

REPÚBLICA DEL ECUADOR
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
“EL PACÍFICO”



TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE CAJAS DE HERRAMIENTAS PARA EL
HOGAR, CANTON BOLIVAR, PROVINCIA DE MANABÍ”**

AUTORA:

VIVIANA ESTEFANIA FAUBLA SABANDO

DIRECTOR:

ING. IVAN CEVALLOS PINARGOTE

QUITO – ECUADOR

NOVIEMBRE 2023

DECLARACIÓN

Yo, Viviana Estefanía Faubla Sabando declaro que el presente trabajo es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. El Instituto Superior Tecnológico “El Pacífico”, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Firma

C.I.: 1312802828

CERTIFICACIÓN

El director del Trabajo de Titulación, luego de revisar las sugerencias y correcciones planteadas a la Señorita:

Con el Tema:

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE CAJAS DE HERRAMIENTAS PARA EL
HOGAR, CANTON BOLIVAR, PROVINCIA DE MANABÍ"**

Luego de haber cumplido con todas las etapas del trabajo de graduación, el proceso investigativo realizado científicamente. Declaro apto al presente trabajo para la presentación a la defensa final.

DMQ a los 10 días del mes de noviembre del 2023

Director

ING. IVAN CEVALLOS PINARGOTE

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación está dedicado a mi hija Fiorella porque es la razón de mi vida, porque ha fomentado en mí el deseo de superación y de triunfo, a mi pareja que ha sido el impulso en cada paso que doy, su apoyo incondicional, su paciencia y a mis madres porque todo lo soy es gracias a ellas.

Viviana

AGRADECIMIENTO

Agradezco a el Instituto el Pacifico por haberme abierto las puertas para formarme profesionalmente, mis profesores por sus diferentes formas de enseñar, quienes me incentivaron en muchos sentidos a seguir adelante y sin su apoyo esto no hubiera sido posible. Y a todas aquellas personas que siempre estuvieron a mi lado en las buenas y en las malas apoyándome.

Viviana

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
1.1 Identificación del problema y formulación del problema.	2
1.2 Identificación del problema.....	2
1.3 Formulación del problema.	5
1.4 Justificación.....	5
1.5 Objetivos General y Específicos	5
1.5.1 Objetivo general.....	5
1.5.2 Objetivos específicos	6
1.6 Factibilidad.....	7
1.7 Métodos de Investigación	7
1.7.1 Resultados cuantitativos.....	8
1.7.2 Resultados cualitativos.....	8
1.7.3 Variables.	10
1.7.3.1 Independiente	10
1.7.3.2 Dependiente.....	10
CAPÍTULO II	12
MARCO TEÓRICO.....	12
2.1 Antecedentes	12
2.2 Fundamentación legal	17
2.3 Fundamentación conceptual.....	18
2.3.1 Objetivo de la investigación.....	18
2.3.2 Definición del mercado potencial.	18
2.4 GLOSARIO:	18
2.4.1 Objetivo.....	18
2.4.2 Muestra.....	19
2.4.3 Fuentes de información.....	19
2.4.4 El entorno empresarial.	19
2.4.5 El mercado y sus componentes.	19
2.4.7 Estudio organizacional.	20
2.4.8 Misión, Visión, Principios y Valores empresariales.	20

2.4.9 Organigramas estructural y funcional.	20
2.4.10 Cadena de valor.....	21
2.4.11 Tipos de empresas: de producción, de servicios, comerciales, etc. ...	22
2.4.12 Capacidad productiva.....	22
2.4.13 Investigación de mercado.....	23
2.4.14 Marketing.	23
2.4.15 Estudio técnico.	23
2.4.16 Flujograma general.....	23
2.4.17 Estudio financiero.	24
2.4.18 Costos, gastos e ingresos.....	24
2.4.19 Rentabilidad.	25
2.4.20 Punto de equilibrio.	25
2.4.21 TMAR, VAN, TIR Y PRI.	25
2.4.22 Relación costo beneficio.	26
2.4.23 Estudio Administrativo y Legal.	26
2.4.25 Estudio de mercado.....	26
2.5 Análisis General del proyecto, relación con el mercado y fuente de investigación	27
2.5.1 Muestreo.....	27
2.5.2 Encuesta a Consumidores	28
2.5.3 Cálculo de la muestra para la investigación de mercado	29
2.5.4 Mercado objetivo del plan de negocios.....	30
2.5.5 Procesamiento de datos y análisis de las encuestas	30
2.6 Estudio de Mercado.....	42
2.6.1 Oferta actual	42
2.6.2 Oferta Futura	43
2.6.3 Precios de la competencia	44
2.6.4 Demanda	44
2.6.6 Demanda Insatisfecha	47
2.7 Plan de marketing.....	48
2.7.1 Estrategia general de marketing	48
2.7.2 Estrategia de Diferenciación	48
2.7.3 Estrategia de posicionamiento.....	49
2.7.4 Estrategia de producto.....	50

2.7.4.1 Imagen: LOGOTIPO.....	50
2.7.4.2 SLOGAN.....	51
2.7.5 Política de precio.....	51
2.7.6 Táctica de ventas.....	51
2.7.7 Política de servicio al cliente.....	51
2.7.8 Promoción de ventas	52
2.7.9 Publicidad.....	52
2.7.10 Distribución.....	52
2.7.11 Matriz del plan de marketing	53
2.8 Presupuesto de Publicidad.....	53
3.1 Localización.....	54
3.1.1 Macro localización.....	54
3.1.2 Micro localización.....	55
3.2 Conformación de la Empresa	57
3.2.1 Trámites para la conformación de una Empresa	57
3.2.1.1 RUC.....	57
3.2.1.2 Régimen Legal	57
3.3 Misión	58
3.4 Visión.....	59
3.5 Valores	60
3.5.1 Pasión	60
3.5.2 Seriedad.....	60
3.5.3 Honestidad.....	60
3.5.4 Calidad	60
3.5.5 Trabajo en equipo en solución de problemas.....	60
3.5.6 Integridad en la gestión	60
3.6 Organigramas de la Empresa	61
3.6.1 Organigrama Funcional TOOLS HOME	61
3.6.2 Organigrama estructural de la empresa TOOLS HOME	61
3.7 Infraestructura Física.....	62
3.7.1 Distribución de planta de TOOLS HOME.....	62
3.8 Descripción de perfiles y funciones del personal.....	63
3.9 Presupuesto de Costos y Gastos	67
3.9.1 Remuneraciones	67

3.9.2 Gastos de mantenimiento, suministro y otros	68
3.9.3 Activos fijos y Depreciación.....	69
3.9.4 Gastos servicios básicos.....	70
3.10 Cadena de valor	72
CAPITULO IV.....	73
ANÁLISIS FINANCIERO	73
4.1 Factibilidad Económica y Financiera.....	73
4.1.1 Inversión.....	73
4.1.2 Activos Diferidos	74
4.2 Capital de Operación.....	75
4.3 Resumen de la Inversión.	75
4.4 Financiamiento.....	76
4.5 Programa de Producción	78
4.6 Costos de Materias Primas y Materiales por Unidad	80
4.7 Presupuesto de Costos.....	81
4.8 Presupuesto de Ingresos	82
4.9 Evaluación del Proyecto.....	83
4.10 Calculo del Van, Tir, Pri	84
4.10.1 Periodo de Recuperación de la inversión	85
4.11 Punto de Equilibrio	86
4.11.1 Costos Fijos y Variables.....	86
4.11.2 Punto de Equilibrio Económico y Productivo.....	88
4.11.3 Gráfico del punto de Equilibrio.....	88
CAPITULO V	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	90
5.1 Conclusiones	90
5.2 Recomendaciones.....	91
Bibliografía	92
Linkografía.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz De Pertinencia.....	6
Tabla 3 Cálculo de la Muestra de Mercado	29
Tabla 4 - Sexo	32
Tabla 5- Edad	33
Tabla 6 - Utiliza herramientas básicas en su hogar	34
Tabla 7 ¿Con que frecuencia utiliza herramientas en su hogar?	35
Tabla 8 - ¿Cree Usted Que Es Conveniente.....	36
Tabla 9 ¿Qué tipo de herramientas utiliza con mayor frecuencia?	37
Tabla 10 ¿Qué características considera más importante al elegir	38
Tabla 11 ¿Estaría interesado en una aja De Herramientas.....	39
Tabla 12 ¿Dónde compraría una caja de herramientas y accesorios?	40
Tabla 13 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de herramient	41
Tabla 14 Oferta de maletas o cajas de herramientas (2023)	42
Tabla 15 Oferta de cajas o maletas de herramientas para hogares	43
Tabla 16 Precio de Caja o Maleta de Herramientas básicas.....	44
Tabla 17 Demanda de cajas de herramientas	45
Tabla 18 Demanda proyectada de cajas de Herramientas.....	46
Tabla 19 Balance de Oferta Aumentada.....	47
Tabla 20 Diferenciación del producto/servicio	49
Tabla 21 Matriz Plan de Marketing	53
Tabla 22 Características del Lugar	57
Tabla 23 Misión	58
Tabla 24 Visión.....	59
Tabla 25 Tabla Gerente Administrativo	64
Tabla 26 Jefe de elaboración.....	65
Tabla 27 Vendedor	66
Tabla 28 Contador	66
Tabla 29 Rol de pagos Administrativo	67
Tabla 30 Rol de pagos de personal de Ventas	67
Tabla 31 Rol de pagos de Producción	67
Tabla 32 Gastos de mantenimiento, suministro y otros	68
Tabla 33 Equipos, vehículo, muebles, equipos electrónicos y otros	69
Tabla 34 Desglose Equipo y maquinaria	70
Tabla 35 Servicios básicos.....	70
Tabla 36 Arriendo	71
Tabla 37 Activos Fijos	73
Tabla 38 Activos Diferidos.....	74
Tabla 39 Capital de Operación	75
Tabla 40 Resumen de Inversión.....	75
Tabla 41 Financiamiento.....	76
Tabla 42 Costo Financiero y Anualidades	77

Tabla 43	Programa de producción.....	78
Tabla 44	Costo de Materiales	80
Tabla 45	Materias Primas Y Materiales Por Unidad	80
Tabla 46	Presupuesto de Costos	81
Tabla 47	Presupuesto de Ingresos	82
Tabla 48	Estado de Pérdidas y Ganancias	83
Tabla 49	Cálculo del Van, Tir y Pri.....	84
Tabla 50	Costos Fijos y Variables	86
Tabla 51	Punto de Equilibrio Económico y Productivo	88

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	Árbol Causa efecto	2
Ilustración 2	Herramientas	16
Ilustración 3	Caja con sus herramientas	16
Ilustración 4	Organigrama Estructural	20
Ilustración 5	Organigrama Funcional.....	21
Ilustración 6	Cadena de Valor	22
Ilustración 7	Diagrama De Flujo	24
Ilustración 8	Mercado.....	27
Ilustración 9	Tipos de muestreo	28
Ilustración 10	Sexo	32
Ilustración 11	Edad	33
Ilustración 12	Utiliza herramientas básicas en su hogar.....	34
Ilustración 13	¿Con que frecuencia utiliza herramientas en su hogar?..	35
Ilustración 14	¿Cree Usted Que Es Conveniente Que Las Herramient	36
Ilustración 15	¿Qué tipo de herramientas utiliza con mayor frecuencia.	37
Ilustración 16	¿Qué Características Considera Más Importante Al Elegir Una Maleta, Mochila O Caja De Herramientas	38
Ilustración 17	¿Estaría Interesado En Una Caja De Herramientas	39
Ilustración 18	¿Dónde compraría una caja de herramientas y accesorio	40
Ilustración 19	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de her	41
Ilustración 20	Oferta De Maletas o Cajas De Herramientas	42
Ilustración 21	Gráfico de crecimiento de la Oferta de cajas o maletas ..	43
Ilustración 22	Gráfico de Precio De Caja O Maleta De Herramientas ...	44
Ilustración 23	Gráfico de Demanda de cajas de herramientas	45
Ilustración 24	Gráfico de Demanda proyectada de cajas	46
Ilustración 25	Gráfico de Balance de Oferta Aumentada.....	47
Ilustración 26	Logo.....	50
Ilustración 27	Distribución	52
Ilustración 28	Mapa de Ubicación del cantón Bolívar en Manabí	55
Ilustración 29	Micro localización.....	56
Ilustración 30	Organigrama funcional de la empresa TOOLS HOME	61

Ilustración 31	Organigrama estructural de la empresa TOOLS HOME..	61
Ilustración 32	Distribución de la empresa TOOLS HOME	63
Ilustración 33	Cadena de Valor	72
Ilustración 34	Resumen de la inversión.....	76
Ilustración 35	Financiamiento.....	77
Ilustración 36	Intereses por pagar	78
Ilustración 37	Programa de Producción	79
Ilustración 38	Presupuesto de Ingresos	82
Ilustración 39	Estado de pérdidas y ganancias	84
Ilustración 40	Gráfico de la TIR.....	85
Ilustración 41	Costos Fijos y Variables año 1.....	87
Ilustración 42	Punto de Equilibrio.....	88

INTRODUCCIÓN

En el campo de la construcción, es muy común ver una diversidad de herramientas usados por ingenieros civiles, arquitectos y albañiles. De ahí nace la idea de realizar un plan de negocios orientado a una empresa comercializadora de cajas de herramientas en el cantón Calceta en la provincia de Manabí

El presente estudio tiene como estructura 5 capítulos anexos y bibliografía.

Así, en el primer capítulo se detallan identificación y formulación del problema que incluye justificación, objetivos generales y específicos, factibilidad, metodología, variables y cronogramas de actividades

Luego el segundo capítulo contiene el marco teórico, conceptual y legal con la finalidad de fundamentar el plan de negocio con informaciones relevantes y confiables relacionadas con los objetivos

El tercer capítulo comprende y describe la ingeniería del proyecto, su localización y conformación de la empresa, misión, visión, valores, organigramas, infraestructura perfiles del personal, presupuesto y cadena de valor

En el cuarto capítulo, se desarrolló el análisis financiero del plan de negocios, se presenta la correspondiente evaluación para determinar la factibilidad económica y financiera

Por último, en el quinto capítulo se detallan las conclusiones y recomendaciones del proyecto

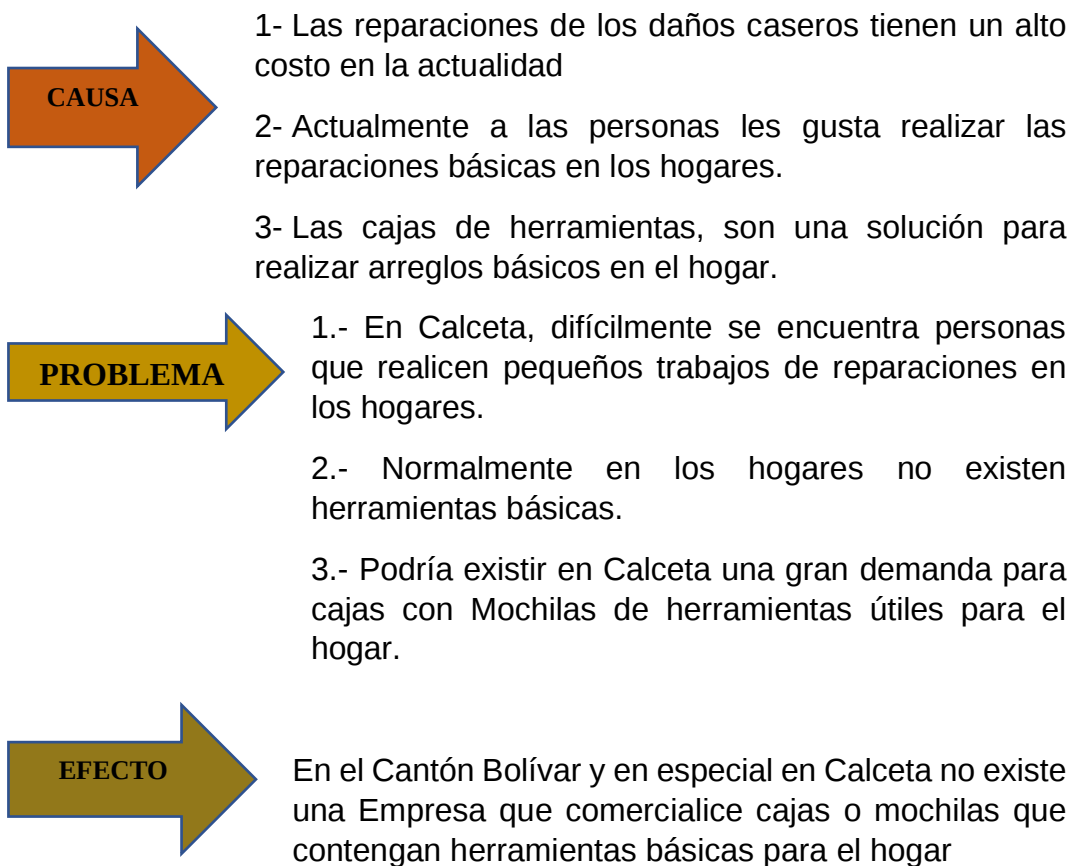
CAPÍTULO I

1.1 Identificación del problema y formulación del problema.

1.2 Identificación del problema

Ilustración 1

Árbol Causa efecto



Fuente: investigación directa

Elaboración: Viviana Faubla

Hoy día en que la tecnología abarca todos los espacios de producción, se debe hacer una pregunta: ¿Qué hacer con las herramientas manuales? ¿Han quedado en la historia? ¿Qué beneficios nos pueden aportar?

En las siguientes líneas, se contestarán todas esas interrogantes y otros aspectos importantes sobre estos utensilios de trabajos.

Lo primero que se tiene que mencionar es que las herramientas manuales forman parte de la tecnología y de sus avances con el pasar del tiempo. Las herramientas manuales se han utilizado prácticamente desde la existencia del hombre. Sin embargo, fue en el siglo XIX cuando obtienen un salto significativo, a propósito de las mejoras de los materiales con lo que se fabricaban.

¿Qué son las herramientas manuales?

Son aquellos instrumentos de uso manual con los cuales se pueden desarrollar, diversas actividades de trabajo en el campo industrial, así como en el hogar.

Este tipo de utensilios requieren la mano del hombre para implementar su funcionamiento. Aunque hay algunos de ellos que utilizan la corriente eléctrica; sigue siendo indispensable la presencia humana para su ejecución, por ejemplo: El taladro.

Las herramientas manuales ante la tecnología automatizada

Es posible que se llegue a creer que, con las nuevas innovaciones tecnológicas, hablar de las herramientas manuales es cosa del pasado, pero esto está muy lejos de la realidad. Evidentemente, muchos aspectos de los procesos industriales se han mejorado con la tecnología automatizada. No obstante, las herramientas manuales siguen jugando un papel fundamental en el desarrollo de las actividades, sobre todo en aquellos casos de difícil acceso. En hogares, trabajos subterráneos, talleres mecánicos, construcciones, etcétera.

Con relación al hogar, siguen manteniendo su rol de acompañar al hombre en las labores cotidianas que requieran su funcionalidad.

Tipos de herramientas manuales

Los instrumentos de trabajo manual se clasifican según su fabricación y utilidad. En este sentido, empezaremos a describir las de su fabricación.

