaciones residenciales. En cuanto a inversiones en otros activos, no se efectuarán, ya que la empresa se encuentra estructurada y los mismos recursos materiales y humanos se utilizarán para ventas del nuevo producto.

4.2.1 Amortización de crédito bancario

La inversión total del proyecto asciende a \$44.462,10. El aporte de capital propio es de \$23,564,91 que representa el 53% y el capital a financiarse a través de crédito bancario es de \$20,897,19, con un plazo de 2 años, tasa de interés del 11,23%, con cuotas fijas, según se detalla en la Tabla 20.

Tabla 20. Tabla de Amortización de crédito financiero

Importe del préstamo	\$20.897,19
Interés anual	11,23 %
Período del préstamo en años	2
Número de pagos anuales	12
Fecha inicial del préstamo	01/12/2017

# Pago	Fecha del pago	Seguro	Pago Interés	Pago Capital	Pago total	Saldo
1	01/01/2018	\$ 2,36	\$ 195,56	\$ 780,64	\$ 978,57	\$ 20.116,54
2	01/02/2018	\$ 2,36	\$ 188,26	\$ 787,95	\$ 978,57	\$ 19.328,59
3	01/03/2018	\$ 2,36	\$ 180,88	\$ 795,32	\$ 978,57	\$ 18.533,27
4	01/04/2018	\$ 2,36	\$ 173,44	\$ 802,77	\$ 978,57	\$ 17.730,51
5	01/05/2018	\$ 2,36	\$ 165,93	\$ 810,28	\$ 978,57	\$ 16.920,23
6	01/06/2018	\$ 2,36	\$ 158,35	\$ 817,86	\$ 978,57	\$ 16.102,37
7	01/07/2018	\$ 2,36	\$ 150,69	\$ 825,51	\$ 978,57	\$ 15.276,86
8	01/08/2018	\$ 2,36	\$ 142,97	\$ 833,24	\$ 978,57	\$ 14.443,62
9	01/09/2018	\$ 2,36	\$ 135,17	\$ 841,04	\$ 978,57	\$ 13.602,58
10	01/10/2018	\$ 2,36	\$ 127,30	\$ 848,91	\$ 978,57	\$ 12.753,67
11	01/11/2018	\$ 2,36	\$ 119,35	\$ 856,85	\$ 978,57	\$ 11.896,82
12	01/12/2018	\$ 2,36	\$ 111,33	\$ 864,87	\$ 978,57	\$ 11.031,95
13	01/01/2019	\$ 2,36	\$ 103,24	\$ 872,96	\$ 978,57	\$ 10.158,98
14	01/02/2019	\$ 2,36	\$ 95,07	\$ 881,13	\$ 978,57	\$ 9.277,85
15	01/03/2019	\$ 2,36	\$ 86,83	\$ 889,38	\$ 978,57	\$ 8.388,47
16	01/04/2019	\$ 2,36	\$ 78,50	\$ 897,70	\$ 978,57	\$ 7.490,76
17	01/05/2019	\$ 2,36	\$ 70,10	\$ 906,10	\$ 978,57	\$ 6.584,66
18	01/06/2019	\$ 2,36	\$ 61,62	\$ 914,58	\$ 978,57	\$ 5.670,07
19	01/07/2019	\$ 2,36	\$ 53,06	\$ 923,14	\$ 978,57	\$ 4.746,93
20	01/08/2019	\$ 2,36	\$ 44,42	\$ 931,78	\$ 978,57	\$ 3.815,15
21	01/09/2019	\$ 2,36	\$ 35,70	\$ 940,50	\$ 978,57	\$ 2.874,65
22	01/10/2019	\$ 2,36	\$ 26,90	\$ 949,30	\$ 978,57	\$ 1.925,34
23	01/11/2019	\$ 2,36	\$ 18,02	\$ 958,19	\$ 978,57	\$ 967,15
24	01/12/2019	\$ 2,36	\$ 9,05	\$ 967,15	\$ 978,57	\$ -

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Los autores

El capital solicitado es de \$20.897,19, los intereses que se generan son de \$2.531,75 + Seguro de Desgravamen \$56,64.

4.2.2 Cronograma de actividades de inversión

Tabla 21. Cronograma venta; Piso flotante marca Fubbdenn

CRONOGRAMA DE INVERSIÓN: Piso Flotante FUBBDENN													
ACTIVIDAD	TIEMPO	Meses											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Asesoría		X											
Pre - venta			X										
Orden de compra			X										
Transporte				X									
Desaduanización					X	X							
Transporte						X							
Bodega						X							
Entrega al cliente						X							
Otras ventas							X	X	X	X	X	X	X

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

El cronograma de inversión inicia con la asesoría del producto: piso flotante marca Fubbdenn, una vez indicado sus características técnicas y costo - beneficio, se procede a efectuar la pre venta, los datos pasan a ser manejados por el departamento administrativo de anticipo de cobro, seguidamente se realiza la orden de compra, en embarque y transporte por vía fluvial se organiza en el segundo y tercer mes, la desaduanización se efectúa en la cuarta y quinta semana, finalmente se transporta vía terrestre el producto desde Guayaquil hasta Cuenca, se registra en bodega de la empresa y finalmente se entrega la mercadería al cliente. Los meses siguientes serán de ventas directas del producto.

4.3 Análisis de costos, gastos e ingresos

Los Costos se ocasionan por los valores relacionados con la importación del producto, mientras que los gastos por los egresos de dinero por pago de sueldos, depreciaciones, seguridad social, entre otros gastos administrativos; sin embargo, al ser incremento del producto al Portafolio de la empresa, cuya venta se manejará con

los mismos recursos humanos y materiales, solo se considerará los Costos. Los ingresos, representados por los valores monetarios de ESC Interiores, son causados por las ventas de los diferentes productos que ofrece la empresa.

4.3.1 Análisis de Costos y Gastos

Son todos los egresos económicos incurridos en el giro del negocio incluyendo el costo de las mercaderías cuyo valor se recupera luego de efectuada la venta y registrado los otros gastos ocasionados.

4.3.1.1 Costo de Ventas

Es el valor neto de costo de las mercaderías que se adquirieron para la venta; al término del ejercicio económico se puede obtener la utilidad neta como resultado de la actividad de adquisición y venta de mercaderías.

Tabla 22. Costos de importación del producto de un año

Detalle	UNIDAD	Valor Unitario	Valor Total
Q/ Contenedor 20 PIES 2 container	2.301		4.603
+ FOB	\$ 3,20	\$ 5.948,80	\$ 11.897,60
+ FLETE		\$ 3.425,50	\$ 6.851,00
+ SEGURO		\$ 545,00	\$ 1.090,00
= CIF		\$ 9.374,30	\$ 19.838,60
+ Verificación		\$ 480,00	\$ 960,00
+ FODINFA		\$ 53,90	\$ 107,80
+ ADVALOREN		\$ 1.406,15	\$ 2.812,29
+ IVA		\$ 1.293,65	\$ 2.718,11
+ BODEGAJE		\$ 350,00	\$ 700,00
+ HONORARIOS LIBERACION		\$ 250,00	\$ 500,00
+ Coordinación Logística Integral		\$ 150,00	\$ 300,00
+ Gastos Navieros pagados en destino		\$ 405,60	\$ 811,20
+ THC		\$ 155,00	\$ 310,00
+ FLETE GYE-CUE		\$ 500,00	\$ 1.000,00
= COSTO TOTAL		\$ 14.418,60	\$ 30.058,00
FOB		\$ 3,20	
CIF		\$ 4,28	
Costo total cada m2		\$ 6,53	\$ 6,53

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

4.3.1.2 Gastos de administración

Integrado por todos los rubros que se utilizaron para el desarrollo de las actividades comerciales como por ejemplo pago a personal, beneficios sociales, pago servicios básicos, honorarios, comisiones, publicidad, depreciaciones de activos fijos, gastos financieros, entre otros.

Tabla 23. Gastos de Administración proyectados a un año

Detalle	Valor Unitario	Valor Total
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES (10% del valor anual)		\$ 6.588,00
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (Incluye Fondos Reserva) 10% anual		\$ 1.451,34
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES (10% del valor anual)		\$ 626,50
CAPACITACIÓN A PERSONAL DE VENTAS		\$ 1.927,55
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES 30%		\$ 687,00
AGUA, ENERGÍA, LUZ Y TELECOMUNICACIONES		\$ 182,09
Luz eléctrica (10% del valor anual)	\$ 35,99	
Agua Potable (10% del valor anual)	\$ 12,60	
Teléfono (10% del valor anual)	\$ 89,70	
Internet (10% del valor anual)	\$ 43,80	
PUBLICIDAD, PROPAGANDA, SERVICIO WEB		\$ 501,10
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		\$ 521,50
Depreciación de Vehículo (20% del valor anual)	\$ 340,00	
Depreciación de Muebles y Enseres (5% del valor anual)	\$ 126,50	
Depreciación de Equipo de Oficina (5% del valor anual)	\$ 34,00	
Depreciación de Equipo de Computación (5% del valor anual)	\$ 21,00	
OTROS ACTIVOS		\$ 19,89
Consumo de Suministros de Oficina, Aseo y limpieza (25% del valor anual)	\$ 19,89	
GASTOS FINANCIEROS		\$ 1.899,14
SERVICIOS BANCARIOS (10% del valor total)	\$ 21,59	
GASTO INTERÉS	\$ 1.849,23	
SEGURO DESGRAVÁMEN	\$ 28,32	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 14.404,10

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

La proyección anual de los gastos de administración, se efectuaron considerando los rubros que se incrementan por el nuevo producto, los consumos y depreciaciones se determinaron de manera porcentual como se indica en la Tabla 23, en base a los Estados de Resultados de la empresa de los años 2015 y 2016, que se encuentran en los anexos 6 al 9. Las ventas del Piso flotante marca Fubbdenn, será manejado por el mismo personal que dispone la empresa, por lo tanto, en la tabla mencionada se detalla los valores porcentuales estimados al nuevo producto.

4.3.2 Análisis de Ingresos

Incluye los valores económicos que ingresan al almacén por concepto de las operaciones mercantiles que realiza ESC Interiores. Además, incluye a aquellos ingresos ocasionales como intereses ganados, comisiones ganadas, entre otros.

4.3.2.1 Ingresos Operacionales por Ventas

Son los rubros que se registran dentro un tiempo (hasta un año) y tienen relación directa con las actividades comerciales de la empresa.

Los ingresos operacionales provenientes por la venta de Piso Flotante marca Fubbdenn, proyectado para un periodo de 5 años, se incrementan al 2017 en el 2%, al 2018 en 3%, al 2019 el 4% y del 2020 al 2026 el 5% de la demanda proveniente de los constructores de la ciudad de Cuenca y en base al precio promedio de venta determinado por la empresa fabricante del producto.

Tabla 24. Ventas anuales proyectadas a 10 años.