Herramientas manuales mecánicas: Son aquellas que por lo general están fabricadas en metal o acero inoxidable y no utilizan de corriente eléctrica para su funcionamiento. En el mercado existe gran variedad de herramientas en esta categoría, por lo que mencionaremos las más comunes en utilidad: Alicates, martillo, serrucho, llave inglesa, tijera, mazo, tornillo, entre otros.

Herramientas manuales eléctricas: Son aquellos donde la energía eléctrica y la mano de obra se relacionan para el desarrollo de su funcionamiento. En este tipo de herramientas, los dos elementos mencionados son necesarios para poder ejecutar el instrumento, algunos ejemplos son: Cortador eléctrico, taladro, sobre carga, vibraciones, sierras eléctricas, entre otros.

Es importante destacar que estas herramientas manuales eléctricas pueden usar metales, plástico, o acero inoxidable.

Características de las herramientas manuales

Son compatibles técnicamente con varias actividades de trabajo

En su mayoría están compuestas por materiales resistibles como el hierro, aunque podemos encontrar en el mercado utensilios de acero en combinación con el plástico

Las herramientas manuales no necesitan automatización para funcionar, pero las del tipo eléctrica sí ameritan de la energía para su desarrollo

Generalmente son fáciles de manipular

El funcionamiento es sencillo y no requieren de estudios específicos para su implementación.

Herramientas manuales y sus medidas de seguridad

Como ya se mencionó, cuando se habló de su clasificación, cada herramienta manual tiene una función de utilidad y de acuerdo a ese principio se deben tomar ciertas medidas de seguridad para realizar los trabajos sin correr ningún riesgo.

Se debe considerar la vestimenta como guantes, bragas, tapabocas y mascarillas para los ojos, de esta manera contribuimos a evitar pequeños accidentes que podrían convertirse en un suceso lamentable.

1.3 Formulación del problema.

Con la intención de cubrir una probable demanda de cajas de herramientas básicas para el hogar, en el Cantón Bolívar, Provincia de Manabí, se hace necesario la implementación de un negocio que seleccione, adquiera y empaque en caja, funda o mochila herramientas de alta calidad y las comercialice.

1.4 Justificación

La puesta en marcha de un negocio que comercialice herramientas que se encuentran distribuidas en una caja o en una mochila listo para ser usados fundamentalmente en los hogares, nace la necesidad de satisfacer un Mercado poco explotado en la ciudad de Calceta, cabecera del Cantón Bolívar. Mediante la ejecución de este negocio se apoyará al desarrollo económico y social del Cantón Bolívar, pues se crearán fuentes de trabajo directas e indirectas, garantizando productos de alta calidad a precios razonables.

1.5 Objetivos General y Específicos

1.5.1 Objetivo general

Realizar un plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora de mochilas con herramientas básicas para el hogar, en la Ciudad de Calceta Provincia de Manabí.

Tabla 1 Matriz De Pertinencia

TEMA	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	CÓDIGO	ZONA DE IMPACTO
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACION DE CAJAS DE HERRAMIENTAS PARA HOGARES, EN CALCETA, PROVINCIA DE MANABI	Comercialización.	El código orgánico de la producción, comercio e inversiones en su artículo 4. Literal e, dice: que la legislación tiene como fin generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores.	Calceta, Bolivar, Manabí Zona 4

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

1.5.2 Objetivos específicos

- Estimar la demanda insatisfecha
- Ejecutar un Plan total de marketing
- Proponer la estructura organizacional y la filosofía empresarial
- Establecer las inversiones y su financiamiento
- Calcular la utilidad neta del proyecto
- Realizar la evaluación financiera, económica social.

1.6 Factibilidad.

La ejecución de este plan de negocios se hace factible se cuenta con las respectivas facilidades para realizar la investigación bibliográfica como de campo, la ejecución de encuestas de mercado, para asistencia técnica o asesoría de especialistas, y con conocimientos en áreas de matemáticas, estadísticas, investigación, contabilidad, economía, presupuesto, emprendimiento, proyectos, entre otras disciplinas recibidas en la carrera de administración, en el Instituto Superior Tecnológico EL PACIFICO.

1.7 Métodos de Investigación

Los métodos de investigación nos permiten obtener los datos que serán la base para el análisis, diseño, gestión e implementación de proyectos.

Hay muchas maneras de investigar y utilizar las diferentes técnicas y herramientas de investigación para obtener nuevos conocimientos sobre una realidad o situación que den nuevas perspectivas y refuercen o descarten hipótesis planteadas.

Investigar es averiguar, indagar y analizar para conocer algo que desconocemos.

Sea cual sea la técnica de investigación que se utilice, quien quiere investigar ha de trabajar en su capacidad de observar, seleccionar, razonar y sacar conclusiones.

Hay muchas formas de agrupar las técnicas de investigación: por sus resultados, por su costo, por el lugar en que se desarrollan o por sus procesos.

La clasificación más común de las técnicas de investigación las divide en dos grandes grupos teniendo en cuenta el tipo de resultados que se busca encontrar: cuantitativos o cualitativos.

1.7.1 Resultados cuantitativos

Los resultados cuantitativos son datos que se pueden transformar en números. para poder comparar los resultados o conocer las relaciones de causalidad entre las distintas variables que se analizan.

1.7.2 Resultados cualitativos

Los resultados cualitativos dependen del contexto y se utilizan para estudiar características y cualidades de actividades, grupos, situaciones u otros asuntos que en general se expresan en palabras y no en números.

La clasificación que se presenta a continuación tiene más que ver con los procesos de recopilación y análisis de la información y resulta práctica, pues permite contemplar diferentes variantes y niveles de cuantificación y cualificación en las investigaciones.

- Observación

Observar es dar una dirección intencionada a nuestra mirada para identificar elementos que den luz a la comprensión de las cosas que se estudian y las situaciones que se analizan para descubrir lo que se busca o se investiga. en aquello que se investiga.

La técnica de observación implica contemplar con atención un fenómeno, un hecho, un caso, un lugar, una persona, una comunidad o una conducta, para tomar y registrar información de forma más o menos sistemática de manera que podamos sacar conclusiones.

La técnica de observación tiene variantes relacionadas con quién investiga, a quién investiga, cómo participa, cómo interviene, dónde investiga, y cómo investiga.

En este estudio, se aplicará la observación, en el análisis de la competencia y el comportamiento de los clientes potenciales.

- Investigación documental o bibliográfica

La investigación documental o bibliográfica es una técnica cualitativa a través de la cual se explora lo que se ha escrito antes acerca un

determinado tema. Tiene varias ventajas entre las que están el ahorrar tiempo y esfuerzo, permitir sustentar un trabajo de forma teórica y ayudar a conocer lo que investigaron o interpretaron otras personas para confirmar o refutar sus conclusiones.

La investigación documental puede ser tan superficial o profunda como se decida. Lo más importante es asegurar que lo que se lea tenga un buen sustento para no repetir asuntos que no están respaldados y mucho menos basar decisiones en ellos.

Para el desarrollo de este trabajo, se utilizará catálogos, cotizaciones y libros, revistas y artículos, referentes a herramientas, su uso y riesgos.

-Entrevistas

La entrevista es una de las técnicas más antiguas y utilizadas para obtener datos en los estudios cualitativos relacionados con las percepciones de las personas.

Significa obtener datos a partir de una conversación más o menos estructurada entre un entrevistador y un entrevistado.

La técnica de entrevista cara a cara aún se utiliza para algunas investigaciones, principalmente cuando se busca entrevistar a las personas en un espacio determinado o cuando se espera conocer reacciones gestuales o corporales para conocer mejor los significados de sus reacciones y profundizar en sus respuestas.

En el desarrollo de este plan de negocios, se necesitará entrevistar a importadores y dueños de ferreterías, que conocen del negocio de las herramientas. Ellos pueden asesorar en cantidad, calidad y que tipo de herramientas deben ir en una caja de herramientas para hogares.

-Grupos de enfoque

Los grupos de enfoque permiten profundizar en la comprensión del imaginario de los participantes: sus necesidades, sus deseos, sus gustos en relación con el proyecto y el entorno.

Consiste en abrir un espacio de opinión sobre temas determinados donde los informantes se expresen individualmente y generen una voz colectiva en la que se identifiquen consensos y disensos sobre el tema estudiado.

Implica reunir a un grupo de personas que inciden en el desarrollo del proyecto, estratégicamente seleccionadas para que den sus opiniones en el curso de discusiones abiertas y espontáneas aplicando un enfoque no directivo.

Se reunirán a jefes y jefas de hogar, que opinen alrededor de las situaciones, que tienen en los hogares de daños, averías o desperfectos básicos de muebles, paredes, grifería y enseres del hogar.

-Estudios de caso

Los estudios de caso se llevan a cabo a partir de una persona, una organización, una localidad o comunidad específica para buscar una representación profunda y exacta de un tipo de individuo estudiado para lograr una comprensión detallada en la que se identifica cómo funcionan diversos factores en lo particular y como influyen en el sistema en su conjunto.

Esta técnica ha sido utilizada por mucho tiempo en la psicología para los casos complejos que requieren tratamiento especial y actualmente se utiliza cada vez con más frecuencia en el ámbito de los negocios y la sociología para identificar factores comunes de comportamiento, éxito o fracaso.

1.7.3 Variables.

1.7.3.1 Independiente

Empresa comercializadora de cajas o mochilas de herramientas para el hogar.

1.7.3.2 Dependiente

- Descripción del producto que se va a comercializar
- Estructuras orgánicas y funcional de la empresa
- Análisis de proceso productivo

- Determinación de los canales de distribución
- Análisis de costo, gastos e ingresos
- Cálculo del financiamiento del negocio
- Incidencia de los rubros del costo en el costo unitario
- Análisis de la utilidad neta del proyecto para cinco años
- Rendimiento financiero del negocio mediante el valor actual neto, tasa interna del financiero y periodo de recuperación de la inversión.
- Evaluación económica a través del punto de equilibrio

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Es un componente crítico de cualquier proyecto o estudio de investigación. “Proporciona contexto y justificación para la investigación al describir el conocimiento existente, las ausencias en ese conocimiento y la justificación para realizar la investigación”. (Bernal, 2010).

Una caja de herramientas es un artículo esencial para diversas actividades, pues proporciona una forma rápida y organizada de almacenar y acceder a soluciones. Tanto si se es un constructor profesional, carpintero, electricista o simplemente alguien a quien le gusta arreglar cosas dentro del hogar, tener una caja de herramientas puede marcar la diferencia. Es importante decir que, existen diversos tipos de cajas de herramientas y se darán algunos consejos sobre qué características se deben considerar a la hora de elegir uno de estos objetos. Por último, se hablará de accidentes producidos por el mal uso de herramientas y de cómo evitarlos.

Una caja de herramientas es una caja o contenedor de diversas herramientas y suministros que se utilizan para una tarea específica. Suele estar hecha de metal, plástico o madera o tela y puede incluir cualquier cantidad de artículos, como destornilladores, alicates, martillos, llaves inglesas, sierras, brocas, hojas de herramientas y otros utensilios cortantes.

La caja de herramientas es esencial para cualquier persona que trabaje reparando vehículos, que haga reparaciones en casa o construya cosas, pues permite tener todas las herramientas organizadas y en el mismo sitio.

Al adquirir una caja de herramientas, es importante asegurarse de que está bien surtida y organizada con los artículos adecuados para poder abordar con eficacia cualquier trabajo.

Para asegurarse de que la caja de herramientas para el hogar tiene todo lo que necesita, aquí se establece algunos de los artículos más comunes que debe incluir:

Martillo

Imprescindible en cualquier caja de herramientas, pues un martillo es ideal para clavar clavos y tachuelas, entre otros objetos. Los martillos también pueden emplearse para separar o desarmar objetos cuando sea necesario.

Destornilladores y puntas

Imprescindibles en cualquier proyecto de bricolaje. Los destornilladores vienen en muchas formas y tamaños que son muy importantes en una caja de herramientas. Una variedad de puntas también es esencial para asegurarse de que puede abordar cualquier trabajo, incluidas las de cabeza en cruz y plana.

Llaves inglesas

Las llaves inglesas son perfectas para apretar o aflojar tuercas y tornillos. Los juegos de llaves vienen en medidas métricas e imperiales, así que, es relevante asegurarse de elegir el adecuado para cubrir todas sus necesidades.

Alicates

Los alicates son ideales para agarrar y girar, así como para cortar alambres u otros materiales finos que requieren de un agarre duro y delicado a la vez. Tener un par de alicates en una caja de herramientas facilita cualquier trabajo de este tipo.

Taladros y brocas

Un taladro es imprescindible en cualquier caja de herramientas, y es esencial contar con las brocas adecuadas. Por fortuna, en la actualidad se puede elegir entre una variedad de tamaños y tipos para cualquier tipo de proyecto.

Aunque existen innumerables cajas de herramientas en el mercado, hay algunas que destacan por ser las más populares y utilizadas. Echemos un vistazo a los cuatro tipos más comunes de cajas de herramientas y lo que pueden hacer para ayudarle a organizar sus herramientas.

Es probablemente el tipo de caja de herramientas más reconocible.

Son ideales para guardar herramientas manuales más pequeñas, como destornilladores, alicates y llaves. Estas cajas de herramientas suelen venir con bandejas extraíbles que pueden usarse para organizar el contenido.

Caja de herramientas rodante

Son ideales para quienes tienen muchas herramientas o necesitan movilidad para trabajar en varios lugares. Las cajas de herramientas rodantes vienen equipadas con cajones y estantes, lo que las hace ideales para organizar objetos grandes y mantener las herramientas de uso frecuente al alcance de la mano. Algunas también incorporan tomas de corriente para facilitar las reparaciones in situ.

Caja de herramientas voladiza

Este tipo de caja de herramientas cuenta con una tapa abatible con varios niveles que pueden abrirse de forma independiente para una accesibilidad óptima y una mayor seguridad. Las cajas de herramientas voladizas son ideales para guardar herramientas manuales y eléctricas de gran tamaño.

Caja de herramientas portátil

Es la más adecuada para quienes necesitan transportar sus herramientas de un lugar de trabajo a otro. Suelen estar fabricadas con materiales ligeros, como plástico o aluminio, y vienen equipadas con ruedas y asas para facilitar su transporte.

Cuando se trata de seleccionar la caja de herramientas más adecuada, hay muchos factores diferentes a considerar, incluyendo el tamaño, el tipo de caja de herramientas, y el costo. Lo primero y más importante a la hora de elegir una caja de herramientas es determinar qué tipo de herramientas va

a guardar en ella. Hay cinco tipos principales de cajas de herramientas: rígidas, blandas, enrollables, portátiles y móviles.

Posterior a esto se necesitan estimar cuántas herramientas y de qué tamaños se guardarán en la caja de herramientas, pues con base en este cálculo se puede determinar el tamaño.

Como revisamos en este artículo, las cajas de herramientas pueden ser soluciones muy útiles y versátiles tanto para los profesionales como para los aficionados, ya que ofrecen una amplia gama de herramientas para una gran variedad de trabajos. Sin embargo, las cajas de herramientas también pueden ser peligrosas si no se utilizan correctamente, puesto que muchas de ellas están afiladas o son peligrosas por otros motivos.

Entre los tipos más frecuentes de accidentes con cajas de herramientas se incluyen los cortes con cuchillos u otros objetos afilados, así como contusiones u otras lesiones provocadas por herramientas que se caen. Para evitar accidentes con la caja de herramientas, asegúrese de llevar siempre equipo de protección y mantener las herramientas organizadas en un lugar seguro.

Además, es importante inspeccionar el estado de las herramientas antes de cada uso para asegurarse de que no están defectuosas o dañadas de algún modo.

Un kit de herramientas para el hogar puede tener alrededor de herramientas de 40 piezas y es ideal para colgar fotos, montar muebles y pequeñas reparaciones dentro de tu hogar, apartamento, dormitorio o garaje y necesidades automotrices.

Herramientas para cualquier fijación pequeña: (1) martillo de garra, (20) puntas de destornillador, (1) destornillador de broca, (1) soporte de brocas/extensión (8) llaves hexagonales, (4) destornilladores de precisión, (1) alicates de junta deslizante, (1) cinta métrica, (1) cuchillo utilitario, (1) tijeras

El regalo perfecto: este juego de herramientas contiene herramientas útiles para cualquier reparación básica del hogar, y funciona como el regalo perfecto para cualquier nuevo graduado que vaya a la universidad, o un amigo o miembro de la familia que se muda a un nuevo apartamento o casa de inicio.

Ilustración 2 *Herramientas*



Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Ilustración 3 *Caja con sus herramientas*



Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

2.2 Fundamentación legal

“Es la base o sustento legal sobre la cual se justifica una acción, decisión o medida tomada por una entidad, individuo o autoridad. En otras palabras, es el conjunto de leyes, normativas, estatutos u otros principios legales que respaldan y legitiman un proyecto” (Hernández, 2018).

La investigación, para la ejecución de este plan de negocios, se apoya en la Constitución de la República del Ecuador del año 2008, en la que se encuentran las normas y leyes que respaldan el diseño e implementación de un modelo de gestión Administrativo – Financiero para obtener una mejor Rentabilidad.

Se alude el Capítulo II de los Derechos del buen vivir en la Sección segunda del Ambiente Sano, en la que se reconoce el derecho que tiene la población ecuatoriana a vivir en un ambiente sano y ecológicamente bien equilibrado. Además, en la Sección octava, el Artículo 33 reza que el trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía.

El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Título VI, Régimen de Desarrollo, Capítulo primero, Principios Generales. Art. 277.- Para la consecución del buen vivir serán deberes generales del Estado: Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza.

Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo.

Generar y ejecutar las políticas, y controlar y sancionar su incumplimiento.

Producir bienes, crear y mantener infraestructura y proveer servicios públicos.

Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y de la Ley.

Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

2.3 Fundamentación conceptual

Se refiere a las ideas, principios, teorías y conceptos fundamentales que forman la base o marco para comprender y discutir un tema o tema en particular (Fernández y otros, 2014). “Los fundamentos conceptuales son los fundamentos teóricos que ayudan a explicar, analizar e interpretar diversos aspectos de un campo de estudio, un proyecto de investigación, una teoría o un problema”.

2.3.1 Objetivo de la investigación.

“Los objetivos de la investigación sirven como hoja de ruta para un proyecto de investigación, guiando al investigador hacia metas y resultados específicos” (Hernández, 2018). En concreto, es la planeación de la investigación, con base al cumplimiento de los objetivos general y específicos.

2.3.2 Definición del mercado potencial.

Representa la parte de la población o audiencia objetivo que se estima tiene interés y la capacidad de comprar una oferta particular

2.4 GLOSARIO:

2.4.1 Objetivo.

Un objetivo es una meta o un resultado específico que una persona, una empresa u una organización busca lograr. “Los objetivos son declaraciones claras y medibles que ayudan a enfocar los esfuerzos y recursos hacia un resultado deseado”.

2.4.2 Muestra.

Una muestra es un conjunto representativo de elementos o datos seleccionados de un grupo más grande, conocido como población. “Las muestras se utilizan en diversos campos, como la estadística, la investigación científica, la encuesta de opinión, la investigación de mercado y otros, para obtener información sobre una población sin tener que estudiar o analizar todos los elementos de esa población”. (Fernández y otros, 2014)

2.4.3 Fuentes de información

“Las fuentes de información son las fuentes de donde se obtiene información, datos o conocimiento. Estas fuentes pueden variar según el tipo de información que se esté buscando y el propósito de tu investigación. Entre aquellas fuentes destacan: Fuentes impresas, Fuentes en línea, Entrevistas y encuestas, Archivos y bibliotecas, entre otros”. (Bernal, 2010).

Para esta investigación, se utilizará libros, revistas, catálogos y se recurrirá a la investigación en bibliotecas virtuales.

2.4.4 El entorno empresarial.

El entorno empresarial se refiere al conjunto de factores, condiciones y fuerzas que rodean a una empresa y que pueden influir en su funcionamiento y en su capacidad para alcanzar sus objetivos.

Este entorno es dinámico y cambia constantemente, por lo que las empresas deben estar atentas y adaptarse a las condiciones cambiantes para tener éxito.

2.4.5 El mercado y sus componentes.

El mercado es un concepto fundamental en economía y negocios que se refiere a la “interacción de compradores y vendedores con el propósito de intercambiar bienes y servicios. Es donde la oferta y la demanda se unen para determinar los precios, las cantidades y otros resultados del mercado”.

2.4.7 Estudio organizacional.

Un estudio organizacional, también conocido como análisis o evaluación organizacional, es un examen sistemático y completo de la estructura, los procesos, la cultura y el desempeño de una organización. El propósito de dicho estudio es obtener información sobre cómo opera la organización, identificar áreas de mejora y tomar decisiones informadas sobre su dirección futura

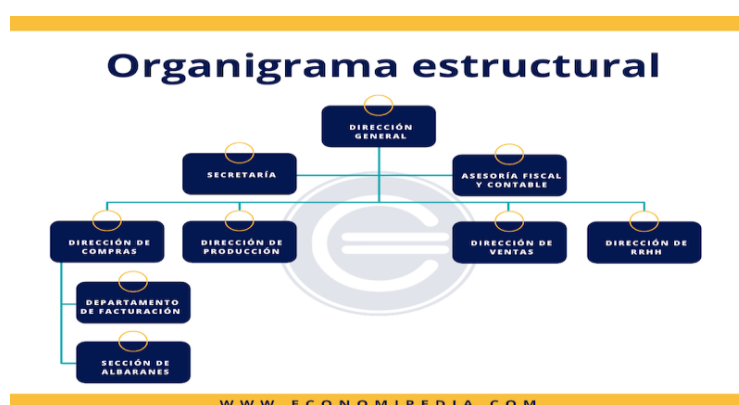
2.4.8 Misión, Visión, Principios y Valores empresariales.

“La misión, la visión, los principios y los valores comerciales son componentes clave del marco estratégico de una organización. Proporcionan orientación, propósito y un conjunto de creencias compartidas que ayudan a dar forma a la cultura de la organización y guiar su toma de decisiones”. Son las bases filosóficas de la empresa, alrededor de las cuales gira la actuación y el clima organizacional, de todas las personas que están vinculadas a ella.

2.4.9 Organigramas estructural y funcional.

Organigrama Estructural: también conocido como organigrama jerárquico o tradicional, “ilustra la estructura formal de una organización basada en las relaciones jerárquicas entre puestos o roles. Normalmente representa los niveles de autoridad y responsabilidad dentro de la organización”

Ilustración 4 Organigrama Estructural



Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Organigrama funcional: también conocido como “organigrama departamental o divisional, se centra en cómo se divide una organización en diferentes áreas funcionales o departamentos. Cada departamento representa un conjunto específico de tareas o funciones relacionadas”(Arguello y otros, 2020).

Ilustración 5 Organigrama Funcional



Fuente: Investigación Directa: Organigramas.com.es

Elaborado por: Viviana Faubla

2.4.10 Cadena de valor.

La cadena de valor es un modelo desarrollado por el estratega empresarial Michael Porter que se utiliza para analizar y descomponer las actividades clave que una empresa realiza para crear valor en su proceso de producción y entrega de productos o servicios (Porter, 2015).

Ilustración 6 Cadena de Valor

Fuente: Investigación Directa, LinkedIn.

Elaborado por: Viviana Faubla

2.4.11 Tipos de empresas: de producción, de servicios, comerciales, etc.

Las empresas pueden clasificarse en diversos tipos según su función principal o su actividad principal.

“Empresas de Producción: se centran en la fabricación o producción de bienes físicos. Su actividad principal implica la transformación de materias primas o componentes en productos terminados”.

Empresas de Servicios: “ofrecen servicios en lugar de productos físicos. Su actividad principal consiste en brindar una variedad de servicios a los clientes” .

Empresas Comerciales: “compran bienes a fabricantes o mayoristas y los venden a clientes finales. Actúan como intermediarios en la cadena de suministro” .

2.4.12 Capacidad productiva.

“La capacidad productiva, también conocida como capacidad de producción o capacidad de producción, se refiere a la cantidad máxima de bienes o servicios que una empresa o un sistema de producción puede producir en un período de tiempo determinado” (Lugo & Ovallos, 2020)

2.4.13 Investigación de mercado

La investigación de mercado es “el proceso de recopilar, analizar e interpretar información sobre un mercado, incluida información sobre el público objetivo, las preferencias de los consumidores, los competidores y las tendencias de la industria. Desempeña un papel crucial para ayudar a las empresas a tomar decisiones informadas sobre sus productos, servicios, estrategias de marketing y operaciones comerciales generales” (Kotler & Armstrong, 2012)

2.4.14 Marketing.

Aplica el proceso de promoción y venta de productos o servicios a los clientes. “Abarca una amplia gama de actividades y estrategias destinadas a crear y entregar valor a los clientes mientras se logran los objetivos de la organización”. Esas actividades son publicidad, venta directa, relaciones públicas, ofertas y descuentos, promociones, correo directo, entre otras

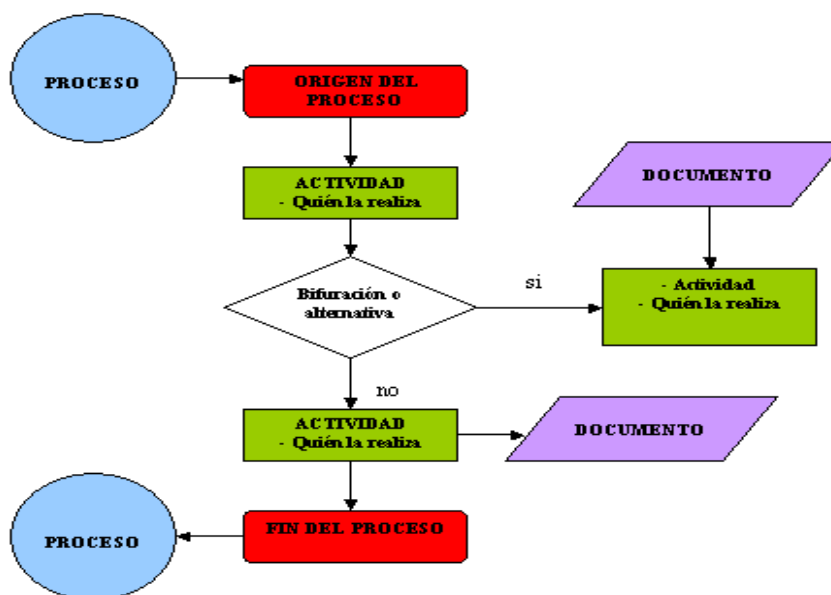
2.4.15 Estudio técnico.

También conocido como análisis técnico o estudio de viabilidad, “es una evaluación sistemática de los aspectos técnicos de un proyecto, producto o proceso. Su objetivo es evaluar la viabilidad, la practicidad y los desafíos potenciales asociados con la implementación de una solución o esfuerzo técnico específico”.

2.4.16 Flujograma general.

“Un diagrama de flujo general es una representación visual de un proceso, sistema o algoritmo que utiliza símbolos y formas estándar para representar la secuencia de pasos, decisiones y acciones involucradas”.

Ilustración 7 Diagrama De Flujo



Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Viviana Faubla

2.4.17 Estudio financiero.

“Es un examen de los aspectos financieros de un proyecto empresarial, inversión o empresa. Implica evaluar la viabilidad financiera, los riesgos y los rendimientos potenciales asociados con una empresa en particular”..

Se realizará los cálculos, para determinar si el plan de negocios, es rentable tanto económicamente, como financieramente.

2.4.18 Costos, gastos e ingresos.

Costos: “Los costos representan los gastos o salidas de recursos necesarios para producir o adquirir bienes, servicios o activos”. Los costos pueden ser directos o indirectos, dependiendo de si son directamente atribuibles a un producto o servicio específico o si se incurren como parte de las operaciones generales.

Gastos: “Los gastos se refieren a los costos incurridos en las operaciones diarias de una empresa o los costos de mantenimiento de los medios de vida personales. Los gastos generalmente se registran en el estado de resultados y representan los recursos utilizados durante un período contable específico”.

Ingresos: Los ingresos, a menudo denominados ingresos o ganancias, representan el dinero o los beneficios económicos recibidos por una empresa o un individuo durante un período específico. Los ingresos pueden provenir de diversas fuentes, como ventas, inversiones, salarios e ingresos por alquiler.

2.4.19 Rentabilidad.

Es una medida utilizada para evaluar la eficiencia de una acción, proyecto, programa o inversión en particular. “Evalúa la relación entre los costos incurridos y los resultados obtenidos, con el objetivo de determinar si los beneficios o resultados justifican los gastos”. (Sinisterra & Rincón, 2018)

2.4.20 Punto de equilibrio.

Es un concepto fundamental en las finanzas y los negocios que representa el punto en el que los ingresos totales equivalen a los costos totales, sin generar ni ganancias ni pérdidas.

En otras palabras, es el nivel de producción o volumen de ventas en el que una empresa cubre todos sus gastos y a partir del cual comienza a obtener ganancias.

2.4.21 TMAR, VAN, TIR Y PRI.

El V.A.N. es una herramienta financiera utilizada en la evaluación de proyectos de inversión. Representa la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo futuros generados por un proyecto o inversión y el valor presente de la inversión inicial requerida para llevar a cabo ese proyecto. En otras palabras, “el VAN calcula cuánto vale en términos de valor presente el flujo de efectivo neto que se espera recibir de un proyecto en el futuro”.

La Tasa interna de retorno de la inversión, es la herramienta financiera utilizada para evaluar proyectos de inversión y tomar decisiones sobre su viabilidad. “La TIR es la tasa de descuento a la que el Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto de inversión es igual a cero. En otras palabras, es la

tasa que hace que la inversión inicial y los flujos de efectivo futuros generados por el proyecto tengan un valor presente neto de cero”.

“El período de recuperación de la inversión (PRI) es una métrica financiera utilizada para evaluar proyectos de inversión y determinar cuánto tiempo se necesita para recuperar la inversión inicial realizada en un proyecto a través de los flujos de efectivo generados por el mismo. Es una medida sencilla que puede ser útil para evaluar la liquidez y el riesgo de un proyecto de inversión”.

2.4.22 Relación costo beneficio.

La relación costo-beneficio es una métrica financiera que se utiliza para evaluar la relación entre los costos incurridos y los beneficios obtenidos de un proyecto, inversión o decisión en particular. “Ayuda a evaluar si los beneficios de una acción determinada superan sus costos. Esta relación se utiliza a menudo en el análisis costo-beneficio (ACB) para informar la toma de decisiones en diversos campos, incluidos los negocios, el gobierno y la economía”.

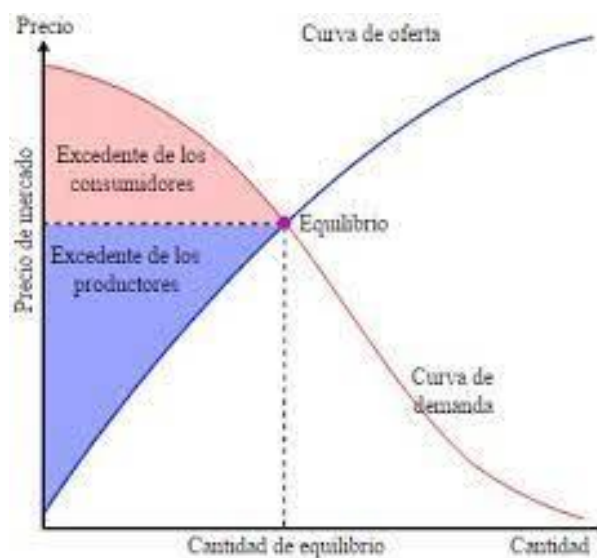
2.4.23 Estudio Administrativo y Legal.

Un estudio administrativo y legal es un análisis integral de una empresa, organización o proyecto desde dos perspectivas clave: la administrativa y la legal. “Este tipo de estudio se lleva a cabo con el fin de evaluar y garantizar que la empresa esté operando de manera eficiente, cumpliendo con todas las leyes y regulaciones aplicables”. (Lugo & Ovallos, 2020)

2.4.25 Estudio de mercado.

Es un examen exhaustivo de un mercado o industria en particular para recopilar información, conocimientos y datos. “El objetivo principal de un estudio de mercado es comprender la dinámica del mercado, las tendencias, las preferencias de los clientes y el panorama competitivo. Esta información ayuda a las empresas a tomar decisiones informadas, desarrollar estrategias de marketing eficaces e identificar oportunidades de crecimiento”.

Ilustración 8 Mercado



Fuente: Investigación Directa. Enciclopedia financiera

Elaborado por: Viviana Faubla

2.5 Análisis General del proyecto, relación con el mercado y fuente de investigación

El análisis general del proyecto es un proceso importante que ayuda a los gerentes a tomar decisiones informadas sobre el desarrollo y la implementación del proyecto. Este análisis ayuda a los gerentes a identificar las oportunidades y los riesgos asociados con el proyecto, y a desarrollar un plan para mitigar los riesgos (Bernal, 2010).

2.5.1 Muestreo

Proceso utilizado en estadísticas y en diversas disciplinas para seleccionar una muestra o subconjunto representativo de una población más grande con el fin de realizar inferencias o generalizaciones sobre la población completa.

Ilustración 9 Tipos de muestreo



Fuente: Investigación Directa, GCF Global

Elaborado por: Viviana Faubla

2.5.2 Encuesta a Consumidores

Una encuesta a consumidores es una herramienta de investigación de mercado que se utiliza para recopilar información y opiniones de consumidores sobre productos, servicios, marcas o temas relacionados con el consumo.

A continuación, se coloca la encuesta, que se realizará a clientes potenciales, que son jefes de familia, amas de casa, o adultos de hogares en Calceta

2.5.3 Cálculo de la muestra para la investigación de mercado

El cálculo de la muestra para la investigación de mercado es el proceso de determinar el tamaño de la muestra que se necesita para obtener resultados precisos. A continuación, se realizará el cálculo de la muestra del estudio, mediante la calculadora especialmente diseñada para ello, y que funciona en base a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(K)(K) * p * q * N}{(e)(e)(N - 1) + (K)(K) * p * q}$$

Los datos para el cálculo son los que están a continuación: Población de la ciudad de Calceta: (N): 18.540 habitantes, según información DE Naciones Unidas (UN) Calceta Ecuador Statistic, Banco Mundial y Organización Mundial de la Salud. Para este análisis, se establece que el universo son familias, y se estima que existe un promedio de 4 miembros por familia. Esto da como resultado 4.635 de ellas.

Margen de error: 5%

Nivel de confianza: 95%. Se debe trabajar con un k= 1,96

Probabilidad de éxito (p): 95%

Probabilidad de fracaso (q): 5%

Tabla 2 Cálculo de la Muestra de Mercado

Calculadora de muestra para estudio de mercado	
Población o Universo (N)	4.635
Margen de error (e)	0,05
Nivel de confianza (k) =95%	1,96
Probabilidad de éxito(p)	0,95
Probabilidad de fracaso (q)	0,05
$n = (k)(k).q.p.N / (e)(e)(N-1) + (k)(k).p.q$	
n=	72
K*K.q.p.N =	845,77626
e*e(N-1) =	11,585
k*k.q.p =	0,182476
Denominador =	11,767

Fuente: Investigación Directa, GCF Global

Elaborado por: Viviana Faubla

2.5.4 Mercado objetivo del plan de negocios

Se refiere al grupo específico de clientes o clientes al que una empresa pretende atender o alcanzar con sus productos o servicios. Identificar y definir el mercado objetivo es un paso crucial en el desarrollo de una estrategia comercial porque ayuda a la empresa a enfocar sus esfuerzos de marketing, desarrollo de productos y operaciones comerciales generales para satisfacer las necesidades y preferencias de este grupo particular de clientes.

A continuación, se colocan los aspectos más relevantes del mercado objetivo, analizado a través de la investigación y mediante la elaboración de un target de cliente:

- El 60% de los consumidores son hombres.
- El 55% de los posibles consumidores se encuentran entre 31 a 65 años.
- El 60% son de nivel socio económico medio.
- 3 de cada 4 tienen estudios de bachillerato.
- 1 de cada 2 son solteros.
- Casi el 90% percibe más de un sueldo básico unificado (\$500 dólares) mensual.
- 3 de cada 4 NO compran online.
- Todos tienen WhatsApp en el celular.
- 3 de cada 4 tiene un estilo de vida De diversión

2.5.5 Procesamiento de datos y análisis de las encuestas

El procesamiento de datos y el análisis de las encuestas son dos procesos importantes en la investigación de mercado. El procesamiento de datos es el proceso de organizar y preparar los datos para su análisis. El análisis de datos es el proceso de examinar los datos para identificar tendencias y patrones.

Encuesta

Soy alumno(a) del Instituto Superior Tecnológico “El Pacífico”, y me encuentro realizando un Plan de Negocio sobre Cajas de herramientas para el hogar en Calceta. Para poder desarrollar un estudio de mercado, requiero realizar esta encuesta, para lo cual le solicito comedidamente, me colabore contestando las siguientes preguntas. De antemano le expreso mi agradecimiento.

SEXO_____

EDAD_____

1.- Utiliza herramientas básicas en su hogar

SÍ NO

2.- ¿Con que frecuencia utiliza herramientas en su hogar?

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

Ocasionalmente

3.- ¿Cree usted que es conveniente que las herramientas se encuentren en una caja?

SÍ NO

4.- ¿Qué tipo de herramientas utiliza con mayor frecuencia?

Eléctrica

Manual

Jardinería

Otras

5. ¿Qué características considero más importante al elegir una caja de herramientas?

Tamaño

Organización Interna

Durabilidad

Diseño atractivo

Otros

6.- ¿Estaría interesado en una caja de herramientas para el hogar que contenga herramientas básicas utilizadas comúnmente?

SI NO

7. ¿Dónde compraría una caja de herramientas y accesorios?