Año	Ventas estimadas	Precio al por Mayor	Ingreso Total Anual
2017	4.603	8,70	40.041,96
2018	7.249	8,70	63.066,09
2019	10.149	8,70	88.292,52
2020	13.320	8,70	115.883,94
2021	13.986	8,70	121.678,13
2022	14.685	8,70	127.762,04
2023	15.420	8,70	134.150,14
2024	16.191	8,70	140.857,65
2025	17.000	8,70	147.900,53
2026	17.850	8,70	155.295,56

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

4.5 Estados Financieros proyectados

La función de los Balances proyectados, permiten determinar la viabilidad para implementar al portafolio de la empresa el nuevo producto, es decir, determinar con anticipación si generará ganancias o pérdidas.

4.5.1 Estado de Resultados proyectado a 10 años

Es un instrumento que nos permite conocer si la empresa tuvo pérdida o ganancia al final de un ejercicio contable y en base a estos resultados tomar decisiones a futuro en beneficio de la empresa. Los grupos de cuentas que se informarán en el Balance son:

- Ingresos; y
- Gastos.

El grupo de cuentas de ingresos agrupa todos los valores económicos que se obtuvieron como consecuencia de la venta de las mercaderías; mientras que los gastos abarca todos los egresos que se ocasionaron para el desarrollo de la actividad comercial.

Las ventas se estimaron al año 2017 un mercado inicial del 2% del total de mercado local de Cuenca, al 2018 se incrementa al 3%, del total del mercado local, al 2019, se proyecta al 4% y a partir del año 2020, el incremento es del 5% anual.

Tabla 25. Estado de Resultados proyectado a 10 años

Rubros	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10
INGRESOS										
(+) Ventas	\$ 40.042	\$ 63.066	\$ 88.293	\$ 115.884	\$ 121.678	\$ 127.762	\$ 134.150	\$ 140.858	\$ 147.901	\$ 155.296
(-) Costos Reales	\$ 30.055	\$ 47.336	\$ 66.271	\$ 86.981	\$ 91.330	\$ 95.896	\$ 100.691	\$ 105.726	\$ 111.012	\$ 116.563
(=) Margen Bruto	\$ 9.987	\$ 15.730	\$ 22.021	\$ 28.903	\$ 30.348	\$ 31.866	\$ 33.459	\$ 35.132	\$ 36.889	\$ 38.733
GASTOS										
(-) EBITDA	\$ (1.996)	\$ 3.255	\$ 9.092	\$ 15.496	\$ 16.439	\$ 17.430	\$ 18.470	\$ 19.562	\$ 20.709	\$ 21.914
(-) Depreciacion	\$ 522	\$ 340	\$ 340	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) EBIT	\$ (2.518)	\$ 2.915	\$ 8.752	\$ 15.496	\$ 16.439	\$ 17.430	\$ 18.470	\$ 19.562	\$ 20.709	\$ 21.914
(-) Gastos financieros	\$ 1.927	\$ 732	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22	\$ 22
(=) EBIT	\$ (4.445)	\$ 2.182	\$ 8.730	\$ 15.474	\$ 16.418	\$ 17.408	\$ 18.449	\$ 19.541	\$ 20.688	\$ 21.892
(-) Participación trabajadores	\$ -	\$ 327	\$ 1.309	\$ 2.321	\$ 2.463	\$ 2.611	\$ 2.767	\$ 2.931	\$ 3.103	\$ 3.284
(-) Impuestos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.255	\$ 3.450	\$ 3.654	\$ 3.869	\$ 4.094
(=) BN	\$ (4.445)	\$ 1.855	\$ 7.420	\$ 13.153	\$ 13.955	\$ 11.542	\$ 12.231	\$ 12.956	\$ 13.716	\$ 14.514

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

4.5.2 Estado de Situación Financiera Proyectado a 10 años

Ramírez & Parra, (2012) Presenta en un determinado periodo los movimientos que la organización ha tenido, además está conformado por activo, pasivo y patrimonio,

todo esto corresponde a lo que la empresa dispone. (Pág.106). El objetivo, es evidenciar los resultados de los rubros en términos monetarios y sus variaciones de manera razonable para el posterior análisis mediante los indicadores financieros, que permiten a los interesados de la información efectuar nuevos proyectos de inversión, determinar los puntos críticos a ser modificados para mantener la estabilidad de la empresa, etc.

El Estado de Situación Financiera, está integrada por el grupo de cuentas de Activos, Pasivos y Patrimonio.

Activos.- Representan los bienes, valores y derechos de la empresa y está constituida por Activos Corrientes, No Corrientes y Diferidos.

Activos Corrientes.- Integrada por los rubros que serán realizados o consumidos dentro de un plazo de un año o menor a ello, entre ellos tenemos: Caja, Bancos, Cuentas y Documentos por Cobrar, Inventario de Mercaderías, entre otros.

Activos No Corrientes.- Son los bienes adquiridos para usarlos en el giro de las actividades operativas

Pasivos.- Representa las cuentas que significan deuda para la empresa y disminuye el patrimonio; sin embargo son necesarias para el aumento del activo.

Pasivo Corriente.- Son las obligaciones contraídas por las operaciones comerciales y deberán ser canceladas dentro de un plazo no mayor a un año contados a partir de la adquisición.

Pasivo No Corriente.- A diferencia de las obligaciones corrientes, estas se cancelarán a un plazo mayor al año, como por ejemplo los créditos bancarios.

Patrimonio.- Son los bienes y valores de propiedad de la empresa, el cual se obtiene restando a todos los activos los pasivos.

Tabla 26. Estado de Situación Financiera proyectado a 10 años

	AÑO 2016	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVO	\$ 234,793,96	\$ 57,592,73	\$ 63,652,27	\$ 84,616,88	\$ 112,671,44	\$ 129,560,36	\$ 147,381,95	\$ 165,484,92	\$ 183,839,63	\$ 203,191,47	\$ 223,590,29
ACTIVO CORRIENTE	\$ 183,364,02	\$ 58,999,65	\$ 63,652,27	\$ 84,616,88	\$ 112,671,44	\$ 129,560,36	\$ 147,381,95	\$ 165,484,92	\$ 183,839,63	\$ 203,191,47	\$ 223,590,29
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 51,429,94	\$ (1,346,92)	\$ (1,327,08)	\$ (1,327,08)	\$ (1,256,68)	\$ (1,256,68)	\$ (916,68)	\$ (916,68)	\$ (916,68)	\$ (916,68)	\$ (916,68)
PASIVO	\$ 42,101,71	\$ 24,291,72	\$ 27,977,65	\$ 18,711,53	\$ 20,529,76	\$ 21,571,82	\$ 23,871,20	\$ 26,354,63	\$ 27,696,75	\$ 29,105,98	\$ 32,069,63
PASIVO CORRIENTE	\$ 42,101,71	\$ 14,426,48	\$ 16,945,71	\$ 18,711,53	\$ 20,529,76	\$ 21,571,82	\$ 23,871,20	\$ 26,354,63	\$ 27,696,75	\$ 29,105,98	\$ 32,069,63
PASIVO A LARGO PLAZO		\$ 9,865,24	\$ 11,031,95								
PATRIMONIO	\$ 192,692,24	\$ 35,215,24	\$ (18,354,70)	\$ 17,142,51	\$ 52,143,60	\$ 77,193,49	\$ 102,378,86	\$ 127,637,41	\$ 154,238,28	\$ 182,248,58	\$ 210,254,82
GANANCIA NETA DEL PERIOD	\$ 55,085,00	\$ (4,445,36)	\$ 1,854,86	\$ 7,420,44	\$ 13,152,85	\$ 13,954,88	\$ 11,541,67	\$ 12,231,38	\$ 12,955,38	\$ 13,715,98	\$ 14,514,41
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 234,793,96	\$ 59,506,96	\$ 9,622,95	\$ 35,854,04	\$ 72,673,37	\$ 98,765,31	\$ 126,250,06	\$ 153,992,04	\$ 181,935,03	\$ 211,354,55	\$ 242,324,45

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

4.5.3 Estado de Flujo de Efectivo proyectado a 10 años

Sirve para determinar el movimiento económico de la empresa. Para formular este Estado Financiero, se toman los Flujos de Efectivo en función de:

Las actividades operativas de la entidad contable
Las actividades de inversión de la entidad contable
Las actividades de financiamiento de la entidad contable.

Tabla 27. Estado de Flujo de Efectivo proyectado a 10 años

Años	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
a. INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 40,041,96	\$ 63,066,09	\$ 88,292,52	\$ 115,883,94	\$ 121,678,13	\$ 127,762,04	\$ 134,150,14	\$ 140,857,65	\$ 147,900,53	\$ 155,295,56
VENTAS	\$ -	\$ 40,041,96	\$ 63,066,09	\$ 88,292,52	\$ 115,883,94	\$ 121,678,13	\$ 127,762,04	\$ 134,150,14	\$ 140,857,65	\$ 147,900,53	\$ 155,295,56
COSTO VENTAS	\$ 168,631,13	\$ 300,54,89	\$ 47,336,46	\$ 66,271,04	\$ 86,980,74	\$ 91,329,78	\$ 95,896,27	\$ 100,691,08	\$ 105,725,64	\$ 111,011,92	\$ 116,562,51
MARGEN BRUTO	\$ (168,631,13)	\$ 9,987,07	\$ 15,729,63	\$ 22,021,48	\$ 28,903,19	\$ 30,348,35	\$ 31,865,77	\$ 33,459,06	\$ 35,132,01	\$ 36,888,61	\$ 38,733,04
Gastos de administración	\$ -	\$ 11,983,46	\$ 12,475,01	\$ 12,929,96	\$ 13,407,67	\$ 13,909,26	\$ 14,435,93	\$ 14,988,93	\$ 15,569,58	\$ 16,179,27	\$ 16,819,43
Gastos financieros	\$ 215,86	\$ 78,23	\$ 49,91	\$ 21,59	\$ 21,59	\$ 21,59	\$ 21,59	\$ 21,59	\$ 21,59	\$ 21,59	\$ 21,59
MARGEN OPERATIVO (EBITDA)	\$ (172,767,87)	\$ (2,074,63)	\$ 3,204,71	\$ 9,069,93	\$ 15,473,94	\$ 16,417,51	\$ 17,408,26	\$ 18,448,54	\$ 19,540,84	\$ 20,687,76	\$ 21,892,02
Depreciación	\$ 16,140,50	\$ 521,50	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UAI (EBIT)	\$ (188,908,37)	\$ (2,596,13)	\$ 2,864,71	\$ 8,729,93	\$ 15,473,94	\$ 16,417,51	\$ 17,408,26	\$ 18,448,54	\$ 19,540,84	\$ 20,687,76	\$ 21,892,02
Intereses		\$ 1,849,23	\$ 682,52								
Impuestos	\$ (40,186,87)	\$ -	\$ 291,69	\$ 1,259,60	\$ 2,205,25	\$ 2,331,08	\$ 5,866,58	\$ 6,217,16	\$ 6,585,26	\$ 6,971,77	\$ 7,377,61
FLUJO DE CAJA	\$ (148,721,50)	\$ (4,445,36)	\$ 1,890,50	\$ 7,470,32	\$ 13,268,69	\$ 14,086,43	\$ 11,541,67	\$ 12,231,38	\$ 12,955,58	\$ 13,715,98	\$ 14,514,41
Inversión	\$ 44,462,10										
FLUJO DE CAJA LIBRE		\$ (4,445,36)	\$ 1,890,50	\$ 7,470,32	\$ 13,268,69	\$ 14,086,43	\$ 11,541,67	\$ 12,231,38	\$ 12,955,58	\$ 13,715,98	\$ 14,514,41