Ferreterías Locales

Grandes tiendas de construcción

Tiendas en línea (Internet)

8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de herramientas que contenga playo, pinzas alicate, juego de destornilladores, llaves, boca corona, taladro, linterna, probador, entre otros?\$60 ☐ \$70 ☐ \$80 ☐ \$90 ☐

Resultados de encuestas de cajas de herramientas					
Ciudad:	Calceta		Fecha:	01/07/2023	Responsable
	Muestra:	72			Viviana Faubla

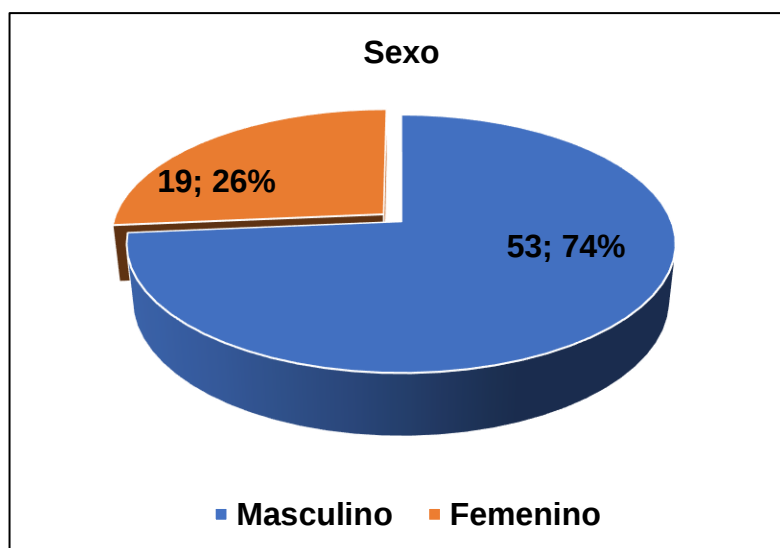
Pregunta extra Sexo

Tabla 3 - Sexo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	53	74%
Femenino	19	26%
total	72	100%

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 10 Sexo



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

De las 72 encuestas realizadas, en la ciudad de Calceta, 53 (74%) son hombres y el resto, es decir 19 (26%) son mujeres

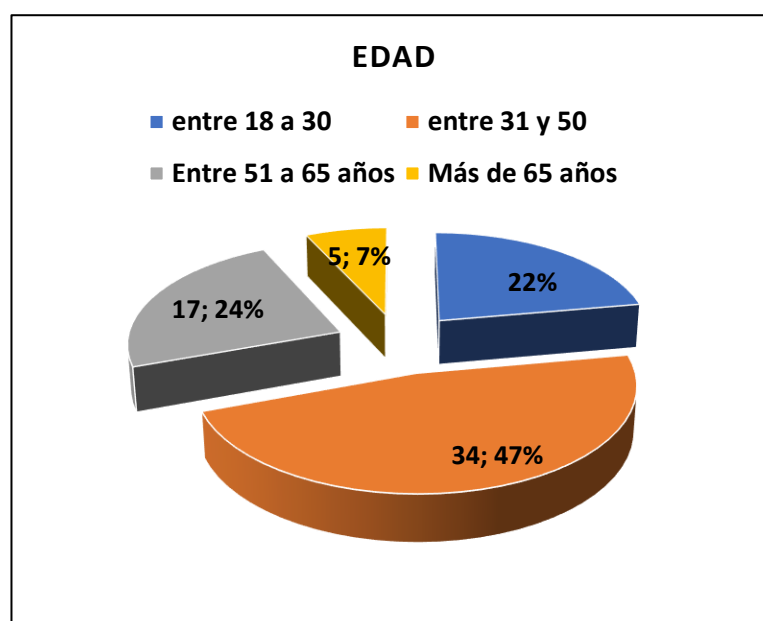
Pregunta extra Edad

Tabla 4- Edad

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
entre 18 a 30	16	22.22%
entre 31 y 50	34	47.22%
Entre 51 a 65 años	17	23.61%
Más de 65 años	5	6.94%
Total	72	100%

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 11 - Edad



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

La gran mayoría de los encuestados tiene entre 31 y 50 años lo que equivale al 47% Mientras que los mayores de 65 años apenas fueron el 6,9% que equivalen a 5 personas

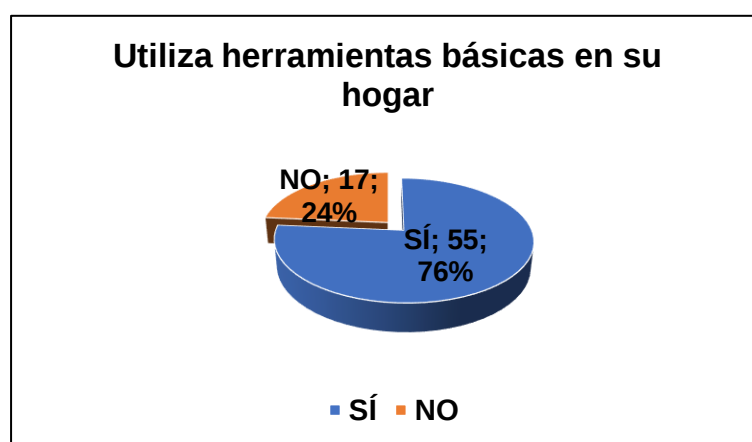
Pregunta 3: Utiliza herramientas básicas en su hogar

Tabla 5 - Utiliza herramientas básicas en su hogar

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	55	76.39%
NO	17	23.61%
Total	72	100%

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 12 - Utiliza herramientas básicas en su hogar



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

Se ratifica, que de los 72 encuestados, 55 personas utilizan herramientas en el hogar. Esto corresponde al 76% de la muestra.

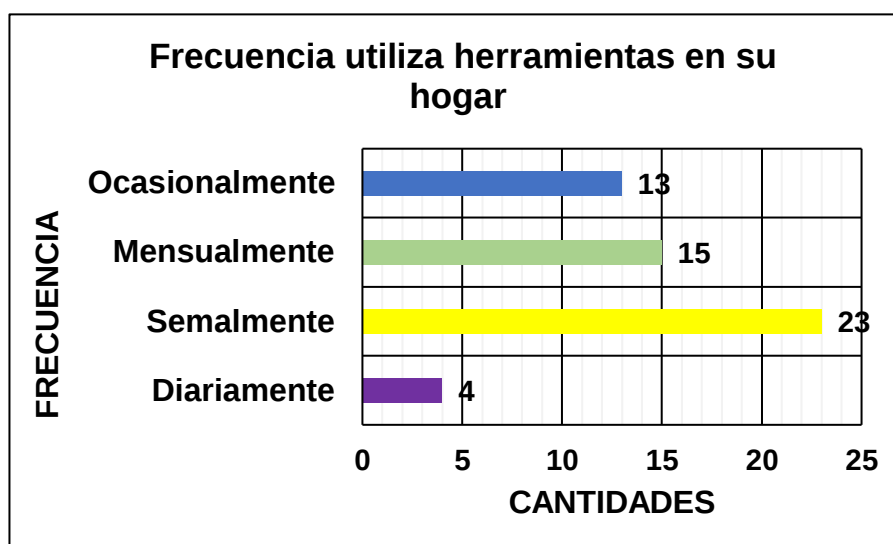
Pregunta 4: ¿Con que frecuencia utiliza herramientas en su hogar?

Tabla 6 ¿Con que frecuencia utiliza herramientas en su hogar?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	4	7%
Semanalmente	23	42%
Mensualmente	15	27%
Ocasionalmente	13	24%
Total	55	100%

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 13 ¿Con que frecuencia utiliza herramientas en su hogar?



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

La mayoría de los encuestados, 23 de las 55 personas de la muestra, mencionaron que utilizan en el hogar semanalmente; lo que equivale al 42% del total.

Pregunta 5. ¿cree usted que es conveniente que las herramientas se encuentren en una maleta, mochila o caja?

Tabla 7 - ¿Cree Usted Que Es Conveniente Que Las Herramientas se encuentren en una aleta, mochila o caja?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
si	45	81.82%
no	10	18.18%
Total	55	100%

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 14 ¿Cree usted que es conveniente que las herramientas se encuentren en una maleta, mochila o caja?



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

El 82% de los encuestados opinan que las herramientas deben ir en una maleta, mochila o caja.

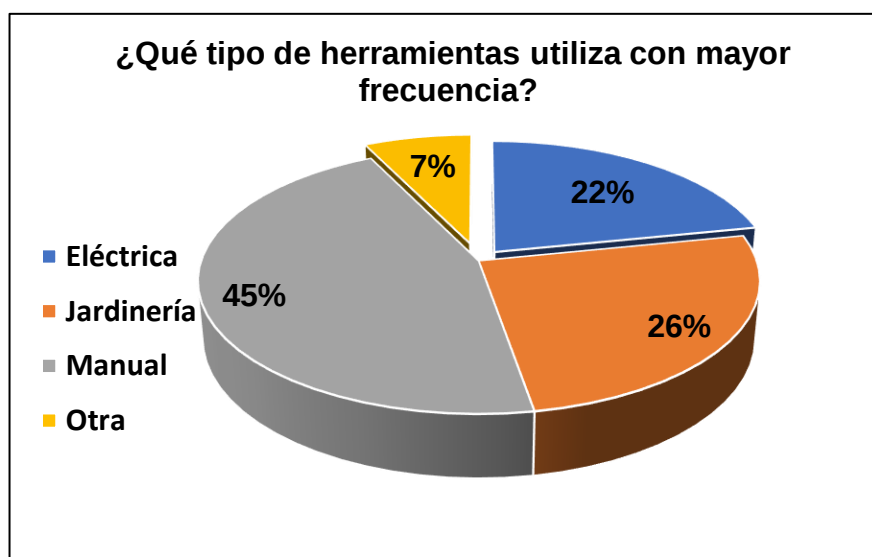
Pregunta 6 - ¿Qué tipo de herramientas utiliza con mayor frecuencia?

Tabla 8 ¿Qué tipo de herramientas utiliza con mayor frecuencia?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Eléctrica	12	21.82%
Jardinería	14	25.45%
Manual	25	45.45%
Otra	4	7.27%
Total	55	100%

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 15 ¿Qué tipo de herramientas utiliza con mayor frecuencia?



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

El 45% de las personas que respondieron la encuesta, expresaron que utilizan herramientas manuales, en sus hogares; y un 26% utilizan herramientas de jardinería.

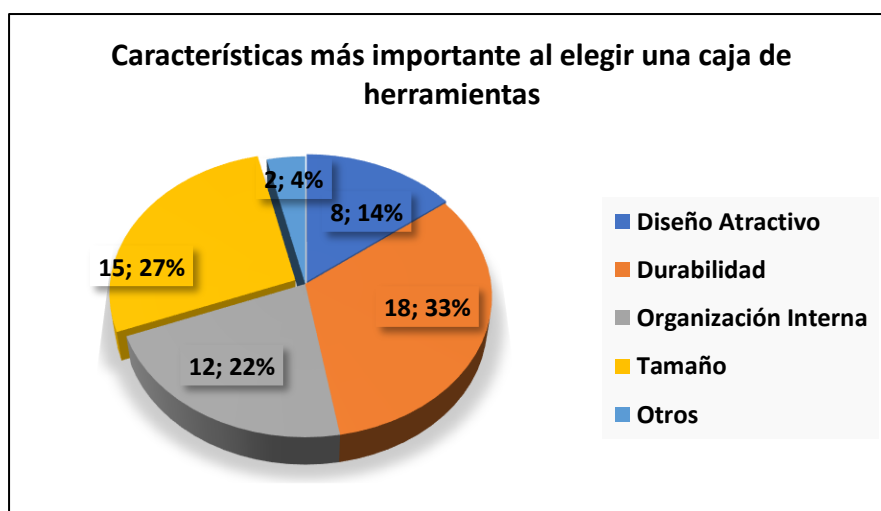
Pregunta 7 - Qué Características Considera Más Importante Al Elegir Una Maleta, Mochila O Caja De Herramientas

Tabla 9 ¿Qué características considera más importante al elegir una maleta, mochila o caja de herramientas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Diseño Atractivo	8	15%
Durabilidad	18	33%
Organización Interna	12	22%
Tamaño	15	27%
Otros	2	4%
Total	55	100%

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 16 ¿Qué características considera más importante al elegir una maleta, mochila o caja de herramientas



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

El 33% considera a la durabilidad de la maleta o caja como el elemento más importante al elegir una de ellas. Un 27% dijo que era importante, el tamaño.

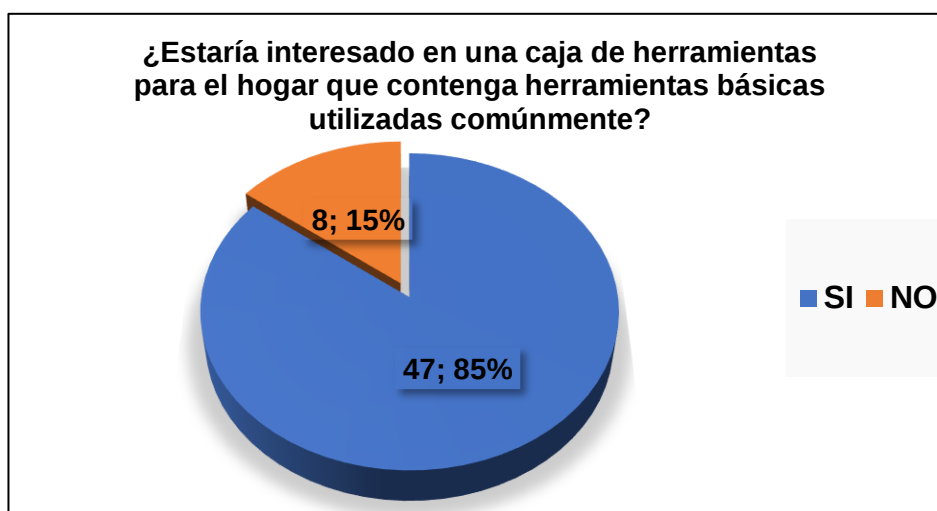
Pregunta 8 - ¿Estaría Interesado En Una Caja De Herramientas Para El Hogar Que Contenga Herramientas Básicas Utilizadas Comúnmente?

Tabla 10 ¿Estaría interesado en una aja De Herramientas Para El Hogar Que Contenga Herramientas Básicas Utilizadas Comúnmente?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	47	85.45%
NO	8	14.55%
Total	55	100%

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 17 ¿Estaría Interesado En Una Caja De Herramientas Para El Hogar Que Contenga Herramientas Básicas Utilizadas Comúnmente?



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

Se evidencia que 9 de cada 10 encuestados sí considera que la caja ya traiga herramientas incluidas.

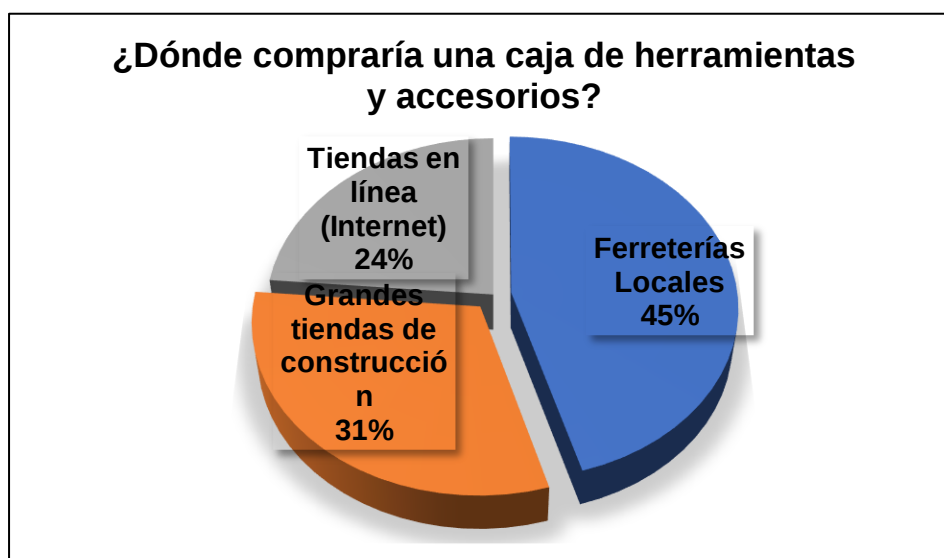
Pregunta 9-¿Dónde compraría una caja de herramientas y accesorios?

Tabla 11 ¿Dónde compraría una caja de herramientas y accesorios?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Ferreterías Locales	25	45%
Grandes tiendas de construcción	17	31%
Tiendas en línea (Internet)	13	24%
Total	55	100

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 18 ¿Dónde compraría una caja de herramientas y accesorios?



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

El 44% de los encuestados compraría las cajas de herramientas en ferreterías locales, no se debe despreciar, que, un cuarto de ellos compraría por internet.

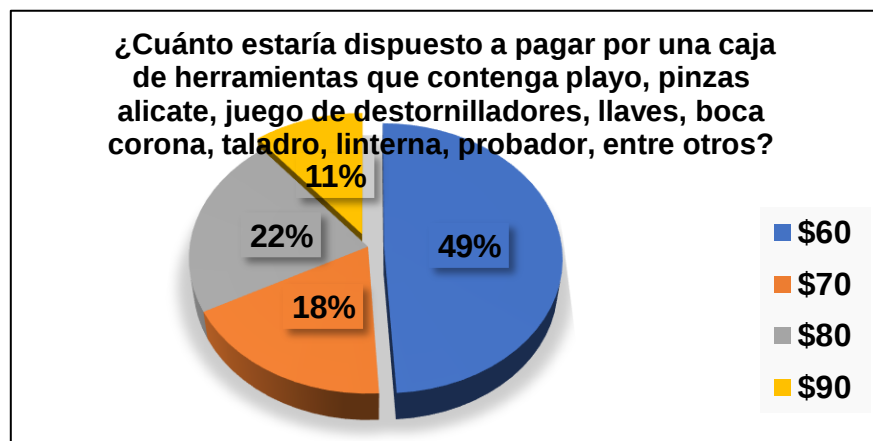
Pregunta 10: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de herramientas que contenga playo, pinzas alicate, juego de destornilladores, llaves, boca corona, taladro, linterna, probador, entre otros?

Tabla 12 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de herramientas que contenga playo, pinzas alicate, juego de destornilladores, llaves, boca corona, taladro, linterna, probador, entre otros?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
\$60	27	49.09%
\$70	10	18.18%
\$80	12	21.82%
\$90	6	10.91%
Total	55	100%

Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 19 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de herramientas que contenga playo, pinzas alicate, juego de destornilladores, llaves, boca corona, taladro, linterna, probador, entre otros?



Fuente: investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

1 de cada 2 encuestados estaría dispuesto a pagar por una caja de herramientas que contenga playo, pinzas alicate, juego de destornilladores, llaves, boca corona, taladro, linterna, probador, entre otros alrededor de \$60 dólares.

2.6 Estudio de Mercado

Los estudios de mercado son un proceso sistemático de recopilar, analizar y comunicar información sobre un mercado específico. Utilizados para ayudar a las empresas a tomar decisiones informadas sobre sus productos, servicios y estrategias de marketing (Mullins y otros, 2014).