Fuente: ESC Interiores
Elaborado por: Los autores

4.6 Evaluación del proyecto para la venta

4.6.1 Indicadores de evaluación

Son herramientas que permiten medir y controlar los recursos financieros; conocer oportunamente cómo ha evolucionado la situación económica mediante la comparabilidad de los estados financieros. Al respecto los autores Morelos, Fontalvo & Hoz (2012), señalan que “Son herramientas que permiten evaluar financieramente a la empresa en un periodo determinado a través de índices estadísticos que muestran cómo ha ido evolucionando los recursos económicos y financieros. (Pág.56)

4.6.1.1 Razón de Liquidez

Baca (2013), “La tasa circulante, es la más empleada para medir la solvencia a corto plazo, ya que indica a qué grado es posible cubrir las deudas a corto plazo, sólo con los activos que se convierten en efectivo a corto plazo”(Pág. 203). Se obtiene dividiendo los activos circulantes dividido para los pasivos circulantes.

$$\text{Razón de Liquidez} = \frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$$

$$\text{Razón Corriente} = \frac{58.939,65}{14.426,48} = 4,09$$

La capacidad de pago de ESC Interiores, al año 2017 es buena, los resultados reflejan que por cada dólar de obligación a corto plazo, la empresa tiene \$4,09 Usd., como respaldo para el pago. PRUEBA ÁCIDA

4.6.1.2 Prueba Ácida

Este indicador, mide la capacidad de la empresa para cubrir las deudas a corto plazo, sin considerar el fondo que representa al valor de inventarios, se caracteriza por determinar la solvencia más pura de la empresa.

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{58.939,65 - 30.054,89}{14.426,48} = 2,00$$

$$\text{Prueba ácida} = \frac{28.884,76}{14.426,48} = 2,00$$

El indicador de liquidez, evidencia que ESC Interiores, sin necesidad de vender las mercaderías, posee una capacidad de pago de \$2,00 Usd., por cada dólar por pagar a corto plazo.

4.6.1.3 Liquidez Inmediata

Permite determinar hasta qué punto, ESC Interiores podría efectuar la liquidación inmediata de sus obligaciones corrientes. El parámetro establecido favorable para la empresa es de (0,5 -1)

$$\text{Tasa de Liquidez Inmediata} = \frac{\text{Efectivo en Caja y Bancos}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Tasa de Deuda} = \frac{28.584,21}{14.426,48} = 1,98$$

Se determinó que la empresa si dispone de recursos económicos para la liquidación total e inmediata de sus pasivos corrientes.

4.6.1.4 Capital de trabajo

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activos Corrientes} - \text{Pasivos Corrientes}$$

$$\text{Capital de trabajo} = 58.939,65 - 14.426,48 = \mathbf{44.513,17}$$

El capital de trabajo que dispone ESC Interiores para sus actividades operativas es de \$44.513,17.

4.6.2 Indicadores de Solvencia

Permite medir en qué grado participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa.

4.6.2.1 Endeudamiento del Activo

Este indicador, tiene como finalidad medir el nivel del activo total de la organización financiado con recursos aportados a corto y largo plazo por los acreedores.

$$\text{Endeudamiento del Activo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Endeudamiento del Activo} = \frac{24.291,721}{57,592,73} = 0,42$$

El endeudamiento del activo total en el nuevo proyecto del activo de ESC Interiores es del 42%,y financiado por el pasivo total, mientras que la diferencia se realiza por intermedio del patrimonio.

4.6.2.2 Endeudamiento Patrimonial

$$\text{Endeudamiento Patrimonial} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Endeudamiento Patrimonial} = \frac{24.291,721}{35.215,24} = 0,69$$

El endeudamiento patrimonial al año 1, equivale al 69% del total de las deudas contraídas a corto plazo.

4.6.2.3 Tasa de Deuda

$$\text{Tasa de Deuda} = \frac{\text{Préstamo recibido a largo plazo}}{\text{Activo Total}}$$

Año 1	Año 2
$\text{Tasa de Deuda} = \frac{9.737,73}{57.592,73} = 0,17$	$\text{Tasa de Deuda} = \frac{10.889,36}{63.652,27} = 0,17$

La Tasa de Deuda de la empresa al año 2017, demuestra el 17%, lo que representa un rango aceptable de endeudamiento, y no compromete al valor patrimonial, al contrario, evidencia que cuenta con capacidad para contraer nuevos créditos financieros, al año 2018 o año 2, es de 18%.

4.6.3 Indicadores de Rentabilidad

Miden la efectividad de la administración de la empresa en su totalidad, creando rendimientos sobre los recursos empleados en la empresa.

4.6.3.1 ROE

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE} = \frac{4.445}{35.215,24} = - 0,13$$

La rentabilidad de la empresa obtenida sobre sus propios fondos es de -13% al año 1, al año 2 de -10% y a partir del año 3 se observa una rentabilidad positiva del 43%.

4.6.3.2 ROA

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{-4.445}{57.592,73} = -0,08$$

La rentabilidad de la empresa obtenida sobre el total de activos al año 1 es negativa con el -8%, mientras que para el año 2 y 3, se observa el 3% y 9% respectivamente, lo que significa que el coste medio de la deuda es superior a la inversión durante los años 1 y 2, donde se efectuó la financiación mediante crédito bancario, y a partir del año 3, el efecto de apalancamiento es positivo para la empresa.

4.6.3.3 EBITDA

$$\text{EBITDA} = \text{Utilidad operativa} + \text{Depreciaciones} + \text{Amortizaciones} + \text{Provisiones}$$

$$\text{EBITDA} = -4.445 - 522 = -3.923,86$$

Las ganancias que se obtienen antes de impuestos y depreciaciones es decir la utilidad bruta obtenida de las operaciones comerciales es de - \$3923,86 al año 1, cabe mencionar que en el año 1 se cancela parte del capital financiado, al año 2 es de \$9.069,93, evidenciando la cancelación total del crédito bancario.

4.6.1.4 Rentabilidad sobre Ventas

Bravo (2013) expresa “Permite conocer la utilidad por cada dólar vendido. Este índice cuando es más alto, representa una mayor rentabilidad, esto depende del tipo de negocio o actividad”(Pág. 306)

$$\text{Rentabilidad sobre Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{(4.445)}{9.987,07} \times 100 = -44,51$$

Este indicador refleja que es factible realizar la inversión, evidenció que por cada dólar invertido se obtiene el - \$44,47 de utilidad neta.

4.6.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto o valor presente neto (VPN), como lo menciona Campo (2015) “Se puede establecer un método para la estimación de las inversiones, una diferencia entre el valor actualizado de los cobros derivados de la inversión y de todos los pagos actualizados generados a lo largo de la inversión”. (Pág. 98). Si el VAN, es mayor que \$0, el proyecto se acepta, si es menor que \$0, se rechaza.

$$CF_0 = 30.058,00$$

$$N = 10 \text{ años}$$

$$r = 8.84\% \text{ Tasa de Interés}$$

$$VAN = -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

Tabla 28. Determinación del Valor Actual Neto VAN

INVERSION INICIAL = I ₀	(44.462,10)
1	(4.445,36)
2	1.890,50
3	7.470,32
4	13.268,69
5	14.086,43
6	11.542
7	12.231,38
8	12.955,58
9	13.715,98
10	14.514,41
N = Años	10,00
i = tasa de interes	8,84%
VNA =	\$ 10.410

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

$$VAN = 10.410$$

El valor actual neto es positivo, por lo que el proyecto es viable, la cantidad estimada a 10 años plazo es de \$10.410, con la tasa de descuento de 8,84%.

4.6.3 Tasa Interna de Retorno

Gitman & Zutter (2012), conceptualizan como “Una de las técnicas más usadas de elaboración de presupuestos de capital. Si la Tasa Interna de Retorno TIR, es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto, si es menor, se rechaza” (Pág. 367)

$$0 = -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

Tabla 29. Determinación de Tasa Interna de Retorno TIR

Años	Flujo Neto
0	(23.564,91)
1	(4.445,36)
2	1.890,50
3	7.470,32
4	13.268,69
5	14.086,43
6	11.541,67
7	12.231,38
8	12.955,58
9	13.715,98
10	14.514,41
TIR =	24%

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

La tasa interna de retorno TIR, es del 24%, mayor a la tasa de descuento, por lo tanto, es viable el proyecto.

4.6.4 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR

El autor Navarro (2012) expresa.

“Cuando una sola entidad, llámese persona física o jurídica, es la única aportadora de capital para su proyecto, el costo de capital equivale al rendimiento que pide esa entidad por invertir o arriesgar su dinero. Cuando se presenta este caso, se le llama costo de capital simple.

Sin embargo, cuando esa entidad pide un préstamo a cualquier institución financiera para constituir o completar el capital necesario para el proyecto, seguramente la institución financiera no pedirá el mismo rendimiento al dinero aportado que el rendimiento pedido a la aportación de propietarios del proyecto. Cuando se da el caso de que la constitución del capital de un proyecto fue financiado en parte, se habla de un costo de capital mixto”. (Pág. 3)

Tabla 30. Determinación de TMAR

Entidad	% de Aportación	Tasa	Promedio Ponderado
Aporte Capital Propio	23.564,91	0,07	0,0356690
Capital Financiado	20.897,19	0,1123	0,0527810
Totales	44.662,10		8,85%

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

La Fórmula para obtener la tasa de rentabilidad, considera la tasa de inflación y el premio al riesgo de la inversión.

$i =$ Tasa de premio al riesgo de la inversión = 9%

$f =$ Tasa de Inflación proyectada = 1,5 %

$$\text{TMAR} = i + f$$

$$\text{TMAR} = 9\% + 1,5\% = 10,50\%$$

$$\text{TMAR Mixta} = 10,50\%$$

La TMAR mixta de este proyecto es del 10,50%.

Criterios de decisión

Si la Tasa Interna de Retorno TIR, es mayor o igual que el costo de capital TMAR, el proyecto es viable.