2.6.1 Oferta actual

Disponibilidad actual de productos, servicios, empleos u oportunidades en el mercado en un momento específico (Stanton y otros, 2007). Mediante una investigación directa a ferreterías y almacenes de productos chinos de la localidad, se puede estimar que la oferta de cajas o maletas de herramientas, que se venden como unidades de herramientas o como un kit completo, es la que se coloca en el siguiente cuadro:

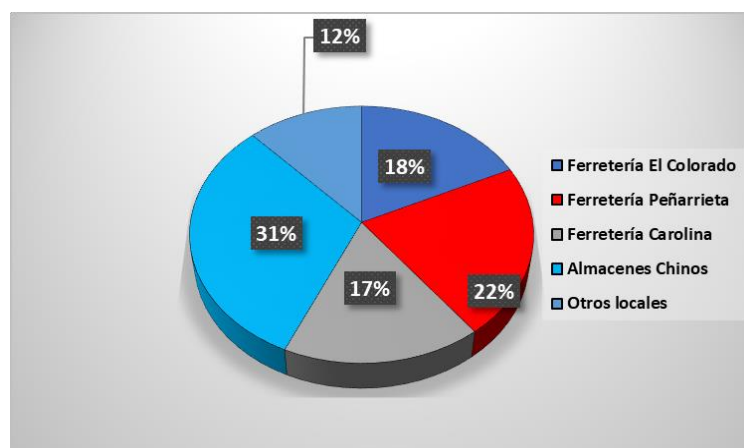
Tabla 13 Oferta de maletas o cajas de herramientas (2023)

Oferta	Cajas de herramientas	Año 2023
Oferente	Cantidad	Porcentaje
Ferretería El Colorado	120	17,91%
Ferretería Peñarrieta	145	21,64%
Ferretería Carolina	115	17,16%
Almacenes Chinos	210	31,34%
Otros locales	80	11,94%
Total	670	100%

Fuente: investigación directa

Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 20 Oferta De Maletas o Cajas De Herramientas



Fuente: investigación directa

Elaboración: Viviana Faubla

2.6.2 Oferta Futura

Se refiere a la cantidad de un bien o servicio que estará disponible en el mercado en algún momento futuro. Para el cálculo de la oferta de maletas o cajas de herramientas, en la Ciudad de Calceta, en los próximos 5 años, se toma como base la tasa de crecimiento del Sector Ferretero, en Ecuador, el mismo que, según el Banco Central del Ecuador, es 3,5% anual. A continuación, la tabla con los cálculos de las estimaciones:

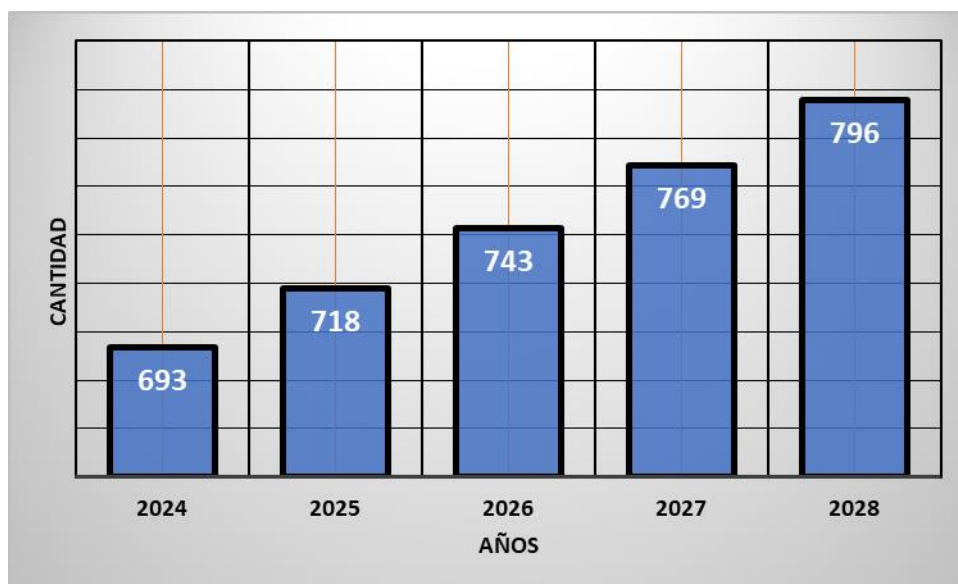
Tabla 14 Oferta de cajas o maletas de herramientas para hogares

Oferta futura de cajas o maletas de herramientas para hogares			
Sector:	Ferretero en ecuador		Crecimiento: 3,50%
Fuente:	Banco Central del Ecuador		Base: 670
	Años	Cantidad	
	2024	693	
	2025	718	
	2026	743	
	2027	769	
	2028	796	

Fuente: investigación directa

Elaboración: Viviana Faubla

Ilustración 21 Gráfico de crecimiento de la Oferta de cajas o maletas de herramientas para hogares



Fuente: investigación directa

Elaboración: Viviana Faubla

2.6.3 Precios de la competencia

Es el valor cobrado por los competidores en un mercado o industria en particular por productos o servicios similares. Estos precios son una consideración clave para las empresas a la hora de fijar sus propios precios y desarrollar estrategias de fijación de precios (Gutiérrez, 2014).

Para establecer los precios de maletas o cajas de herramientas, en la ciudad de Calcuta, se procedió a realizar una investigación directa, en los lugares donde se comercializa este producto. Los resultados son los siguientes:

Tabla 15 Precio de Caja o Maleta de Herramientas básicas para el hogar

precio de caja o maleta de herramientas con taladro		
precio/unidad	valor	empaque
alto	65,00	
medio	80,00	
bajo	95,00	

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Ilustración 22 Gráfico de Precio De Caja O Maleta De Herramientas Con Taladro



Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

2.6.4 Demanda

La demanda de mercado para un producto es el volumen total susceptible de ser comprado por un determinado grupo de consumidores, en un área

geográfica concreta, para un determinado período de tiempo, en un entorno definido de marketing y bajo un programa específico de marketing.

Respecto de la estimación de la demanda de maletas o cajas de herramientas básicas para el hogar, en la ciudad de Calceta; se ha partido del cálculo del número de familias existentes en esta ciudad, considerando que cada familia tiene en promedio cuatro miembros. El valor obtenido, es de 4.635 familias de las cuales se evalúa que dos tercios de esas familias, comprarían las maletas o cajas de herramientas, basado en su nivel socio económico y sus necesidades. Esto corresponde a 2.780 potenciales compradores en el año 2023. En el siguiente cuadro se hayan los valores correspondientes:

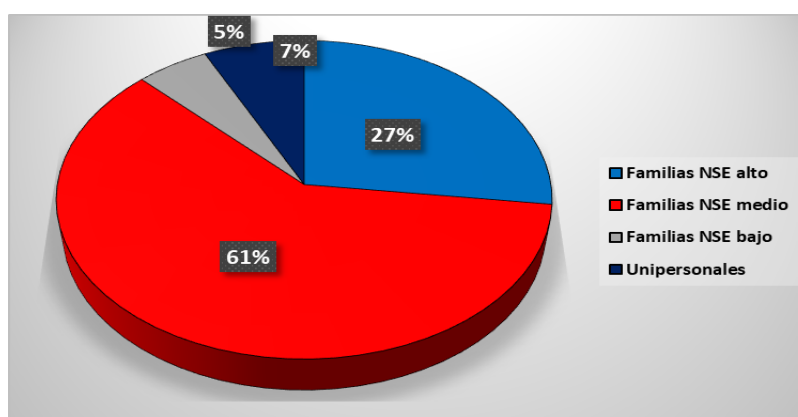
Tabla 16 Demanda de cajas de herramientas

Demanda	Cajas de herramientas	Año 2023
Demandante	Cantidad	Porcentaje
familias nse alto	750	26,98%
familias nse medio	1685	60,61%
familias nse bajo	145	5,22%
unipersonales	200	7,19%
total	2780	100%
Naciones unidas (u.n.). Calceta Ecuador statics		
Banco Mundial. oms Ecuador, Calceta, statics		

Fuente: investigación directa

Elaboración: Viviana Faubla

Ilustración 23 Gráfico de Demanda de cajas de herramientas



Fuente: investigación directa

Elaboración: Viviana Faubla

2.6.5 Demanda proyectada

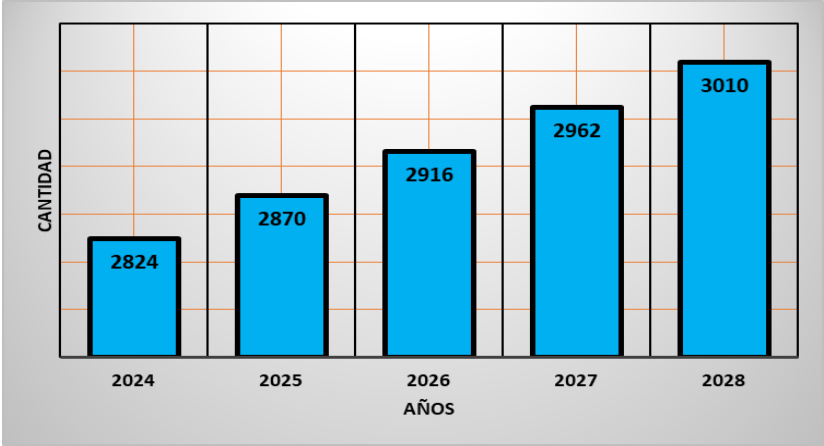
Refiere al nivel estimado o anticipado de demanda de un producto, servicio o recurso en el futuro. Es un componente crucial de la planificación y previsión empresarial porque ayuda a las organizaciones a prepararse para las condiciones futuras del mercado, asignar recursos de manera eficiente y tomar decisiones informadas sobre producción, gestión de inventario, marketing y más. La proyección de la demanda, se estima en función de la tasa de crecimiento de la población de calceta, que, según estimaciones del INEC, para el año 2023, es de 1,6% anual. Las cifras calculadas, se encuentran en el cuadro siguiente:

Tabla 17 Demanda proyectada de cajas de Herramientas

Demanda proyectada de					
Estimación del crecimiento en %:		1,6	en función de:	Población*	
base:	2.780				
	Años				Cantidad
	2024				2824
	2025				2870
	2026				2916
	2027				2962
	2028				3010
Estimaciones del Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo					

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Ilustración 24 Gráfico de Demanda proyectada de cajas de Herramientas



Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

2.6.6 Demanda Insatisfecha

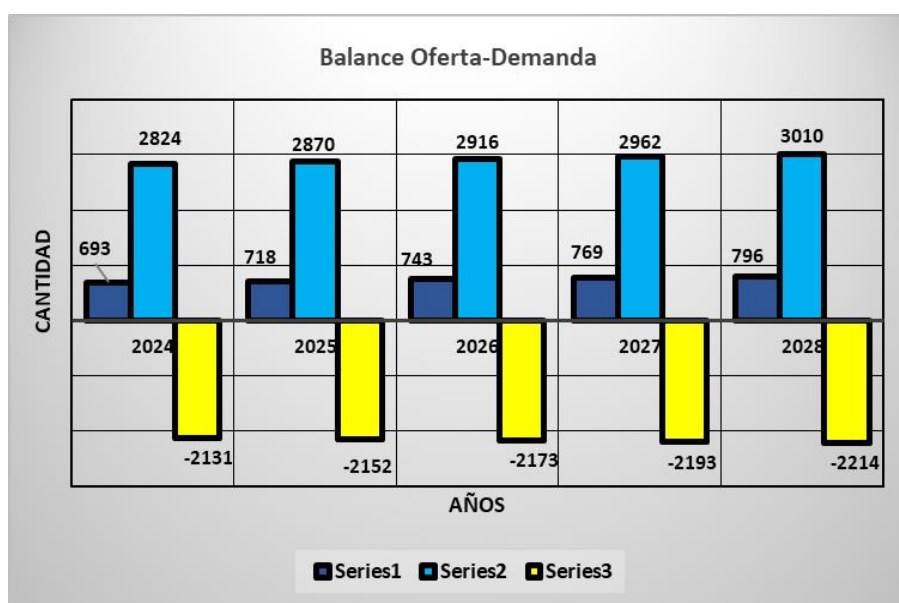
La demanda insatisfecha ocurre cuando la oferta en el mercado no es suficiente para atender completamente la demanda de los consumidores (Monferrer, 2019). Para determinar, el posible déficit de mercado o demanda insatisfecha, se realiza un balance de la oferta futura frente a la demanda proyectada, los valores negativos confirman que la demanda es superior a la oferta. Para el año 2024 se establece un déficit de 2.131 cajas de herramientas. Ver el siguiente cuadro:

Tabla 18 Balance de Oferta Aumentada

Años	Oferta futura	Demanda proyectada	Deficit
2024	693	2824	-2131
2025	718	2870	-2152
2026	743	2916	-2173
2027	769	2962	-2193
2028	796	3010	-2214

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Ilustración 25 Gráfico de Balance de Oferta Aumentada



Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

2.7 Plan de marketing

Documento completo que detalla estrategias, objetivos, las tácticas y el presupuesto de marketing de una empresa para un período específico, generalmente durante un año. Sirve como una hoja de ruta para que las empresas alcancen sus objetivos de marketing.

2.7.1 Estrategia general de marketing

Refiere al enfoque integral y de alto nivel que una empresa o organización adopta para alcanzar sus objetivos de marketing. Esta estrategia guía todas las actividades de marketing y es fundamental para el éxito de la empresa

2.7.2 Estrategia de Diferenciación

Es un enfoque empresarial en el que una empresa busca distinguir sus productos o servicios de los de sus competidores ofreciendo características, atributos o cualidades únicas que los clientes perciben como valiosas.

En la siguiente tabla, se establece las estrategias de diferenciación, de la empresa TOOLS HOME, frente a sus competidores de la ciudad de Calcuta.

Entre los elementos diferenciadores más importantes están:

- Herramientas importadas de buena calidad
- Herramientas organizadas en un maletín adecuado y elegante.
- Priorizar ventas por redes sociales.
- Personal capacitado y culto.
- Imagen de excelente organización.

Tabla 19 Diferenciación del producto/servicio

Estudio de diferenciación
Empresa: tools home productos: maleta de herramientas
Diferenciando el producto
1- Herramientas importadas.
2- Herramientas de buena calidad
3- Herramientas ubicadas, en un maletín adecuado y elegante.
4- Producido bajo controles estrictos de calidad y cantidad.
Diferenciando el servicio
1- Servicio personalizado.
2- Servicio de asesoría profesional.
3- Servicio adecuado a ventas por redes sociales.
4- Servicio con alto nivel de educación
Diferenciando el personal
1- Personal adecuadamente uniformado y con identificación.
2- Con capacitación para asesoramiento profesional
3- Personal capacitado en ventas y atención al cliente
4- Personal con buen nivel de cultura.
Diferenciando la imagen
1- Imagen moderna y colorida
2-Imagen de buena organización
3- Imagen de local limpio y arreglado
4-Imagen de un local bien ubicado

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

2.7.3 Estrategia de posicionamiento

Es un elemento crítico de los esfuerzos de marketing y marca de una empresa que tiene como objetivo establecer una percepción única y favorable de un producto, servicio o marca en la mente del público objetivo dentro de un mercado competitivo (Stanton y otros, 2007)

Las estrategias de posicionamiento de TOOLS HOME, estarán basadas en la diferenciación del envase, que no será una caja rígida, sino una maleta de lona reforzada y en la calidad de las herramientas. Así mismo, se impulsará el posicionamiento basado en destacar los beneficios de tener una maleta de herramientas básicas útiles para los quehaceres y arreglos

del hogar. También, se enfoca a un perfil concreto de usuario que son los adultos del hogar.

2.7.4 Estrategia de producto

Plan de alto nivel que describe cómo se desarrollarán, comercializarán y posicionarán los productos o servicios de una empresa para lograr sus objetivos comerciales. Implica definir la dirección y los objetivos de la oferta de productos de una empresa y alinear esos objetivos con las necesidades de sus clientes objetivo y la dinámica del mercado. Hay que establecer, que, para este estudio, se planea lanzar un producto novedoso al mercado, que contiene herramientas importadas de buena calidad, acompañado de un folleto con instrucciones de uso, mantenimiento y normas de seguridad, para las herramientas. Así mismo, se establecerá la política basada en la calidad de producto y de servicio, y por supuesto, una garantía de un año por defectos de fabricación de las herramientas.

2.7.4.1 Imagen: LOGOTIPO

Para diseñar la imagen de TOOLS HOME, se ha presentado un logotipo de fácil visualización, que represente a la marca y un slogan comprensible y sobre todo que se posicione en la mente de los consumidores.

Ilustración 26 *Logo*



Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

2.7.4.2 SLOGAN

“Todo en su lugar”

2.7.5 Política de precio

Es, es un conjunto de pautas y principios que sigue una empresa u organización al determinar los precios de sus productos o servicios. Describe cómo se fijan, ajustan y gestionan los precios para lograr metas y objetivos comerciales específicos.

La política de precios de TOOLS HOME, está basada en los costos de producción de la maleta de herramientas, en los precios de la competencia y en el segmento de mercado, que son los potenciales compradores del producto. En síntesis, se establecerá un precio de acuerdo al mercado.

2.7.6 Táctica de ventas

Se refiere a una acción o enfoque específico utilizado por los profesionales de ventas para persuadir a clientes potenciales y cerrar acuerdos. Estas tácticas son parte de la estrategia general de ventas y se emplean durante el proceso de ventas para influir en la decisión de compra de un cliente potencial.

Además de recopilar información valiosa del cliente que permite perfeccionar las estrategias de la venta, escuchar al cliente aportará muchos beneficios para la empresa y serán vitales en la persuasión de los clientes con el fin de cerrar una venta.

2.7.7 Política de servicio al cliente

Documento formal o un conjunto de pautas que describen el enfoque y el compromiso de una organización para brindar un servicio al cliente de calidad a sus clientes, clientes o partes interesadas.

Se establecerán políticas como, un conocimiento profundo del cliente, los trabajadores deberán tener la predisposición de escuchar y ofrecer soluciones, construyendo relaciones basadas en la mutua confianza y ser muy claros en las políticas de precios, entregas, facturación y gestión de reclamos. Lo fundamental es lograr la fidelización del cliente.

2.7.8 Promoción de ventas

La promoción de ventas se refiere a un conjunto de actividades y técnicas de marketing diseñadas para estimular las ventas inmediatas de un producto o servicio.

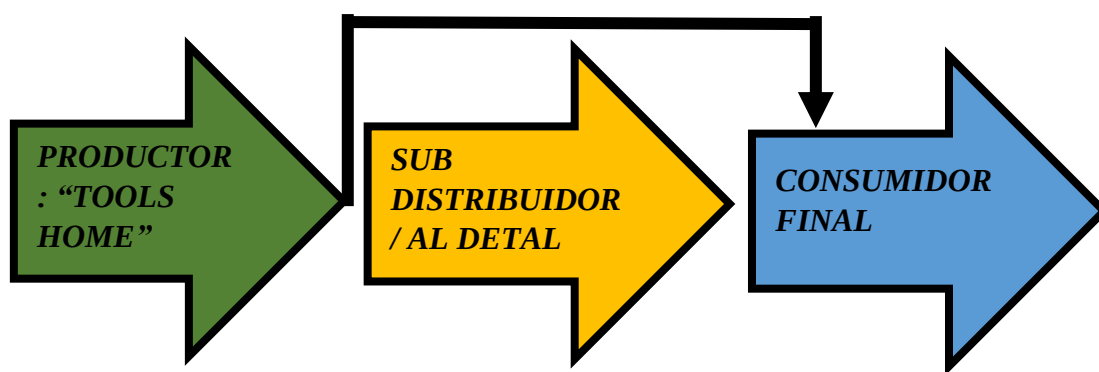
2.7.9 Publicidad

Estrategia de comunicación de marketing que implica promocionar un producto, servicio, idea o marca a un público objetivo a través de varios canales pagos y no personales. Se utilizará publicidad impresa en los folletos de instrucciones y en dípticos especializados y abundante publicidad en redes sociales, fundamentalmente con demostraciones prácticas y sencillas del uso de las herramientas.

2.7.10 Distribución

La distribución, en un contexto empresarial, se refiere al proceso de hacer llegar un producto o servicio desde el fabricante o productor hasta el consumidor final. Abarca todas las actividades, canales e intermediarios involucrados en hacer que un producto esté disponible para su compra y consumo. Se comercializará directamente al cliente y también se establecerá como canal de distribución a sub distribuidor.

Ilustración 27 Distribución



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla.

2.7.11 Matriz del plan de marketing

Forma de organizar y presentar los componentes clave de un plan de marketing de manera estructurada y visual.

Tabla 20 Matriz Plan de Marketing

Elementos del Marketing	Estrategia	Meta	Indicador	Tiempo
Producto	Calidad.	Producto único en el mercado	Número de consumidores que han comprado el producto más de una vez	Un mes
Precio	Precio competitivo acorde al mercado.	Accesibilidad para todo el mercado de Calceta y la Provincia de Manabí.	Número de unidades vendidas	Dos meses
Plaza	La distribución se realizará directamente a los clientes o mediante sub distribuidores.	Satisfacción al momento de mantener un producto de alta calidad en todo momento.	Número de personas que visitan el local o que solicitan para llevar a domicilio o tiendas y micro mercados	Dos meses
Promoción	Publicidad Fidelización	Un producto reconocido, posicionado en el público en general. Logrando la permanencia de los clientes.	Número de personas que conocen el producto y lo utilizan regularmente	Tres meses

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Viviana Faubla

2.8 Presupuesto de Publicidad

Un presupuesto de publicidad es un plan financiero o una asignación de recursos que una empresa u organización reserva para financiar sus actividades publicitarias y promocionales durante un período específico, generalmente un año fiscal. Para efectos de este plan de negocios, se establece una cantidad de \$1.200,00 para el primer año, por concepto de gestión publicitaria, cumpliendo con las políticas de publicidad definidas.

CAPITULO III

INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.1 Localización

La localización de un proyecto se refiere a la selección específica de un sitio o lugar donde se llevará a cabo dicho proyecto. Esto es relevante en una amplia gama de contextos, desde la construcción de una planta industrial hasta la apertura de un negocio minorista o la implementación de un proyecto de conservación ambiental. La elección de la localización correcta puede tener un impacto significativo en la eficiencia operativa, los costos y la capacidad de un proyecto para cumplir sus objetivos

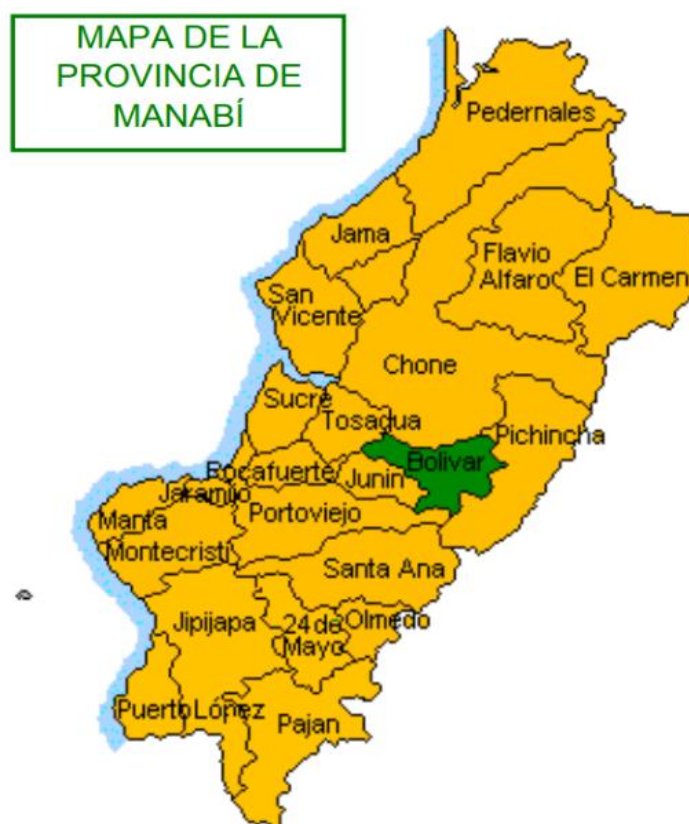
En el estudio de localización del proyecto, se toman en cuenta dos aspectos la macro y la micro localización, pero a su vez se deben analizar otros factores, llamados fuerzas locacionales, que de alguna manera influyen en la inversión de un determinado proyecto. (Cadena Sapag 2004).

3.1.1 Macro localización

Consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región.

El proyecto estará localizado en la ciudad de Calceta, Cantón Bolívar en la Provincia de Manabí

Ilustración 28 Mapa de Ubicación del cantón Bolívar en Manabí



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Viviana Faubla

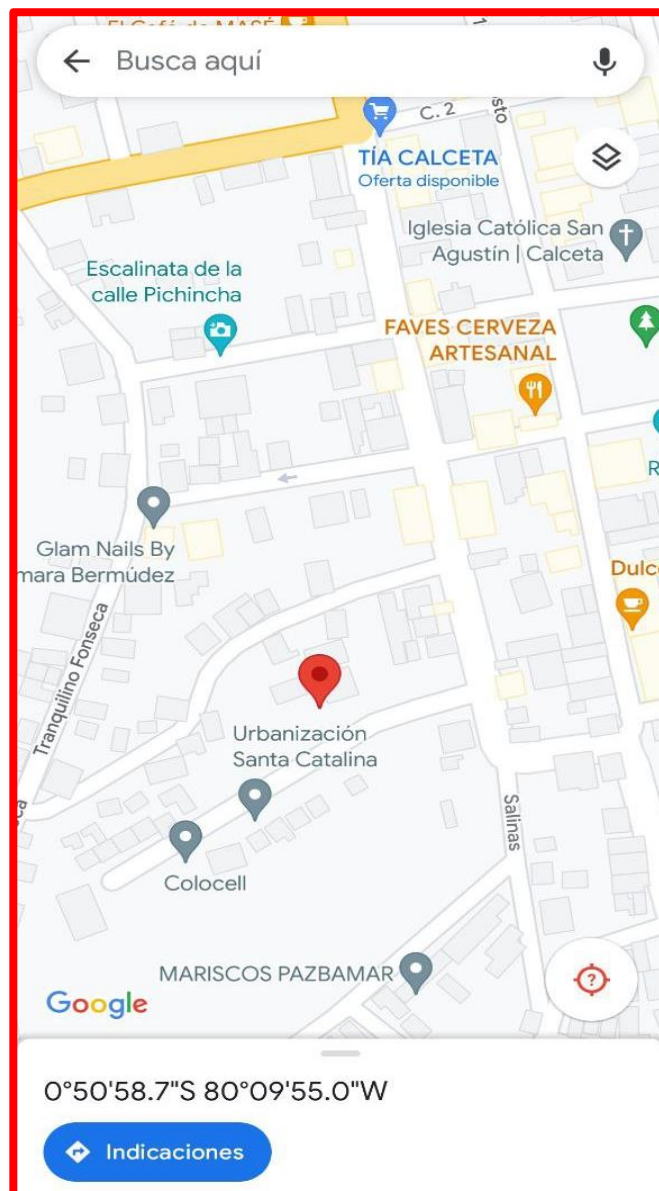
3.1.2 Micro localización

La Microlocalización se refiere a la identificación y descripción precisa de la ubicación de un objeto, persona o evento en un espacio muy pequeño o detallado. En términos generales, se trata de determinar la posición exacta de algo en un contexto muy específico. Este concepto se utiliza en una variedad de campos y tecnologías, incluyendo la tecnología de posicionamiento global (GPS), la cartografía de alta resolución, la logística, la robótica, la navegación interior y la gestión de inventario, entre otros.

- Disponibilidad y costos de Recursos: Mano de Obra, materias primas, servicios de comunicaciones.

- Otros Factores: Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.
- Otros factores: Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.
- Costo de transporte de insumos y de productos

Ilustración 29 *Micro localización*



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Viviana Faubla

Tabla 21 Características del Lugar

Características	Si	No
Vías de acceso	x	
Agua potable	x	
Alcantarillado	x	
Energía eléctrica	x	
Teléfono	x	

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

3.2 Conformación de la Empresa

La empresa que se conforma es de tipo unipersonal, siendo la responsabilidad del emprendedor proporcional el capital inicial del negocio. Esto, deberá ser elevado a documento público, en una Notaría del Cantón Bolívar.

3.2.1 Trámites para la conformación de una Empresa

3.2.1.1 RUC

Para la administración Tributaria es indispensable que la empresa cuente con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) que es el sistema de identificación por el que se asigna un número a la personas naturales o jurídicas que realizan actividades o que generan actividades económicas. Sirve además para el pago del IVA (Impuesto al Valor Agregado) y el Impuesto a la Renta.

3.2.1.2 Régimen Legal

Permisos de funcionamiento

Todos los locales dedicados a actividades comerciales y/o producción tienen que obtener el permiso anual de funcionamiento, actividad que está legalizada por el Municipio del Cantón Calceta, que es la Institución que concede dichos permisos;

Patente Municipal

Este permiso es obligatorio, es un tributo de carácter indirecto ya que grava el ejercicio habitual de cualquier actividad económica por períodos anuales.

Cuerpo de Bomberos

Los requisitos para obtener dicho permiso son:

Presentar solicitud del permiso del Municipio de Calceta

Copia de factura de compra de extintores o su recarga.

LUAE

La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE), es el permiso de funcionamiento que otorga el GAD, al desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado dentro del Cantón Bolívar.

Para obtener el permiso de funcionamiento deberá presentar los siguientes requisitos:

- Informe aprobado por el Cuerpo de Bomberos de Bolívar.
- Copia de RUC.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Último pago de predial Municipio y tasa de Cuerpo de Bomberos.
- También, se requiere el Registro Sanitario, expedido por la Agencia de Registro y Control Sanitario, del Ecuador.

3.3 Misión

Tabla 22 Misión

Matriz de la Misión	
Elementos	Descripción
1- Que y quiénes somos?	Somos una empresa comercializadora de maletas de herramientas básicas para el hogar.
2.- Que hacemos / que servicio brindamos?	Elaboramos y Comercializamos maletas de herramientas básicas para el hogar.
3.- Para que necesidades?	Para satisfacer una demanda
4.- Con que insumos y tecnología?	Con herramientas importadas y tecnología básica.
5.- Para que grupo o segmento me voy a enfocar?	Hogares de Calceta de nivel socio económico medio y medio alto.

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

MISSION

Somos una empresa que elabora y comercializa cajas de herramientas básicas para el hogar en la ciudad de Calceta, con la mejor calidad al mejor precio y un servicio oportuno a nuestros clientes.

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

3.4 Visión

Tabla 23 Visión

Visión	
Elementos	Descripción
¿Qué y quiénes somos?	Somos una empresa que ensambla y comercializa maletas de herramientas básicas para el hogar con un posicionamiento en tres años.
Base filosófica	Calidad
¿Finalidad o propósito?	Para satisfacer una demanda insatisfecha.
Principios y valores	Honestidad, Responsabilidad, Comunicación, Humildad, Calidad, Confianza, Trabajo en Equipo.
Ámbitos de acción	Hogares en general

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

VISIÓN

Lograr en tres años la consolidación como la empresa comercializadora de maletas de herramientas básicas para el hogar, entregadas de manera eficiente aumentando nuestra participación en el mercado.

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

3.5 Valores

3.5.1 Pasión

Lo crucial es que la pasión se alinee con la misión y los valores de la empresa, y que se fomente un ambiente en el que los empleados puedan expresar y utilizar su pasión de manera productiva.

3.5.2 Seriedad

A la hora de entregar nuestro servicio y cumplir nuestros clientes, siendo muy responsables con los plazos y tiempos acordados.

3.5.3 Honestidad

La honestidad con los clientes es esencial para construir relaciones sólidas y duraderas, mejorar la reputación del negocio y evitar problemas legales. Además, es un valor importante en la ética empresarial y personal.

3.5.4 Calidad

La calidad en una empresa es un enfoque integral que abarca la excelencia en productos o servicios, la satisfacción del cliente, la mejora continua, la cultura organizacional y el cumplimiento de estándares y regulaciones.

3.5.5 Trabajo en equipo en solución de problemas

El trabajo en equipo en la solución de problemas puede ser desafiante, pero cuando se hace correctamente, puede llevar a resultados significativamente mejores que el trabajo individual.

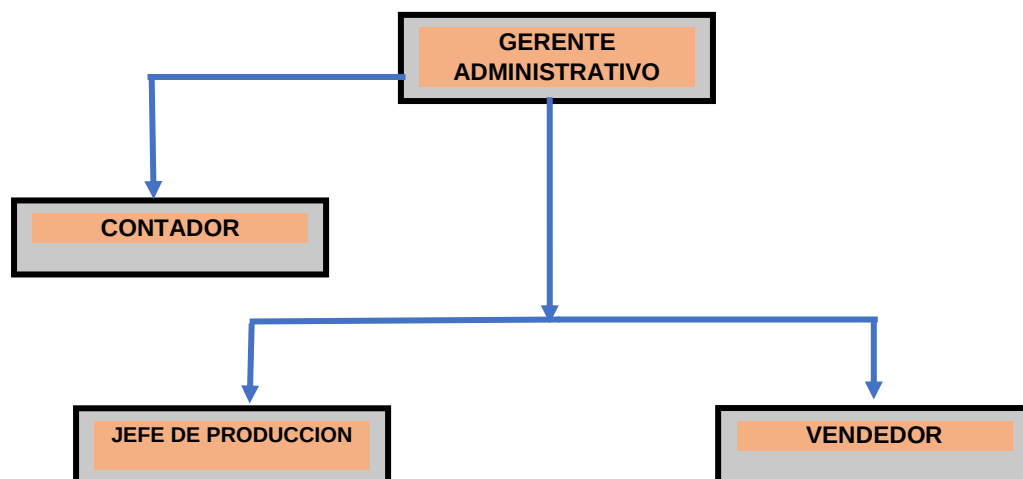
3.5.6 Integridad en la gestión

La integridad en la gestión es fundamental para construir la confianza tanto dentro como fuera de una organización. Cuando una organización muestra integridad en su gestión, es más probable que sus empleados, clientes, socios comerciales y la sociedad en general confíen en sus acciones y decisiones. Además, puede ayudar a prevenir problemas legales y de reputación que pueden surgir debido a prácticas poco éticas o fraudulentas. Por lo tanto, la integridad en la gestión es un componente esencial para el éxito sostenible de cualquier organización.

3.6 Organigramas de la Empresa

3.6.1 Organigrama Funcional TOOLS HOME

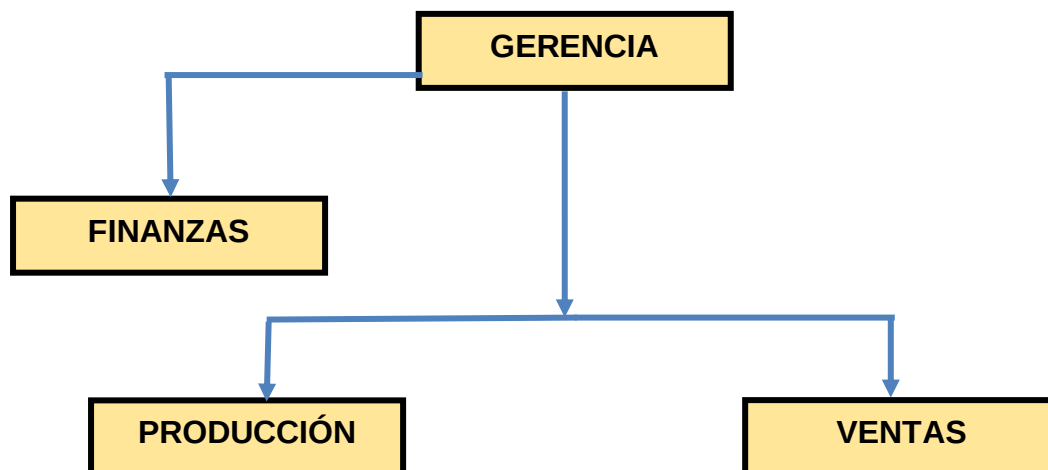
Ilustración 30 Organigrama funcional de la empresa TOOLS HOME



Fuente: investigación directa
Elaboración: viviana faubla

3.6.2 Organigrama estructural de la empresa TOOLS HOME

Ilustración 31 Organigrama estructural de la empresa TOOLS HOME



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

3.7 Infraestructura Física

Se considera infraestructura todo aquello que sirve para dar acogida y comodidad al cliente; lo que va permitir el proceso productivo, para movilizar sus insumos y seguridad.

3.7.1 Distribución de planta de TOOLS HOME

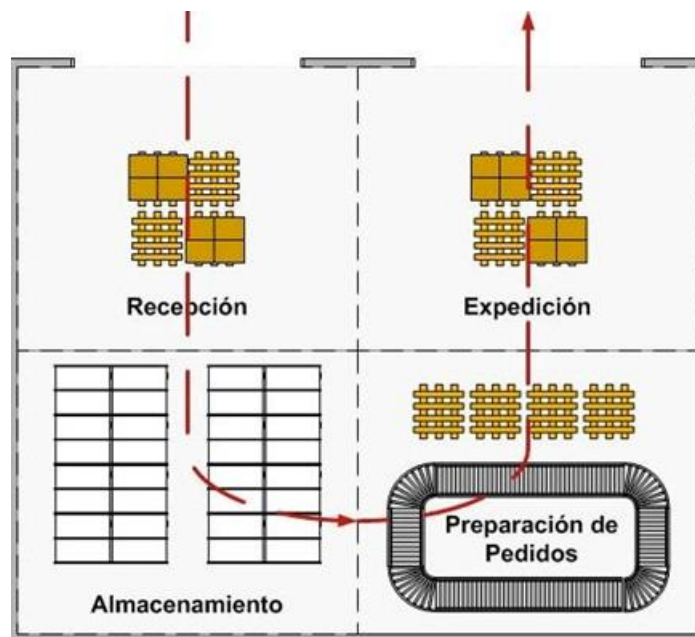
Cuando se habla de layout o distribución de la planta nos estamos refiriendo a la disposición de los elementos de la planta, es decir, las máquinas, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes que se compone una instalación productiva. Se trata de un aspecto estratégico para cualquier tipo de empresa, sea de manufactura o de servicios.

El layout o distribución de la planta también es cuando se asignan las tareas a cada uno de los elementos productivos de las empresas. Por tanto, estamos hablando de una toma de decisiones que implicará distribuir y asignar tareas a los recursos productivos.