Si la Tasa Interna de Retorno TIR, es menor que el costo de capital TMAR, el proyecto no es factible.

4.6.5 Análisis del punto de equilibrio

Determinar el punto de equilibrio es importante, es un referente que influye para las decisiones de inversión de la empresa, como lo menciona Baca (2013), “El punto de equilibrio, es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, variables y los ingresos”. La adición de los ingresos son iguales a la suma de costos fijos y variables, es decir, se establece el punto de equilibrio donde la empresa no obtiene ni ganancias ni pérdidas.

Costos fijos y variables

Varían de acuerdo al volumen de productos que se estiman vender, los costos fijos se mantienen estables sin importar las variaciones de mercaderías que intervengan en las compras y ventas como por ejemplo, depreciación de activos fijos, gastos administrativos, entre otros. Los costos variables se caracterizan por ser inconstantes

y se modifican de acuerdo a los volúmenes de mercaderías que se adquieren para la venta, como por ejemplo, el costo de las mercaderías, servicios básicos (agua, luz), consumos, entre otros gastos.

A continuación se detallan los costos fijos y variables.

Tabla 31. Determinación de Costos Fijos y Variables

Detalle	Costos Fijos	Costos Variables
Mano de obra directa	9.870,52	687,00
Material Directo		30.058,00
Gastos operativos	1.927,55	19,89
Gastos financieros	1.899,14	
Total	13.697,21	30.764,89

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores

Para conocer el valor del Punto de Equilibrio se debe conocer los costos fijos y variables, por razones técnicas se establecieron los costos correspondientes al primer año de inversión.

Los Costos Fijos se cuantificaron en \$13.697,21 y los Costos Variables \$30.764,89, sin embargo, debido a las cantidades inconstantes por concepto de impuestos, tasas y costos de importación, no se puede determinar un valor exacto para los siguientes años, por lo tanto el Punto de Equilibrio se realizó en base al primer año, ya que los costos fijos, variables e ingresos se encuentran en el primer año de inversión.

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

$$PE = \frac{13.697,21}{1 - 30.764,89 / 40.042,10}$$

$$PE = \frac{13.697,21}{0,23} = 59.120,31$$

PE = 59.120,31 Usd.

Tabla 32. Determinación del Punto de Equilibrio

AÑOS	UNIDADES	PVP	ING TOTALES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS	VARIABLES TOTALES
	-	8,70	-	13.697	13.697	-
2017	4.603	8,70	40.042	30.055	12.415	30.765
2018	7.249	8,70	63.066	47.336	12.415	49.257
2019	10.149	8,70	88.293	66.271	12.415	68.960
2020	13.320	8,70	115.884	86.981	12.415	90.509
2021	13.986	8,70	121.678	91.330	12.415	95.035
2022	14.685	8,70	127.762	95.896	12.415	99.787
2023	15.420	8,70	134.150	100.691	12.415	104.776
2024	16.191	8,70	140.858	105.726	12.415	110.015
2025	17.000	8,70	147.901	111.012	12.415	115.515
2026	17.850	8,70	155.296	116.563	12.415	121.291

Fuente: ESC Interiores

Elaborado por: Los autores



Figura 29. Logotipo de Piso Flotante

Fuente: ESC Interiores (2017)

Elaborado por: Los autores

El total de ventas para obtener el Punto de Equilibrio se obtiene en el segundo año, este valor equivale a \$59.120,31, por lo tanto, se deben vender 6.795 m² de piso flotante marca Fubbdenn, lo que evidencia la viabilidad de la inversión.

4.7 Análisis del costo – beneficio del proyecto

El análisis del costo – beneficio del presente proyecto de inversión, tiene como objetivo medir todos los beneficios y costos en términos monetarios o porcentuales para determinar si el proyecto es viable.

4.7.1 Conclusiones

El capital de inversión asciende a \$44.462,10, de los cuales el 47%, es decir \$20.897,19 se financiarán mediante crédito bancario a 24 meses plazo, con una tasa de interés fija del 11,23%.

Los indicadores financieros del proyecto evidenciaron que la empresa posee una buena liquidez, incluyendo la rotación de los inventarios, tiene una capacidad de pago de \$4,09 por cada dólar adeudado, mientras que la liquidez neta, es decir, sin necesidad de vender las mercaderías es de \$2,00 Usd., por cada dólar por pagar a corto plazo. Se determinó que la empresa si dispone de recursos económicos en Caja y Bancos, para la liquidación total e inmediata de sus pasivos corrientes, con un valor porcentual equivalente al 1,98 Usd., por cada pasivo corriente que se debe, además cuenta con un capital de trabajo de \$44.513 Usd.

Los indicadores de solvencia, que miden en qué grado, los acreedores participan dentro del financiamiento de la empresa, dieron como resultado un endeudamiento del activo de \$0,42, de endeudamiento de patrimonio \$0,69 y Tasa de Deuda al año 2017, demuestra el 0,17%, lo que representa un rango aceptable de endeudamiento, y no compromete al valor patrimonial, al contrario, evidencia que cuenta con capacidad para contraer nuevos créditos financieros.

El ROA, al año 1, evidencia un -13% de rentabilidad, al año 2 el -10%, sin embargo, a partir del año 3 la empresa genera rentabilidad del 43%, mientras que el ROA, da

como resultado al año 1 un -8% de utilidad neta sobre el total de activos, al año 2 se observa una utilidad del 3% y al año 3 el 9%, el EBITDA, al año 1 y año 2, indicador de rentabilidad sobre ventas, evidencia que es factible realizar la inversión, se determinó, que por cada dólar invertido se obtiene el 44,47% de utilidad neta.

El punto de equilibrio determinó que ESC Interiores, al segundo año obtiene el punto neutral de costos fijos, variables e ingresos, monto que asciende a \$59.120,31, por lo tanto, se deben vender 6.795 m² de piso flotante marca Fubbdenn, lo que evidencia la viabilidad de la inversión.

El Valor Actual Neto VAN, determinó que el proyecto si es viable, ya que la cantidad estimada a 10 años plazo por el valor actualizado de los cobros derivados de la inversión y de todos los pagos actualizados generados es de \$10.410. La Tasa Interna de Retorno TIR, es del 24%, mayor a la tasa de descuento, por lo tanto, es viable el proyecto, y mayor que el costo de capital TMAR, lo que nuevamente evidencia que el proyecto es viable.

La tasa de Rentabilidad TMAR, es del 10,50%, en este caso la Tasa Interna de Retorno TIR, es mayor (24%), por lo tanto, el proyecto es viable.

Finalmente se observa que al año 2017, la empresa no obtiene utilidades, sin embargo, se cancela \$ 11.714,47 entre capital e intereses del crédito bancario, a partir del segundo año el incremento en ventas de la mercadería, permite cubrir los gastos administrativos, operativos y financieros, además de generar utilidad neta.

CONCLUSIONES

Este análisis está proyectado a 10 años, se consideró el mercado local de la ciudad de Cuenca, de acuerdo a la base de datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, permisos de construcción, el mismo que es publicado todos los años, en base a este análisis que se encuentra en la tabla 11 y tabla 15, el tamaño de mercado expresado en m², es de 4.603 m², equivalente al 2% del total de la demanda insatisfecha, a un precio de venta al por mayor de \$8,70, cada metro cuadrado.

Al término del presente proyecto de factibilidad para el incremento al portafolio de productos de la empresa ESC Interiores, piso flotante marca Fuddbenn, se llegó a determinar que el mercado de la construcción en la ciudad de Cuenca es constante y cada año tiende a crecer la demanda de productos para la construcción, por lo tanto, la comercialización es segura.

La fortaleza de ESC Interiores, es de poseer clientes estables, su estructura administrativa, operativa, materiales y humanos, se encuentran alineados a este mercado selectivo de la construcción, posee recursos económicos que demuestran liquidez de la empresa, además conoce los clientes potenciales a los cuales desea llegar con el nuevo producto, como se detalla en la tabla 2, cabe especificar que las ventas se realizan al por mayor.

La inversión del proyecto es de \$44.462,10, el 47% será financiado mediante crédito bancario a 2 años plazo a un interés anual del 11,23%, conforme se detalla en la tabla 20, y el 53% se cubrirá con recursos propios, además para las actividades operativas y administrativas se utilizarán valores porcentuales de la empresa, según se encuentran detallados en la tabla 23, ya que se trata de incremento al portafolio, además son pocos los productos que ESC Interiores vende.

Como conclusión final se determinó que el proyecto es viable ejecutarlo, la Tasa Interna de Retorno TIR, es del 24%, mayor a la tasa de descuento que es de 8.84% y a la tasa de rentabilidad TMAR, que es del 10,50%, por lo tanto se evidencia la rentabilidad de la inversión, analizada a 10 años plazo, estimando un Valor Actual Neto de \$10.410 Usd.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Séptima Edición. Mc GRAW - HILL /Interamericana Editores, S.A. de C.V
- Banco Central del Ecuador, (2017) *Inflación anual*. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Banco Central del Ecuador, (2018). *Boletín semanal tasas de interés activas y pasivas del sistema financiero privado y de la economía popular y solidaria* Recuperado de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788>
- Beraza, J. (2014). *Herramientas de excel para el análisis y valoración de proyectos de inversión*. Revista de Dirección y Administración de Empresas
- Borja, A. (2011). *Contabilidad*. B&B. Editorial Servilibros. Machala
- Bravo, M. (2013). *Contabilidad general*. Onceava edición. Editora Quito, Ecuador: Escobar impresiones
- Campo, I. (2015). *Diccionario Económico*. España: Madrid. Expansión Unidad Editorial
- Carrasco, G. (2011). *¿Qué es la TIR de un proyecto de inversión?* Madrid: Extoikos
- COOTAD, *Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización*, Ley 0 Registro Oficial Suplemento 303 de 19-oct-2010 http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Segunda Edición. Colombia: Ecoe Ediciones
- Diario El Mercurio, publicado el (07/09/2017) <https://www.elmercurio.com.ec/637416-construccion-sigue-en-caida-acelerada/>
- Diez, J. y Gaitán, S. (2016). *Prácticas utilizadas en la estimación del costo de capital de las empresas*. Revista INVESTIGIUM IRE: Ciencias Sociales y Humanas Vol. VII. No. 1, enero-junio de 2016. Categoría "C" publinde
- ECS Interiores Recuperado de <http://www.escinteriores.com/franquicias.php#>
- ECS Interiores Recuperado de <http://www.escinteriores.com/productos.php#>
- Espinoza, R. (2013). *Estrategia, Marketing*, Recuperado de <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Foros Ecuador (2017). *Población de Cuenca*. Recuperado de :

- <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/124214-poblaci%C3%B3n-de-cuenca-ecuador-2017-n%C3%BAmero-actual-de-habitantes-de-cuenca>
- Gido, J. y Clements, J. (2012). *Administración exitosa de proyectos*. Quinta edición. México D.F.: CENGAGE Learning.
- Gitman, L. & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración Financiera*. Mexico: Pearson Educación
- Gómez, M., Botero, J. (2016), *Startup y spinoff: una comparación desde las etapas para la creación de proyectos empresariales*. Revista Ciencias estratégicas. Volumen 24. Medellín Colombia
- INEC. (2015). *Encuesta de edificaciones*. Recuperado de : http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2015/2015_EDIFICACIONES_PRESENTACION.pdf
- Millán, G., Arjona, J., & Vázquez, F. (2014). *El comercio electrónico en la comercialización del vino español*. Revista Dialnet, 1, 18-30.
- Morelos, Fontalvo, & Hoz. (2012). *Análisis de los indicadores financieros en las sociedades portuarias de Colombia*. Entramado, Cali: Colombia
- Municipio de Cuenca (2017). Patente Municipal Recuperado de <http://www.cuenca.gov.ec/?q=content/declaracion-de-patentes>
- Navarro, M. (2012). *Matemática Financiera*. Universidad Nacional de Ingeniería. Esteli. Nicaragua
- Pisos Flotantes. Recuperado el: 16/10/2017 de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/19854_69399.pdf
- Project Management Institute. (2013) *Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos, Guía del PMBOK*. Quinta edición.
- Ramírez & Parra, (2012). *Herramientas predictivas en política financiera para empresas rentables: ¿realidad o espejismo?* Apuntes del CENES, 31(53), 225-249. Obtenido de <http://revistas.uptc.edu.co/revistas/index.php/cenes/article/view/10>
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y evaluación*. Segunda Edición. Pearson Educación de Chile S.A.

- Sapag, N., Sapag, R. Sapag, J. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Sexta Edición. Impreso en Mexico. Editores S.A. de C.V.
- Solé, R. (2012). *Efectos de la inflación y la devaluación en la evaluación de flujos de inversión*. Revista: Ciencias Económicas Recuperado de : <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/viewFile/7051/6736>
- Suárez M., Tapia F., (2012) *Interaprendizaje de Estadística Básica*. Primera edición Ibarra-Ecuador: Gráficas Planeta.
- Tobías, M., Fuentes, Juan, & Duarte, M. (2016). *Los cursos online masivos abiertos – mooc como estrategia de marketing en las universidades*. Revista Científica Conocimiento, 2,
- Valderrama, M., Díez J. & Gaitán, S. (2011). *Aproximación a las metodologías de estimación del costo de capital en los proyectos de inversión*. Revista: D-minister. Medellín. Colombia Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/3223/322327249005/>
- Velez Pareja, I. (2013). *Una vez más. la definición correcta de los flujos de caja de una firma (flujo de caja libre y flujo del accionista)*. Revista Euristica.

ANEXOS

Anexo 1. Permisos de construcción 2016 - 2015

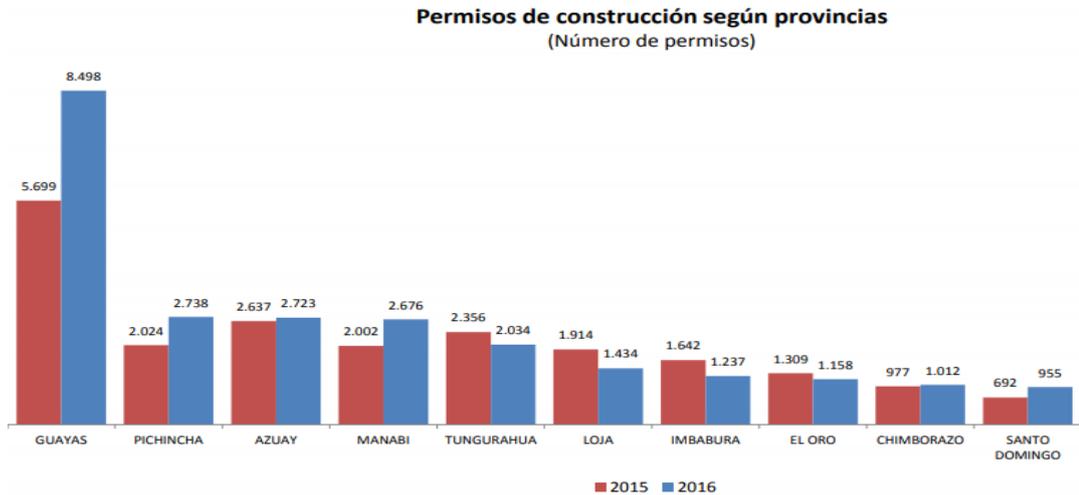


Figura 30. Permisos de construcción 2016 - 2015

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2016/2016_EDIFICACIONES_PRESENTACION.pdf

Elaborado por: Los autores

Anexo 2. Permisos de construcción 2014



Figura 31. Permisos de construcción 2014

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/webinec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/2014/Edificaciones2014_Presen.pdf

Elaborado por: Los autores

Anexo 3. Permisos de construcción 2013

Permisos de Construcción, según Provincias año 2013

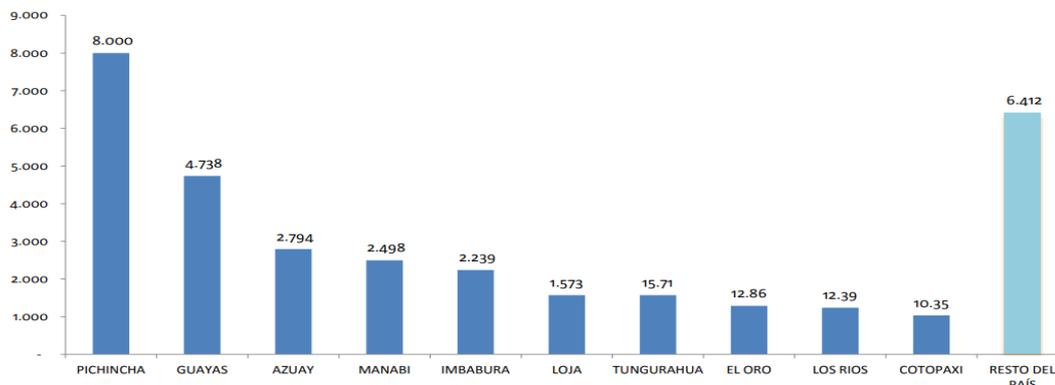


Figura 32. Permisos de construcción 2013

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/Presentacion_Edificaciones_2013.pdf

Elaborado por: Los autores

Anexo 4. Permisos de construcción 2012

GRÁFICO No. 1-A

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS PERMISOS DE CONSTRUCCIÓN PARA USO RESIDENCIAL, SEGÚN REGIONES Y PROVINCIAS

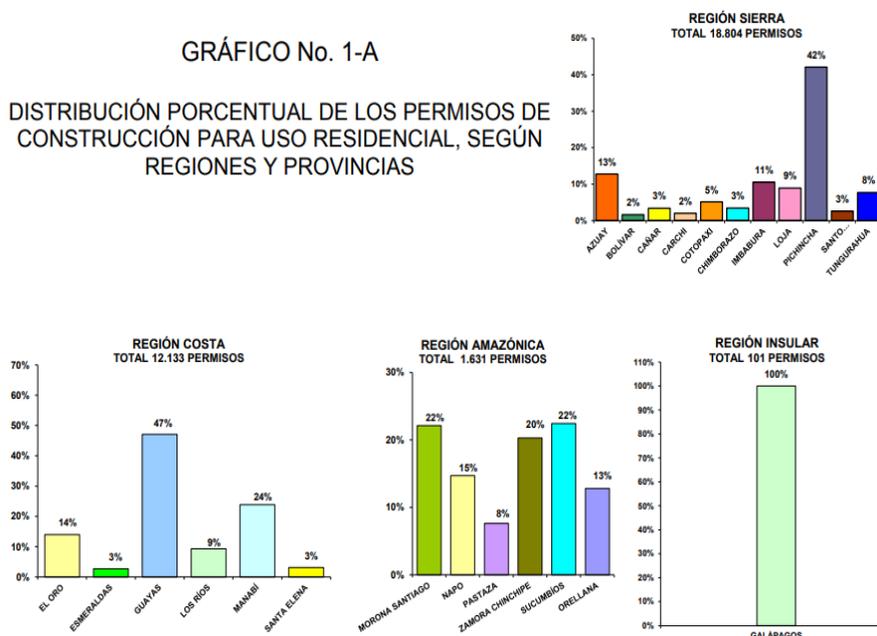


Figura 33. Permisos de construcción 2012

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Edificaciones/Publicaciones/Edificaciones_2012.pdf

Elaborado por: Los autores

Anexo 5. Encuesta

ENCUESTA A CIUDADANOS QUE REQUIEREN MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN (acabado) PARA VIVIENDAS, DEPARTAMENTOS U OFICINAS EN LA CIUDAD DE CUENCA PROVINCIA DEL AZUAY

La presente encuesta tiene como finalidad determinar el tipo de piso que desea adquirir para su vivienda.

1. La vivienda en para uso personal o comercial.

Personal _____

Comercial _____

2. Qué tipos de materiales conoce para el piso?

Cerámica _____

Porcelanato _____

Tabla _____

Duela _____

Piso Flotante _____

Mármol _____

Cemento _____

Alfombra _____

3. ¿De los materiales anterior, cuál compraría para su vivienda?

Cerámica _____

Porcelanato _____

Tabla _____

Duela _____

Piso Flotante _____

Mármol _____

Cemento _____

Alfombra _____

4. ¿Conoce los diferentes tipos de piso flotante?

Sí _____

No _____

5. ¿A escuchado hablar del piso flotante marca Fuddben.?

Sí _____

No _____

6. ¿Compraría la marca Fuddben, de acuerdo a las características del producto que son

Sí _____

No _____

Anexo 6. Estado de Situación Financiera 2016

ESC INTERIORES
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA FINAL
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016
EXPRESADO EN DÓLARES USD.