La distribución en planta (*layout* en inglés) es la mejora más importante que se puede hacer en una fábrica mediante el cambio físico de la planta, ya sea para una empresa existente o todavía en planos

Para la operación de esta unidad productiva se requiere un área de aproximadamente 84 metros cuadrados, en donde se incluye administración y fabricación.

Ilustración 32 Distribución de la empresa *TOOLS HOME*



3.8 Descripción de perfiles y funciones del personal

El manual de funciones de los trabajadores del negocio de maleta de herramientas básicas para el hogar, está considerado de acuerdo a los cargos, tanto administrativos como operativos.

Para empezar, la empresa *TOOLS HOME* funcionará con los empleados estrictamente necesarios, para en un futuro, si fuera imprescindible, ampliar la cobertura de servicio y de plazas de empleo.

Se requiere, 1 gerente administrativo; para la elaboración, se necesitan 1 persona, que se denominara jefe de elaboración. Para realizar las ventas directas, se contratará 1 persona. Además, se contratará 1 contador, a tiempo parcial, sin relación de dependencia. En total, para iniciar las operaciones se necesitan 4 personas.

Tabla 24 Tabla Gerente Administrativo

Descripción de funciones y perfiles a nivel de cargo: gerente administrativo			
Cargo	Area	Perfil	Funciones
Gerente administrativo	Gestión y comercial	1- Tecnólogo en Administración de	1-Gestión comercial
		Empresas	2-Manejo de proveedores
		2-Experiencia en cargos similares por	3- Manejo de distribución
		un mínimo de 1 años	4-Fidelización de clientes
		3-Deseable experiencia en el sector	5-Gestión de contratos
			6-Tesorería
			7-Cumplimiento de metas

Fuente: investigación directa
 Elaboración: Viviana Faubla

Tabla 25 Jefe de elaboración

Descripción de funciones y perfiles a nivel de cargo: jefe de elaboración			
Cargo	Area	Perfil	Funciones
Jefe de Elaboración	Producción		1-Planeación, dirección y supervisión del proceso productivo del negocio
		1-Técnico en herramientas	2-Manejo de inventarios
		2-Conocimiento de arreglos y reparaciones en el hogar	de materias primas y productos terminados
		3-Experiencia mínima 1 año en cargo similar, de preferencia en el sector ferretero	3-Dirección de operarios de producción
		4-Experiencia en manejo de stock	4-Verificación de calidad del producto terminado
			5-Supervisión del cumplimiento de las normas de salud y seguridad en el trabajo

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Tabla 26 *Vendedor*

Descripción de funciones y perfiles a nivel de cargo: vendedor			
Cargo	Area	Perfil	Funciones
Vendedora	Comercial	1-Bachiller	1-Promoción y venta de
		2-Experiencia 1 año en ventas	Maletas de herramientas básicas para el hogar.
			2- Cumplimiento de presupuesto de ventas

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Tabla 27 *Contador*

Descripción de funciones y perfiles a nivel de cargo: contador			
Cargo	Area	Perfil	Funciones
		1-Contador	1-Llevar la contabilidad
Contador	Financiera	2-Experiencia de 2 años como	2-Estados Financieros
		contador en el sector empresarial	3-Manejo tributario

Fuente: investigación directa
Elaboración: viviana faubla

3.9 Presupuesto de Costos y Gastos

3.9.1 Remuneraciones

Tabla 28 Rol de pagos Administrativo

Personal Administrativo						
Descripción del cargo	Días trabajados	Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Décimo Tercero	less	Mensual
Gerente-Administrador	30	600.00	37.50	50.00	66.9	754.4
Contador	8	300.00	25	25	33.45	383.45

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Tabla 29 Rol de pagos de personal de Ventas

Personal de Ventas						
Descripción del cargo	Días trabajados	Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Décimo Tercero	less	Mensual
Ventas	30	500	37.50	41.67	60.75	639.92

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Tabla 30 Rol de pagos de Producción

Personal de Producción						
Descripción del cargo	Días trabajados	Sueldo	Décimo cuarto sueldo	Décimo Tercero	less	Mensual
Jefe Elaboración	30	500	37.50	41.67	60.75	639.92

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Análisis

De acuerdo a los datos que se evidencian en las tablas anteriores se deberá provisionar un monto de \$1150.35 mensuales, para el pago del personal administrativo, más el valor de \$639.92 por mes, a la persona que se encargará de la venta y finalmente la remuneración mensual para el personal de producción 639.92, dando un total de \$2428.51

3.9.2 Gastos de mantenimiento, suministro y otros

Tabla 31 *Gastos de mantenimiento, suministro y otros*

Gastos de mantenimiento, suministros y otros	
Item	Valor anual
Mantenimiento	400
Suministros de limpieza	360
Otros costos administrativos	240
Otros	100
Total	1.100

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

En la tabla anterior se encuentran los valores anuales, estimados para los rubros de mantenimiento, suministros de limpieza, gastos administrativos, como papelería y otros imprevistos. El valor para el primer año de funcionamiento del negocio alcanza los \$1.100,00

3.9.3 Activos fijos y Depreciación

Tabla 32 Equipos, vehículo, muebles, equipos electrónicos y otros

ACTIVOS FIJOS			
Rubros	Descripción	Depreciación	Valor
- Equipo y maquinaria	Para producción	350	3500
- Vehículos	Moto/ entregas	500	2500
- Muebles y enseres	De oficina	100	500
- Equipos electrónicos	Computador	267	800
- Montaje e instalaciones	Para producción	80	400
- Otros: imprevistos (5%)	Imprevistos	74	370
- Otros 2: decoración	Oficina	60	300
		1431	
		Total	8370.00

Fuente: investigación directa

Elaboración: Viviana Faubla

En la tabla 33, están los valores correspondientes a equipos de producción, vehículo, muebles y enseres, montaje e instalaciones, equipo de computación y un valor por imprevistos, de aproximadamente un 5% de lo anteriormente descrito. Los cálculos de las depreciaciones de los activos fijos, se calculan en base a, un 10% anual para equipo y maquinaria (se deprecia en 10 años), un 20% anual para el vehículo (se deprecia en 5 años), 20% al año para muebles, montaje e instalaciones (se deprecian en 5 años); y un 33% cada año los equipos electrónicos de facturación que incluye un computador (se deprecia en 3 años)

El desglose de los equipos y maquinarias que se requieren para este emprendimiento, se encuentran en la siguiente tabla:

Tabla 33 Desglose Equipo y maquinaria

Descripción de equipo y maquinaria	
Item	Valor (\$)
3 mesas de acero inoxidable para trabajo pesado	1500
Juego de estantería para organización de herramientas	1700
Imprevisto	300
Total	3500

Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Para la producción de maletas de herramientas básicas para el hogar, se necesita el equipo descrito en la tabla anterior. El total de inversión por este concepto es de \$3500,00.

3.9.4 Gastos servicios básicos

Tabla 34 Servicios básicos

Servicios básicos mensuales	
Descripción	Consumo mensual
Agua potable	50
Energía eléctrica	60
Telefonía celular	35
Telefonía fija	25
Internet	25
Total	195

Fuente: investigación directa
Elaboración: viviana faubla

Análisis

Es importante que el local donde se va a montar el negocio cuente con los servicios básicos elementales, como agua, energía eléctrica y servicio telefónico. Por este concepto se gastan \$195,00 al mes.

3.9.8 Arriendos

Tabla 35 *Arriendo*

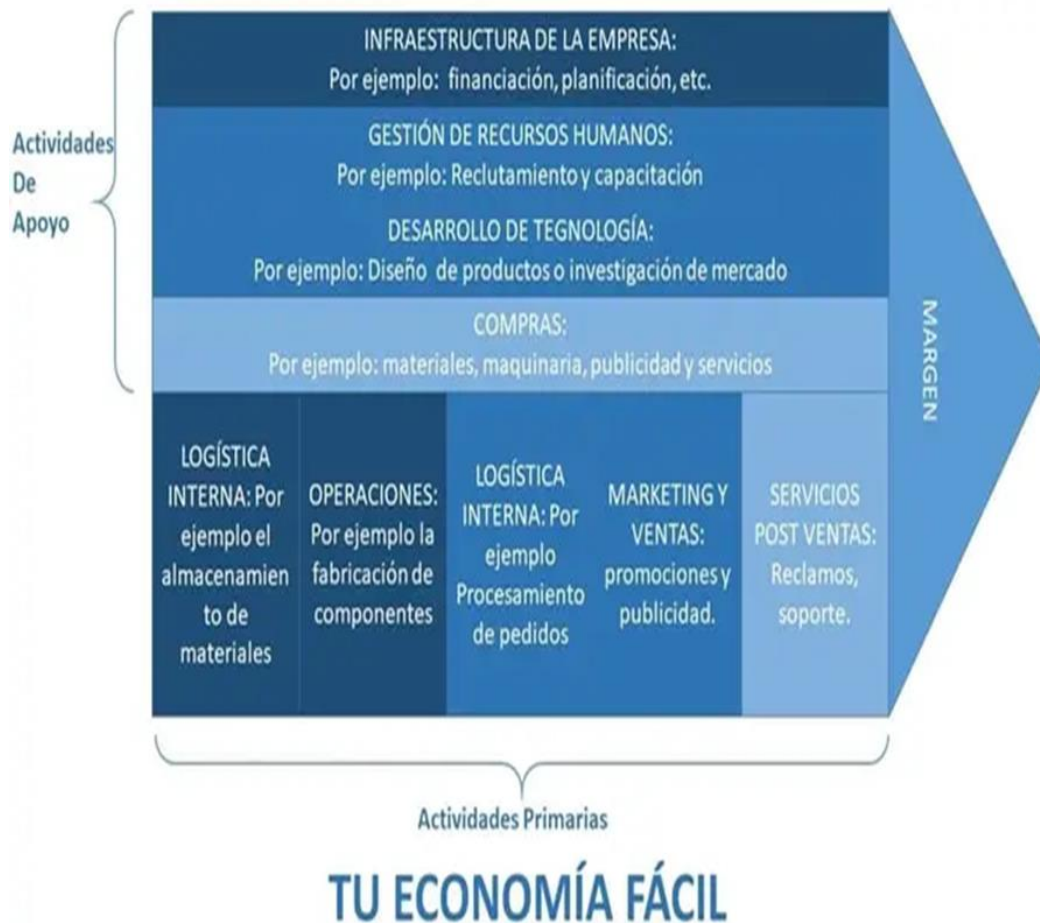
Arriendos			
Descripción	Cantidad	Precio /unidad	Precio total
local	1	250	250
			\$250

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

El local se encuentra en una zona relativamente céntrica, los valores por concepto de arriendo en la ciudad de calceta, son relativamente cómodos. El valor mensual por este concepto es de \$250,00

3.10 Cadena de valor

Ilustración 33 Cadena de Valor



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

CAPITULO IV

ANÁLISIS FINANCIERO

4.1 Factibilidad Económica y Financiera

4.1.1 Inversión

Tabla 36 *Activos Fijos*

activos fijos			
Rubros	Descripción	Depreciación	valor
- Equipo y maquinaria	<i>Equipo</i>	350	3500
- Vehículos	<i>Moto entregas</i>	500	2500
- Muebles y enseres	<i>Oficinas</i>	100	500
- Equipos electrónicos	<i>Computadoras</i>	267	800
- Montaje e instalaciones	<i>De planta</i>	80	400
- Otros: imprevistos (5%)	<i>Imprevistos</i>	74	370
- Decoración	<i>Oficina</i>	60	300
		1431	
	Total		8370

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

Análisis

En la tabla 28 se puede observar que los activos fijos necesarios para este proyecto suman \$8370 y su depreciación total alcanzan los \$ 1431. El valor más alto de la inversión, corresponde al rubro de equipo y maquinaria, con un valor de \$3500

4.1.2 Activos Diferidos

Tabla 37 *Activos Diferidos*

Activos diferidos	
- Elaboración del estudio técnico económico	1500
- Constitución legal de la compañía	200
- Gastos preoperacionales	300
Total	2000

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

Análisis

Para la creación de la empresa TOOLS HOME, es necesario contar con un presupuesto que será destinado al gasto de la documentación legal de la empresa como está representado en la tabla 28 de la presente investigación, así como un valor correspondiente a la elaboración del estudio o plan de negocio y un gasto preoperacional, que constituye todos los valores que se invierten antes de operar el proyecto. El valor total por este concepto es de \$2000

4.2 Capital de Operación

Tabla 38 Capital de Operación

CAPITAL DE OPERACIÓN		
	2	Meses
Rubros	por mes	Valor
- Materias primas y materiales	9306	18612
- Mano de obra	640	1280
- Servicios básicos	195	390
- Arriendos	250	500
- Sueldos administrativos	1695	3390
- Publicidad	100	200
Total		24372

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

Análisis

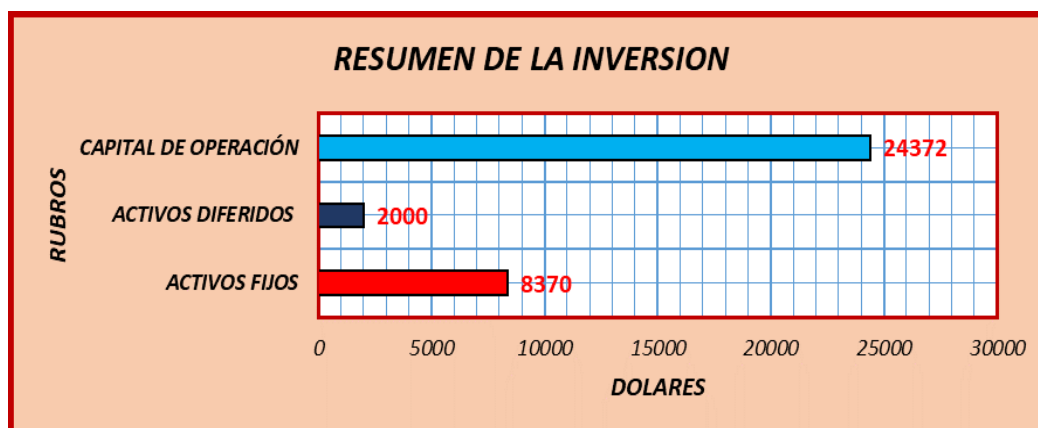
El capital de operación o de trabajo, es aquel que se requiere para empezar a funcionar un negocio, hasta que empieza a normalizarse el flujo de ingresos. Para este estudio, se prevé contar con \$24372, que corresponde a las necesidades de 2 meses de operación.

4.3 Resumen de la Inversión.

Tabla 39 Resumen de Inversión

Resumen de la inversion	
Rubros	Valor
Activos fijos	8370
Activos diferidos	2000
Capital de operación	24372
Total	34742

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

Ilustración 34 Resumen de la inversión

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

Análisis

El total de la inversión, para implementar el negocio de 34742 y su sistema de comercialización, en la ciudad de Calcuta, es de \$24372. El rubro que alcanza el mayor valor corresponde a los activos fijos, mientras que el menor es de los activos diferidos.

4.4 Financiamiento

Se financiará el \$13000 que corresponde al 37.42 % de la inversión total.

Tabla 40Financiamiento

Financiamiento			
Se financiará el usos y fuentes	37,42	% de la inversión total	
	Fuentes		
Usos	Capital propio	Capital ajeno	Resumen de inversiones
- activos fijos	2370	6000	8370
- activos diferidos	2000		2000
- capital de operación	17372	7000	24372
Total	21742	13000	34742

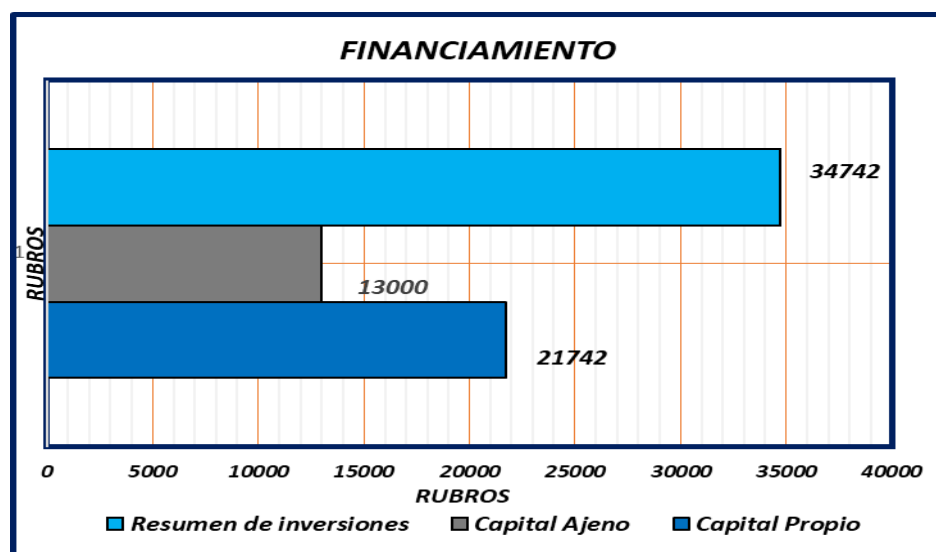
Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Viviana Faubla

Análisis

Existe un equilibrio financiero adecuado, pues no se prevé un endeudamiento excesivo, lo que permite iniciar el negocio de una manera solvente.

Para poder desarrollar el negocio, se necesitan como ya se dijo \$34742, de los cuales \$13000 serán de capital ajeno o financiado con la banca local y como capital propio \$21742 que equivale al 62.58% de dicha inversión.

Ilustración 35 *Financiamiento*



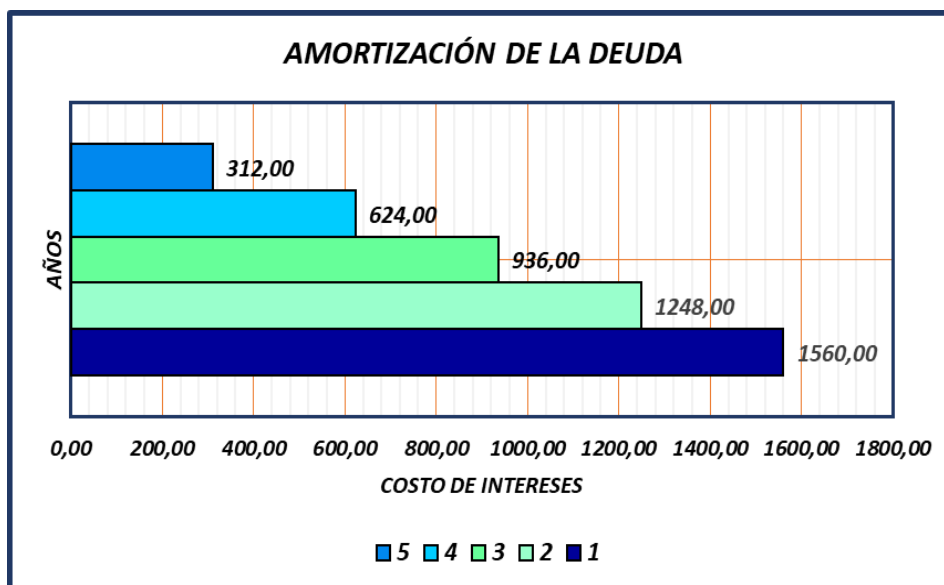
Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Tabla 41 *Costo Financiero y Anualidades*

Amortizacion de la deuda					
Monto	13000	Plazo en años	5	Tasa anual cte.	12
Años	interes	capital	anualidad	saldo	
1	1560,00	2600	4160,00	10400	
2	1248,00	2600	3848,00	7800	
3	936,00	2600	3536,00	5200	
4	624,00	2600	3224,00	2600	
5	312,00	2600	2912,00	0	
Total	4680	13000	17680,00	0	

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 36 Intereses por pagar



Fuente: Investigación directa
Elaborado por Viviana Faubla

Análisis

Para la ejecución de este proyecto, se necesita de un crédito que será cancelado en 5 años con un interés del 12% anual. Las anualidades que incluyen los intereses y el capital, suman \$17680, lo que significa que al final de los 5 años se habrá pagado \$4680 de intereses.