1	ACTIVO		234.793,96
101	ACTIVO CORRIENTE		183.364,02
10101	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	73.656,97	
1010101	CAJA GENERAL	6.700,00	
1010102	BANCOS LOCALES	66.956,97	
10102	ACTIVOS FINANCIEROS	12.548,59	
1010206	DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR CLIENTES RELACIONADOS	12.675,34	
1010209	(-) PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES	(126,75)	
10103	INVENTARIOS	94.501,14	
1010304	INVENTARIO DE SUMINISTROS O MATERIALES A SER CONSUMIDOS	198,90	
1010306	INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS/COMPRA A TERCEROS	94.302,24	
10105	ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	2.657,32	
1010503	ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA	2.657,32	
102	ACTIVO NO CORRIENTE		51.429,94
10201	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	60.650,00	
1020104	VEHÍCULO	42.500,00	
1020105	MUEBLES Y ENSERES	12.650,00	
1020106	EQUIPO DE OFICINA	3.400,00	
1020108	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.100,00	
1020112	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	(9.140,50)	
102011201	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA VEHÍCULO	(3.400,00)	
102011201	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA MUEBLES Y ENSERES	(3.415,50)	
102011201	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE OFICINA	(918,00)	
102011201	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTACIÓN	(1.407,00)	
1020113	(-) CONSUMOS DE SUMINISTROS, MATERIALES Y ÚTILES	(79,56)	
102011301	(-) CONSUMO DE SUMINISTROS, MATERIALES Y ÚTILES	(79,56)	
2	PASIVO		42.101,71
201	PASIVO CORRIENTE		42.101,71
20103	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	21.033,56	
2010301	LOCALES (Proveedores)	21.033,56	
20107	OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES		
2010701	CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	5.321,85	
201070103	IMPUESTOS POR LIQUIDAR IVA 12%	2.428,00	
201070104	IMPUESTO SALIDA DE DIVISAS	2.893,85	
2010703	CON EL IEISS	1.499,63	
2010704	POR BENEFICIOS DE LEY A EMPLEADOS	6.265,00	
201070401	Décimo Tercer Sueldo	1.830,00	
201070402	Décimo Cuarto Sueldo	1.372,50	
201070403	Vacaciones	3.062,50	
201070501	15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	7.981,68	
3	PATRIMONIO NETO		192.692,24
301	CAPITAL		192.692,24
30101	CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO	192.692,24	
307	RESULTADOS DEL EJERCICIO		55.085,00
30701	GANANCIA O PÉRDIDA AÑOS ANTERIORES	82.951,13	
3070101	GANANCIA NETA DEL PERIODO	55.085,00	
	PASIVO + CAPITAL		<u>234.793,96</u>

Cuenca, 31 de Diciembre de 2016

GERENTE

CONTADORA

Anexo 7. Estado de Situación Financiera 2015

ESC INTERIORES
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA FINAL
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015
 Expresado en Usd.

1	ACTIVO		<u>216.043,47</u>
101	ACTIVO CORRIENTE		160.991,09
10101	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	67.751,76	
1010101	CAJA GENERAL	202,00	
1010102	BANCOS LOCALES	67.549,76	
10102	ACTIVOS FINANCIEROS	4.010,49	
1010206	DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR CLIENTES RELACIONADOS	4.051,00	
1010209	(-) PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES	(40,51)	
10103	INVENTARIOS	87.761,51	
1010304	INVENTARIO DE SUMINISTROS O MATERIALES A SER CONSUMIDOS	176,55	
1010306	INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS/COMPRA A TERCEROS	87.584,96	
10105	ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	1.467,33	
1010503	ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA	1.467,33	
102	ACTIVO NO CORRIENTE		55.052,38
10201	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	60.650,00	
1020104	VEHÍCULO	42.500,00	
1020105	MUEBLES Y ENSERES	12.650,00	
1020106	EQUIPO DE OFICINA	3.400,00	
1020108	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	2.100,00	
1020112	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	(5.527,00)	
102011201	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA VEHÍCULO	(1.700,00)	
102011201	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA MUEBLES Y ENSERES	(2.277,00)	
102011201	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE OFICINA	(612,00)	
102011201	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE COMPUTACIÓN	(938,00)	
1020113	(-) CONSUMOS DE SUMINISTROS, MATERIALES Y ÚTILES	(70,62)	
102011301	(-) CONSUMO DE SUMINISTROS, MATERIALES Y ÚTILES	(70,62)	
2	PASIVO		55.025,53
201	PASIVO CORRIENTE		55.025,53
20103	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	33.236,51	
2010301	LOCALES (Proveedores)	33.236,51	
20107	OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES		
2010701	CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	6.716,76	
201070103	IMPUESTOS POR LIQUIDAR IVA 12%	6.651,41	
201070104	IMPUESTO SALIDA DE DIVISAS	65,35	
2010703	CON EL IEES	1.467,38	
2010704	POR BENEFICIOS DE LEY A EMPLEADOS	6.066,25	
201070401	Décimo Tercer Sueldo	1.770,00	
201070402	Décimo Cuarto Sueldo	1.327,50	
201070403	Vacaciones	2.968,75	
201070501	15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	7.538,64	
3	PATRIMONIO NETO		161.017,94
301	CAPITAL		161.017,94
30101	CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO	161.017,94	
307	RESULTADOS DEL EJERCICIO		31.954,22
30701	GANANCIA O PÉRDIDA AÑOS ANTERIORES	81.501,33	
3070101	GANANCIA NETA DEL PERIODO	31.954,22	
	PASIVO + CAPITAL		<u>216.043,47</u>

Cuenca, 31 de Diciembre de 2015

Gerente

Contadora

Anexo 8. Estado de Pérdidas y Ganancias 2016

ESC INTERIORES ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 EXPRESADO EN DÓLARES USD.

4	INGRESOS			<u>361.147,50</u>
41	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS		361.147,50	
4101	VENTA DE BIENES	361.147,50		
42	GANANCIA BRUTA			<u>167.235,37</u>
5	COSTOS		193.912,13	
51	COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	193.912,13		
5101	COSTO DE VENTAS		193.912,13	
52	GASTOS			84.150,91
5202	GASTOS DE ADMINISTRACION			84.150,91
520201	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	65.880,00		
520202	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (Incluidos Fondos de Reserva)	14.513,36		
520203	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	6.265,00		
520205	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	2.290,00		
520218	AGUA, ENERGÍA, LUZ Y TELECOMUNICACIONES	1.820,88		
52021801	Luz eléctrica	359,88		
52021802	Agua Potable	126,00		
52021803	Teléfono	897,00		
52021803	Internet	438,00		
520219	Publicidad, propaganda, servicio web		2.100,00	
52022101	PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		(9.140,50)	
5202210101	Depreciación de Vehículo	(3.400,00)		
5202210101	Depreciación de Muebles y Enseres	(3.415,50)		
5202210101	Depreciación de Equipo de Oficina	(918,00)		
5202210101	Depreciación de Equipo de Computación	(1.407,00)		
52022306	OTROS ACTIVOS		206,31	
5202230601	Consumo de Suministros de Oficina, Aseo y limpieza	79,56		
5202230603	Cuentas Incobrables	126,75		
5203	GASTOS FINANCIEROS		215,86	
520302	SERVICIOS BANCARIOS	215,86		
53	RESUMEN DE RENTAS Y GASTOS			83.084,46
201070501	15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES			12.462,67
201070101	IMPUESTO A LA RENTA 22%			15.536,79
	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO			<u>55.085,00</u>

Cuenca, 31 de Diciembre de 2016

Gerente

Contadora

Anexo 9. Estado de Pérdidas y Ganancias 2015

**ESTADO DE RESULTADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015
EXPRESADO EN DÓLARES USD.**

4	INGRESOS			<u>343.950,00</u>
41	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS		343.950,00	
4101	VENTA DE BIENES	343.950,00		
42	GANANCIA BRUTA			<u>154.777,50</u>
5	COSTOS		189.172,50	
51	COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	189.172,50		
5101	COSTO DE VENTAS		189.172,50	
52	GASTOS			93.774,90
5202	GASTOS DE ADMINISTRACION		93.774,90	
520201	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	63.720,00		
520202	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (Incluidos Fondos de Reserva)	14.037,52		
520203	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	6.066,25		
520205	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	2.796,00		
520218	AGUA, ENERGÍA, LUZ Y TELECOMUNICACIONES	1.345,20		
52021801	Luz eléctrica	303,96		
52021802	Agua Potable	126,00		
52021803	Teléfono	477,24		
52021803	Internet	438,00		
520219	Publicidad, propaganda, servicio web	7.245,00		
52022101	PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		5.527,00	
5202210101	Depreciación de Vehículo	1.700,00		
5202210101	Depreciación de Muebles y Enseres	2.277,00		
5202210101	Depreciación de Equipo de Oficina	612,00		
5202210101	Depreciación de Equipo de Computación	938,00		
52022306	OTROS ACTIVOS		111,13	
5202230601	Consumo de Suministros de Oficina, Aseo y limpieza	70,62		
5202230603	Cuentas Incobrables	40,51		
5203	GASTOS FINANCIEROS		171,80	
520302	SERVICIOS BANCARIOS	171,80		
53	RESUMEN DE RENTAS Y GASTOS			61.002,60
201070501	15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES			9.150,39
201070101	IMPUESTO A LA RENTA 22%			11.407,49
	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO			<u>40.444,73</u>

Cuenca, 31 de Diciembre de 2015

Gerente

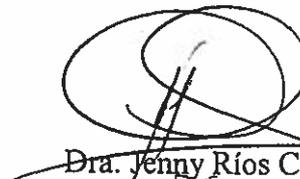
Contadora

Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración
de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 28 de julio de 2017, conoció la petición de los estudiantes **BERNARDO GABRIEL SERRANO VALDIVIESO** con código 50534 y **PAÚL ANDRÉS CERDA FUERTES** con código 50185, quienes presentan su diseño del trabajo de titulación denominado: **"ELABORACIÓN DEL PROYECTO PISO FLOTANTE EN LA CIUDAD DE CUENCA APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES"**, previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial.- El Consejo de Facultad acogió el informe de la Junta Académica de Administración de Empresas y resolvió aprobar el diseño. Designa como **Director al economista Bladimir Proaño Rivera** en lugar del director sugerido ingeniero Marco Piedra, por cuanto registra un exceso de direcciones de trabajos de titulación; y, designa como miembros del Tribunal Examinador a los ingenieros Iván Orellana Osorio y Marco Piedra Aguilera.- En esta misma sesión el Consejo de Facultad fija como plazo para la entrega del trabajo de titulación, seis meses contados desde la fecha de su aprobación, esto es hasta el 28 de enero de 2018, debiendo el Director presentar a la Junta Académica, dos informes bimensuales.

Cuenca, julio 31 de 2017


Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración

UNIVE
FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN
SECRETARIA



CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Administración de Empresas se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: **“ELABORACION DEL PROYECTO FUDDBEN APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES”** presentado por los estudiantes Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso con código 50534 y Paúl Andrés Cerda Fuertes con código 50185, previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial, para el día **Viernes, 07 de julio de 2017 a las 11h00 en la Sala de Reuniones.** **10:30 AM.**

Tomar en cuenta que posterior a la sustentación del Diseño del Trabajo de Titulación, por ningún concepto se puede realizar modificación ni cambios en la documentación; únicamente, en caso de aprobación con modificación, el Director adjuntará al esquema un oficio indicando que se procede con los cambios sugeridos.

Cuenca, 03 de julio de 2017

Dra. Jenny Rios Coello
Secretaria de la Facultad

Ing. Marco Piedra Aguilera

Ing. Iván Orellana Osorio

Ing. María Elena Castro Rivera

Comentarios OK.

1
Paul
04-07-17

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

FECHA: 28-06-2017

Estudiante: SERRANO BERNARDO GABRIEL Y CERDA FUERTES PAUL ANDRES



Cuenca, 28 de junio de 2017
Oficio: EA-1304-2017-UDA

Ingeniero
OSWALDO MERCHÁN MANZANO
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
Su despacho

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por Serrano Valdivieso Bernardo Gabriel con código 50534, y Cerda Fuertes Paúl Andrés con código 50185, tema: "ELABORACIÓN DEL PROYECTO FUDBEN APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES", informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la "Guía para elaboración y presentación de la denuncia/ protocolo de trabajo de titulación"

Director: Ing. Piedra Aguilera Marco Antonio
Tribunal sugerido: Ing. Orellana Osorio Iván Felipe
Ing. Castro Rivera María Elena

Atentamente,

ECO. ANDREA FREIRE PESÁNTEZ
Coordinadora (E) de la Junta de Administración
Universidad del Azuay



ACTA

SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1. Nombre del estudiante: Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso y Paúl Andrés Cerda Fuertes
- 1.2. Código: 50534 y 50185 respectivamente
- 1.3. Director sugerido: Ing. Marco Piedra Aguilera
- 1.4. Codirector (opcional): _____
- 1.5. Tribunal: Ing. Iván Orellana Osorio e Ing. María Elena Castro Rivera
- 1.6. Título propuesto: "ELABORACIÓN DEL PROYECTO FUDDBEN APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES"

1.6.1. Aceptado sin modificaciones : _____

1.6.2. Aceptado con las siguientes modificaciones:

Modificar título: Incluir producto y mercado
Reforzar metodología; por cambio en título
ajustar objetivos; Modificar Cap. 3.

1.6.3. No aceptado

1.6.4. Justificación:

Tribunal

 Ing. Marco Piedra Aguilera

 Ing. Iván Orellana Osorio

 In. María Elena Castro Rivera

 Sr. Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso

 Sr. Paúl Andrés Cerda Fuertes

 Dra. Jenny Ríos Coello
 Secretaria de la Facultad

Fecha de sustentación: Viernes, 07 de julio de 2017 a las 11h00 en la Sala de Reuniones



RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN
(Tribunal)

- 1.1 Nombre del estudiante: Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso y Paúl Andrés Cerda Fuertes
1.1.1 Código : 50534 y 50185
1.2 Director sugerido: Ing. Marco Piedra Aguilera
1.3 Codirector (opcional):
1.4 Título propuesto: "ELABORACION DEL PROYECTO FUDDBEN APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES"
1.5 Revisores (tribunal): Ing. Iván Orellana Osorio e Ing. María Elena Castro Rivera
1.6 Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple	No cumple
Problemática y/o pregunta de investigación	/	
1. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/	
2. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/	
Objetivo general	/	
3. ¿Concuerda con el problema formulado?	/	
4. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	/	
Objetivos específicos	/	
5. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?	/	
6. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	/	
Metodología	/	
7. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	/	
8. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	/	
9. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	/	
10. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?	/	
Resultados esperados	/	
11. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	/	
12. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	/	
13. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	/	
14. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	/	


Ing. Marco Piedra Aguilera


Ing. Iván Orellana Osorio


Ing. María Elena Castro Rivera





UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
UNIVERSIDAD DEL AZUAY



Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de empresas

Protocolo de trabajo de titulación

**Título: ELABORACIÓN DEL PROYECTO PISO FLOTANTE EN LA CIUDAD DE
CUENCA APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES**

Nombre del estudiante:

Cerda Fuertes Paul Andres

Serrano Valdivieso Bernardo Gabriel

Director sugerido:

Ing. Piedra Marco

Cuenca – Ecuador

2017

DATOS GENERALES

1.1 Nombre del estudiante: Serrano Valdivieso Bernardo Gabriel – Cerda Fuertes Paúl
Andres

1.1.1 Código: UA050534- UA050185

1.1.2 Contacto:

Serrano Valdivieso Bernardo Gabriel

Teléfonos: 074108743 / 0990952815

Correo electrónico: bernardoserrano1990@gmail.com

Cerda Fuertes Paúl Andres

Teléfonos: 074075167 / 0983391581

Correo electrónico: paul2722@hotmail.com

1.2 Director sugerido: Ing. Marco Piedra

1.2.1 Contacto: 0999744911

1.3 Co-director sugerido:

1.3.1 Contacto:

1.4 Asesor metodológico:

1.5 Tribunal designado:

1.6 Aprobación:

1.7 Línea de Investigación de la carrera: Organización y dirección de empresas

1.7.1 Código UNESCO: 5311.99, Otras emprendimiento

1.7.2 Tipo de trabajo:

a. Modelo de negocio

b. Investigación Formativa

1.8 Área de estudio: Elaboración, de proyectos

1.9 Título propuesto: ELABORACIÓN DEL PROYECTO PISO FLOTANTE EN LA
CIUDAD DE CUENCA APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES

1.10 Subtítulo:

1.11 Estado del proyecto: Nuevo

2. CONTENIDOS

2.1 Motivación de la investigación:

ESC interiores es una empresa dedicada a la importación y comercialización de materiales para acabados de la construcción. La disminución de rotación de inventarios del producto Gypsum Hidrófugo, ocasiona, lentitud en la conversión del ciclo el negocio adicional a costos exagerados en mantenimiento del inventario.

De acuerdo a la información histórica (2013-2014-2015) la empresa ESC interiores, los ingresos dependieron alrededor del 60% del producto del Gypsum Hidrófugo, desde finales de 2013 empezaron a decaer las ventas de dicho producto al punto en que sufrieron una contracción sumamente agresiva, lo que ocasionó que la empresa viva un proceso de inestabilidad, hasta que finalmente diversificó, su portafolio. Posterior a esto surge la necesidad de diversificación nuevamente en un mercado relativamente poco explorado en la industria de la construcción de viviendas donde se realizará un análisis comparativo, costo de oportunidad, rentabilidad y tomar una decisión sobre penetrar en dicho mercado con la concesión de una nueva marca en el mercado de Pisos Flotantes, por medio de la marca Fuddben.

2.2 Problemática

2.3 Pregunta de investigación:

¿Es atractivo para la empresa aperturar la línea de producto Fuddben?

(2.4) Resumen:

La empresa ESC interiores mantiene un crecimiento constante en sus ingresos durante los últimos 4 años la gerencia atribuye esta fortaleza a su constante innovación y visión de diferentes oportunidades que ofrece el mercado. El proyecto en mención tiene como objetivos elaborar y evaluar la conveniencia de diversificar el portafolio de la empresa ESC interiores para lo cual iniciaremos con un análisis prolijo las condiciones de la demanda del mercado, posterior a esto, elaborar y evaluar el proyecto con diferentes escenarios posibles aplicando un análisis de Mercado, Financiero, técnico analizando la factibilidad de la inversión.

Introducción

Capítulo 1: Fundamentos teóricos

- 1.1: Origen, Evolución, importancia de la Elaboración Proyectos Planificación estratégica
- 1.2: Etapas, componentes Elaboración evaluación de proyectos
- 1.3 Formulación del proyecto

Capítulo 2 : Análisis y levantamiento de la información estadística Mercado.

- 2.1: Demanda, oferta, precio
- 2.2: Competencia directa, competencia indirecta
- 2.3: Comercialización, distribución, políticas de cobro y pago
- 2.4. Análisis de la Competencia.

Capítulo 3: Estudio Técnico Administrativo, legal, organizativo

- 3.1: Producto
- 3.2: Organigrama, descripción de cargos,
- 3.3: Legal, Permisos, estructura administrativa.
- 3.4 Análisis de Proveedores: Costos importación

Capítulo 4: Evaluación de diferentes escenarios del proyecto

- 4.1: Proyección de estados financieros y flujo de efectivo, punto de equilibrio
- 4.2: Analizar Costo de oportunidad VAN, TIR, Costo de Capital
- 4.3: Conclusiones recomendaciones
- 4.4: Bibliografía

(2.15) Cronograma:

OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDAD	RESULTADO ESPERADO	TIEMPO (SEMANAS)
Conocer las circunstancias, incentivan a realizar una diversificación en el portafolio de la empresa	Visita in situ a diferentes clientes del portafolio de la empresa, y a los no clientes, con el ánimo de levantar al información de las principales variables que define la compra del producto, se incluye constructores Cuenca, Quito, Guayaquil, Machala	Entender de manera cuantitativa y cualitativa las variables determinantes del razón de compra del producto.	9
Identificar las oportunidades, en el mercado y las fortalezas de la organización que faciliten construir una ventaja competitiva sostenible en el tiempo	Investigar y analizar las cifras del mercado, sector industria, plantear varios escenarios con las diferentes variables de mercado	Obtener información concreta del proyecto su factibilidad, y realizar una oferta de valor a la empresa	5
Analizar la factibilidad del proyecto en la empresa ESC interiores. Retroalimentar con la gerencias las recomendaciones del Estudio	Realizar una exposición y argumentar los criterios obtenidos luego de la investigación.	En caso de que la gerencia apruebe el proyecto, se implementara el mismo y se liderara.	5
			19

(2.16) Referencias:

Córdoba Padilla, Marcial (2011)

Donald J. Trump y Robert T. Kiyosaki (2006)

Porter, Michael. (2009). Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Madrid: Pirámide

Torres Hernández, Zacarías, y Torres Martínez, Helí. (2014)

(2.17) Anexos: no es necesario

(2.18) Firmas de responsabilidad



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

Por último redactar un informe dirigido a la gerencia de la empresa con las conclusiones y recomendación para toma de decisión del proyecto

(2.5) Estado del Arte y marco teórico:

Un proyecto comprende la aplicación de conocimientos, teóricos y prácticos, los cuales tienen un objetivo, una meta, un ciclo de vida, el cual debe ser planificado, organizado dirigido y medido.

La evaluación de un proyecto vincula un gran abanico de conocimientos ligados a la administración de empresas, este hace referencia a conocimientos; está agrupado en 4 grandes grupos, los que se vinculan y alinean al momento de evaluar y gestionar un proyecto, visto desde otro punto de vista es un herramienta que alinea, vincula y empata conocimientos con el fin de llegar a un objetivo y una meta.

Toda organización si quiere ser sostenible y competitiva a lo largo del tiempo, tiene que generar barreras de entrada para su competencia, mientras más y mejor información posee sobre las condiciones del mercado y competidores mejor será la estrategia y ventaja competitiva

Estudio Técnico enfocado en materia prima, mano de obra, Gastos indirectos de fabricación, punto de equilibrio, procesos de producción, almacenamientos (Materia Prima), poder de negociación con proveedores, maquinaria y equipos, poder de negociación con cliente, cercanía de la competencia, 5 fuerzas de Porter, utilización de la planta o también llamado capacidad instalada

Estudio Administrativo Organizativo y legal, comprende el proceso administrativo, organigrama, manual de funciones, estructura organizativa, horizontal vertical, misión, visión de la empresa, ámbito legal, patentes, Marca.

Un concepto que se puede enriquecer más con lo expuesto por Torres Hernández, Zacarias, y Torres Martínez, Heli. (2014); sin embargo, la visión de Torres Hernandez, queda un corto en su enunciado sencillamente porque un proyecto es algo más profundo, compuesto, complejo, que una parte de la administración,

La administración de proyectos es una parte de la administración enfocada al desarrollo de actividades secuencialmente organizadas para la obtención de un producto, servicio o resultado. La administración de proyectos es la práctica y teoría requeridas para cumplir los objetivos y alcanzar las metas de los proyectos, visualizados por los administradores de proyectos con el propósito de generar los resultados esperados en las organizaciones a que pertenecen. Los proyectos son concebidos, planeados, ejecutados, controlados, monitoreados y cerrados durante un periodo determinado. Tienen un ciclo de vida definido, un principio y un fin. Proyectos con un balance óptimo entre su alcance, costo y tiempo.

Si bien al elaborar un proyecto no asegura conocer a ciencia cierta el resultado final de la inversión, y si se alcanzara los objetivos a corto, mediano o largo plazo, nos permite tener una carta de navegación, un norte, sobre el cual podemos identificar por diferentes herramientas cuando la organización se desvíe de su objetivo, que en conclusión nos permitirá mitigar el riesgo de que el proyecto no cumpla con su cometido así como expresa Córdoba Padilla, Marcial (2011)

"Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles"

Si relacionamos la evaluación y elaboración de proyectos están directamente vinculados con los resultados que puedan generar el proyecto, que al fin y al cabo agrupa directamente toda actividad relacionada a interacción con el entorno, es decir todos realizamos una actividad con la finalidad de lograr un resultado, u objetivo fruto de nuestras decisiones, La administración de proyectos nos enfoca hacia la planificación organización control dirección de proyectos con el ánimo de alinear los resultados esperados, con los resultados reales de esta manera aspiramos tener un mayor nivel de certidumbre sobre nuestras expectativas



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

Es por esto que nuestras decisiones marcaron nuestro futuro, tal como lo indican Donald J.

Trump y Robert T. Kiyosaki (2006)

“Los ricos son cada vez más ricos, pero, ¿qué hay de ti? La clase media está desapareciendo, y una clase media en reducción es una amenaza para la estabilidad de Estados Unidos y para la democracia en el mundo. Queremos que seas rico para que seas parte de la solución y no parte del problema.

En Conclusión si se puede dar un concepto macro de la gestión de proyectos, se dice que es la esencia de la administración de empresa, puesto que vincula, agrupa todos los conocimientos de las diferentes áreas de la administración de empresas

(2.6) Hipótesis:

(2.7) Objetivo general:

Elaborar el proyecto Piso Flotante Cuenca aplicado a la empresa ESC interiores

(2.8) Objetivos específicos:

- Conocer las circunstancias, que incentivan a realizar una diversificación en el portafolio de la empresa
- Identificar las oportunidades, en el mercado y las fortalezas de la organización que faciliten construir una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.
- Analizar la factibilidad del proyecto en la empresa ESC interiores. Retroalimentar con la gerencias las recomendaciones del Estudio

(2.9) Metodología:

La presente investigación tendrá un enfoque tanto cualitativo de revisión y análisis como cuantitativo mediante el levantamiento de estadística de industria donde se enfocará nuestro análisis en industria de la construcción acabados de construcción residencial portafolio, se medirá tamaño de mercado, comportamiento de la industria en últimos años, en el tema cualitativo revisaremos términos y condiciones de oferta de la competencia; se levantará la información de principales competidores de la industria. Se utilizara las técnicas de investigación que se detallan:

- Entrevista: Se realizarán con el Gerente de la empresa, especialistas de la industria
- Análisis estadístico Cifras de colocación a cierre de un período mensual y últimos períodos anuales para realizar el análisis estadístico y comparativo con la industria
- Focus group: con el equipo comercial de la empresa

(2.10) Alcances y resultados esperados:

Con esta investigación se espera obtener mediante la evaluación de diferentes escenarios del proyecto medir la rentabilidad, oportunidades de mercado, análisis de sensibilidad, costo de oportunidad, costo beneficio y posterior recomendación para toma de decisión de la gerencia de la empresa con respecto al producto Fuddben

(2.11) Supuestos y riesgos:

Ninguno

(2.12) Presupuesto:

<u>RUBRO- DENOMINACION</u>	<u>COSTOS USD</u> <u>(DETALLE)</u>	<u>JUSTIFICACION</u>
Acercamiento a Constructoras, especialistas del sector, lobbying	\$ 200,00	Se planean grupos focales realizar levantamiento de información, con expertos la industria y no clientes potenciales
Hojas, copias, impresiones, útiles de oficina	\$ 90,00	Para sentar por escrito toda la investigación
Computadora actual, investigaciones en línea	\$20,00	Investigar en bibliotecas virtuales o descarga de bibliografía
TOTAL PRESUPUESTO	\$310,00	

2.13 Financiamiento: Financiado por ESC interiores

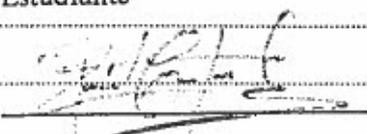
(2.14) Esquema tentativo:



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

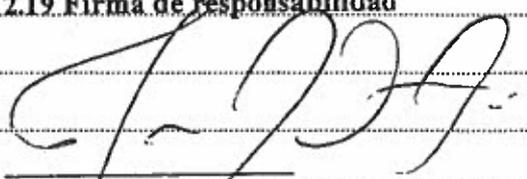

Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso

Estudiante


Cerda Fuertes Paul Andres

Estudiante

2.19 Firma de responsabilidad


Ing. Marco Piedra.

Director Sugerido

2.20 Fecha de entrega

Cuenca 20/07/2017



Lugar de Almacenamiento
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención
5 años

Disposición Final
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 27 de Junio de 2017

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De nuestra consideración,

Estimado Señor Decano, nosotros **Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso** con C.I. **0105502306**, código estudiantil **50534** y **Paul Andres Cerda Fuertes** con C.I. **1718537556**, código estudiantil **50185**; estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas, solicitamos muy comedidamente a usted la aprobación del protocolo de trabajo de titulación con el tema **"ELABORACIÓN DEL PROYECTO FUDDBEN APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES"** previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial para lo cual adjunto la documentación respectiva.

Por la favorable acogida que brinde a la presente, anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente:

Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso

Paúl Andres Cerda Fuertes

Estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRETARIA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINSTRACION DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, el Señor Paúl Andrés Cerda Fuertes registrado con el código 50185 perteneciente a
la escuela de Administración de Empresas, egresó de la Facultad el día 06 de Junio de
2017.

Cuenca, 14 de Junio de 2017

Derecho No 119110

vcf.-



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRETARIA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINSTRACION DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, el Señor Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso registrado con el código 50534
perteneciente a la escuela de Administración de Empresas, egresó de la Facultad el día 29
de Julio de 2017.

Cuenca, 04 de Septiembre de 2017

SECRETARIA
DE
ADMINISTRACION

Derecho No. 123899

vcf.-

Cuenca, 09 de Junio de 2017

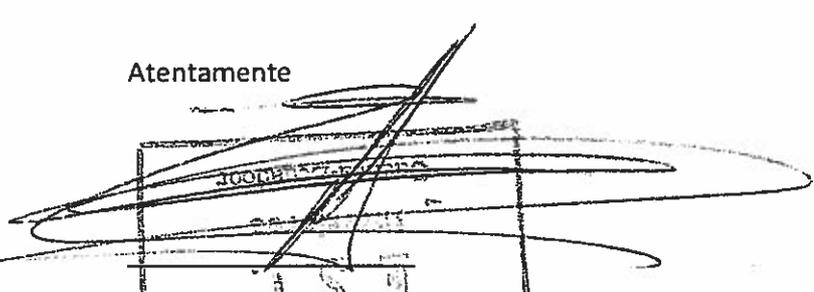
Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Respetado Ingeniero,

Yo Edmundo Serrano Carrion, Gerente General de la empresa ESC interiores , autorizo a los estudiante/s **Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso, Paul Andres Cerda Fuertes** de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay, a realizar su trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero/a Comercial en la empresa, misma que ayudará al/los estudiante/s proporcionándole los documentos e información requerida para el desarrollo de su trabajo.

Sin otro particular me suscribo,

Atentamente



Ing. Edmundo Serrano Carrion

Gerente General

Cuenca, 07 de JUNIO de 2017

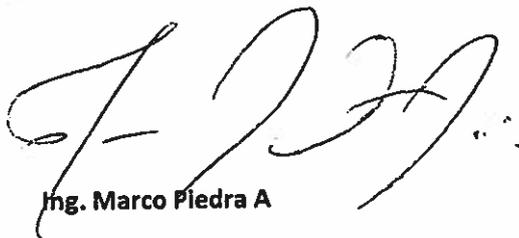
Ing. Oswaldo Merchán Manzano

Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración

Ciudad

Por medio del presente informo que he aceptado la dirección del trabajo de titulación presentado por las estudiantes: BERNARDO GABRIEL SERRANO VALDIVIESO y PAUL ANDRES CERDA FUERTES, con su trabajo de titulación denominado **ELABORACION DEL PROYECTO FUDDBEN APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES**. Adicionalmente informo que he revisado el diseño, y que este cumple con los requerimientos establecidos por la Universidad y esta Facultad.

Atentamente,



Ing. Marco Piedra A

Docente



Lugar de Almacenamiento
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención
5 años

Disposición Final
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 20 de Junio de 2017

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo, Nombres y Apellidos completos del director (usar negrita) informo que he revisado el protocolo de trabajo de titulación elaborado previo a la obtención del título de Ingeniero(o/a) Comercial denominado, "ELABORACIÓN DEL PROYECTO FUDBEN APLICADO A LA EMPRESA ESC INTERIORES ", realizado por el/los estudiante/s **Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso**, con código estudiantil 50534 y **Paul Andres Cerda Fuertes**, con código estudiantil 50185, protocolo que a mi criterio, cumple con los lineamientos y requerimientos establecidos por la carrera.

Por lo expuesto, me permito sugerir que sea considerado para la revisión y sustentación del mismo,

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente



Marco Piedra A.



**DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRETARIA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINSTRACION DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.**

CERTIFICA:

Que, el Señor **Bernardo Gabriel Serrano Valdivieso** registrado con el código **50534** perteneciente a la escuela de Administración de Empresas, egresó de la Facultad el día **29** de Julio de 2017.

Cuenca, 04 de Septiembre de 2017

FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

Derecho No. 123899
v.f.-