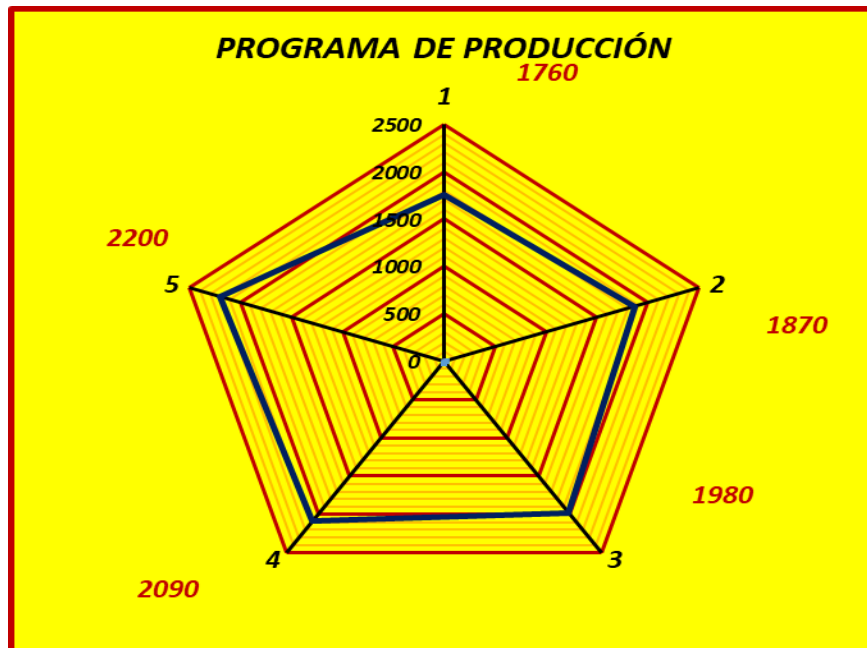
4.5 Programa de Producción

Tabla 42 Programa de producción

Ingeniería de proyecto		
programa de producción (en unidades)		
Años	Cantidad	Porcentaje de la capacidad instalada
1	1760	80
2	1870	85
3	1980	90
4	2090	95
5	2200	100

Fuente: Investigación directa
Elaborado por Viviana Faubla

Ilustración 37 Programa de Producción



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

Para elaborar el programa de producción se establecieron como base dos parámetros básicos, el primero que constituye el déficit de mercado y el segundo la capacidad instalada de los equipos que se van a adquirir. En este contexto, la producción máxima, es de 2200 cajas de herramientas por año.

4.6 Costos de Materias Primas y Materiales por Unidad

Tabla 43 Costo de Materiales

Materiales por caja de herramientas	
(en dólares)	
rubro	costo
2 destornilladores planos	2,50
2 destornilladores estrella	2,50
1 playo	4,00
1 alicate	5,00
1 pinza	5,00
1 flexómetro	1,75
1 taípe	1,00
1 teflón	1,00
1 martillo	5,00
1 kalipega	1,25
1 probador de energía	1,25
1 nivel	2,70
1 juego de llaves	6,00
1 llave de pico	7,50
1 caja plástica	17,00
Total	63,45

Fuente: Investigación directa
Elaborado por Viviana Faubla

Tabla 44 Materias Primas Y Materiales Por Unidad

MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES POR UNIDAD	
(en dólares)	
Rubro	Costo
Herramientas	46,45
Caja plástica	17,00
Total	63,45
Materia prima y materiales Año 1	111672

Fuente: Investigación directa
Elaborado por Viviana Faubla

Análisis

El costo total por concepto de materias primas y materiales, para elaborar una unidad, es \$111672, valor que incluye todos los rubros necesarios para fabricarla. Estos costos, son el resultado de una exhaustiva investigación y la elaboración de pruebas del producto/ servicio, con el correspondiente al año 1.

4.7 Presupuesto de Costos

Tabla 45 Presupuesto de Costos

Presupuesto de costos					
Porcentaje de crecimiento anual estimado de inflación				2,4%	**
Rubros	Años				
	1	2	3	4	5
a.- Costo de produccion					
- Materias primas y materiales	111672	114352	117097	119907	122785
- Mano de obra	7680	7864	8053	8246	8444
- Servicios básicos	2340	2396	2454	2513	2573
- Mantenimiento	400	410	419	429	440
- Arriendos	3000	3072	3146	3221	3299
- Depreciación	1431	1431	1431	1431	1431
- Otros: suministros de limpieza	360	369	377	387	396
Subtotal costo produccion	126883	129893	132977	136134	139367
b.- Costos de administracion y ventas					
- Sueldos de personal administrativo	20340	22374	22911	23461	24024
- Otros costos administrativos	240	246	252	258	264
- Publicidad	1200	1229	1258	1288	1319
- Otros	100	102	105	107	110
Subtotal costo adm. ventas	21880	23951	24526	25114	25717
c.- Costos financieros	1560	1248	936	624	312
d.-Costos totales	150323	155092	158438	161872	165396
e.- Cantidad / año	1760	1870	1980	2090	2200
f.- costo / unidad	85,41	82,94	80,02	77,45	75,18
** : inflación estimada b.c.e 2023					

Fuente: Investigación directa
Elaborado por Viviana Faubla

Análisis

En la tabla anterior se observa que el costo total por unidad para el primer año será \$ 85,41 y para el año 5 de funcionamiento será \$ 75,18. Esto se debe al aumento del volumen de ventas y a la disminución ciertos costos fijos como los financieros.

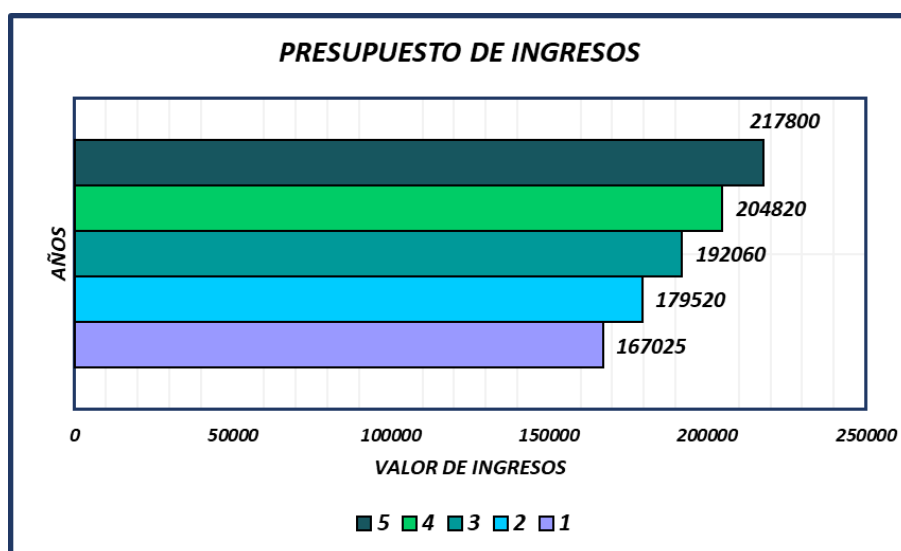
4.8 Presupuesto de Ingresos

Tabla 46 Presupuesto de Ingresos

en dólares			
Años	Cantidad / año	Precio / u /año	Total
1	1760	95	167025
2	1870	96,00	179520
3	1980	97,00	192060
4	2090	98,00	204820
5	2200	99,00	217800
Cálculo del precio			
Precio= costo / (1-% utilidad) =			94,90
Utilidad estimada		10%	

Fuente: Investigación directa
Elaborado por Viviana Faubla

Ilustración 38 Presupuesto de Ingresos



Fuente: Investigación directa
Elaborado por Viviana Faubla

Análisis

Para calcular el precio de cada caja de herramientas, se utiliza la fórmula establecida en la tabla 37 incluyendo un 10% de utilidad, a partir del costo obtenido que es \$ 85,41. El precio para el primer año, entonces, será de \$ 94,40 por unidad. Para ese mismo periodo, el ingreso total será de \$ 1167025 y para el año 5 será de \$ 217800. Para el cálculo, se estableció que los precios irán aumentando en \$ 1 por unidad cada año.

4.9 Evaluación del Proyecto.

Tabla 47 Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de pérdidas y ganancias					
Rubros	Años				
	1	2	3	4	5
1 ingresos totales	167025	179520	192060	204820	217800
(-) Costo de producción	126883	129893	132977	136134	139367
2 Utilidad bruta	40143	49627	59083	68686	78433
(-) Costo administ. y ventas	21880	23951	24526	25114	25717
3 Utilidad operacional	18263	25676	34558	43572	52716
(-) Costo financiero	1560	1248	936	624	312
4 Util. antes de repart. a trabaj.	16703	24428	33622	42948	52404
(-) 15% a trabajadores	2505	3664	5043	6442	7861
5 Utilidad antes de impuesto	14197	20763	28578	36506	44544
(-) 25% de impuesto	3549	5191	7145	9126	11136
6 Utilidad neta	10648	15573	21434	27379	33408

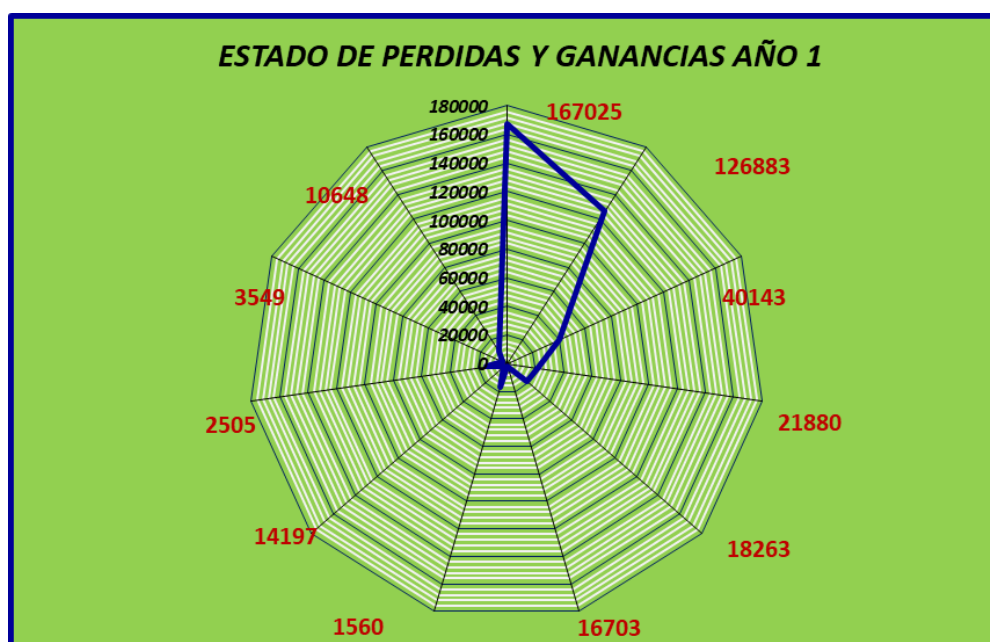
Fuente: Investigación directa
Elaborado por Viviana Faubla

Análisis

Para realizar el Estado de Pérdidas y Ganancias se procede de la siguiente manera: de los ingresos totales se resta el costo de producción obteniendo la utilidad bruta, de ésta, se resta el costo de administración y ventas para obtener la utilidad operacional. Se procede entonces a restar el costo financiero dando como resultado la utilidad antes de reparto a trabajadores y de ese monto se resta el 15% de pago a trabajadores obteniendo la utilidad antes del impuesto, a este valor se resta el 25% de pago de Impuesto a la Renta y como resultado se obtiene la utilidad neta de cada año. Esta utilidad neta, para el primer año de funcionamiento del negocio, tiene un valor de \$ 10.648 y para el quinto año, \$ 33.408, que constituye 3 veces la utilidad inicial.

Viviana Estefanía Faubla Sabando

Ilustración 39 Estado de pérdidas y ganancias



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

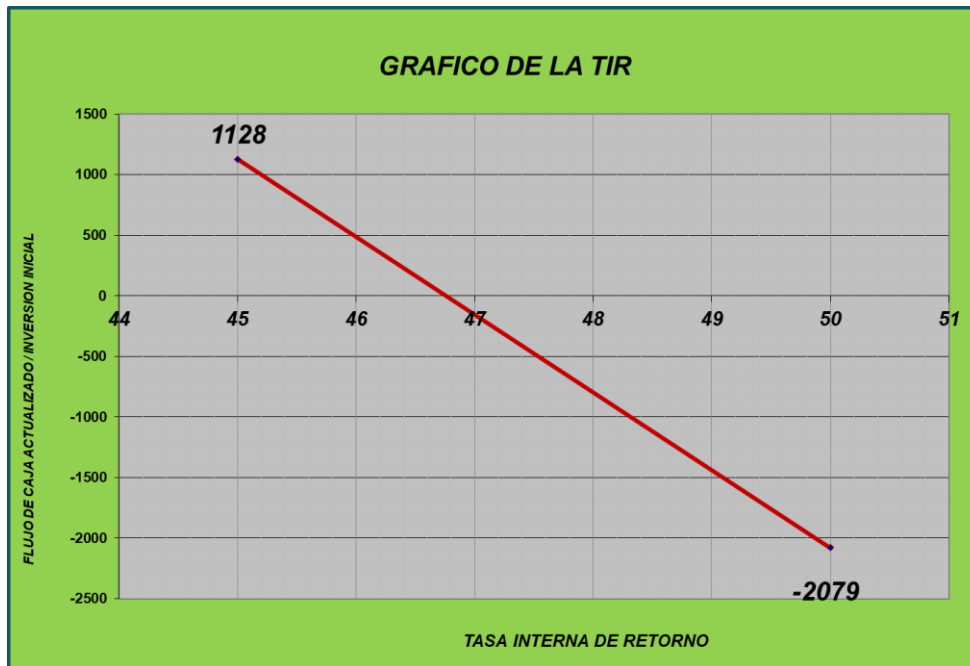
4.10 Calculo del Van, Tir, Pri

Tabla 48 Cálculo del Van, Tir y Pri

Simulador para evaluación de proyectos de inversión								
método de extrapolacion (tanteo)								
	<i>TIR</i>	<i>0,47</i>						
	<i>PRI=1/TIR/100</i>	<i>2,14</i>						
	<i>Inversión Inicial</i>	<i>34742</i>						
					%1	%2		
					45	50		
Año	Utilidad neta	Depreciaciones	Inversiones	Flujos	(1+r) ⁿ	Flujos/(1+r) ⁿ	(1+r) ⁿ	Flujos/(1+r) ⁿ
					1,45		1,5	
1	10648	1431		12078	1,45	8330	1,50	8052
2	15573	1431		17003	2,10	8087	2,25	7557
3	21434	1431		22864	3,05	7500	3,38	6775
4	27379	1431		28810	4,42	6517	5,06	5691
5	33408	1431		34838	6,41	5435	7,59	4588
					Total	35870	Total	32663
				(SF/(1+r) ⁿ)-II		1128	(SF/(1+r) ⁿ)-II	-2079
-	PRI (años) = 1/TIR	PRI	2,14		TIR (%)	46,76	VAN (\$)	1128

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 40 Gráfico de la TIR



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

La Tasa Interna de Retorno Financiero, para los 5 años de vida útil del negocio, es de 46,76%, lo que resulta muy atractiva, pues supera ampliamente la TMAR, que se ha estimado en 30%, el mismo que se basa en el indicador de variación de precios al consumidor y la esperanza de retorno financiero. En la ilustración anterior se puede visualizar que la TIR se produce cuando la sumatoria de flujos de caja actualizados menos la inversión inicial es igual a cero. El VAN tiene un valor positivo de \$ 1.128.

4.10.1 Periodo de Recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión se define como el inverso de la TIR, expresada en decimales.

$$PRI = 1/TIR$$

$$PRI = 1 / 0,4676$$

$$PRI = 2,13 \text{ años}$$

El periodo de recuperación de la inversión se ubicaría aproximadamente en 2 año y un mes.

4.11 Punto de Equilibrio

El Punto de equilibrio es aquel en el que los ingresos son iguales a los costos, esto es, el instante en que el negocio, obtiene un beneficio igual a cero. La empresa no tiene beneficios ni pérdidas. El punto de equilibrio lo podemos clasificar de la siguiente manera:

- Punto de equilibrio económico (en dinero o porcentaje de ventas)
- Punto de equilibrio productivo (en unidades producidas)
- Punto de equilibrio gráfico. (en ilustración)

4.11.1 Costos Fijos y Variables

Los Costos fijos, son aquellos en los que incurre la empresa independientemente del nivel de actividad, o del nivel de producción. Como ejemplo se tiene, el costo de renta de local, de energía eléctrica, de administrador, de mano de obra permanente, entre otros. Los Costos variables son aquellos que varían proporcionalmente al volumen de ventas, es decir varían en función del nivel de producción. Si la producción aumenta estos costos aumentan, por el contrario, si disminuye la producción estos costos se reducen también. Como ejemplo se pueden citar: el costo de materia prima, combustible, comisiones por venta.

Tabla 49 Costos Fijos y Variables

Costos fijos y Costos variables										
Rubros	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV
- Materias primas y mater		111672		114352		117097		119907		122785
- Mano de obra	7680		7864		8053		8246		8444	
- Servicios basicos		2340		2396		2454		2513		2573
- Mantenimiento		400		410		419		429		440
- Arriendos	3000		3072		3146		3221		3299	
- Depreciación	1431		1431		1431		1431		1431	
- Otra producción		360		369		377		387		396
- Sueldos personal admi	20340		22374		22911		23461		24024	
- Otros costos administ		240		246		252		258		264
- Publicidad		1200		1229		1258		1288		1319
- Otros administracion		100		102		105		107		110
Costos financieros	1560		1248		936		624		312	
Subtotales	34011	116312	35989	119103	36476	121962	36983	124889	37509	127886
Total	150323		155092		158438		161872		165396	

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Ilustración 41 Costos Fijos y Variables año 1



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

Análisis

Como se puede observar en la tabla e ilustración anteriores, en los costos fijos existen dos rubros que son significativamente altos, y corresponden a sueldos y salarios; mientras que a nivel de costos variables el 96% de ellos corresponde a compra de materiales.

De la suma del total de costos fijos y costos variables, se obtienen los costos totales. Para el año 1 el valor del costo total es de \$ 150,323

4.11.2 Punto de Equilibrio Económico y Productivo

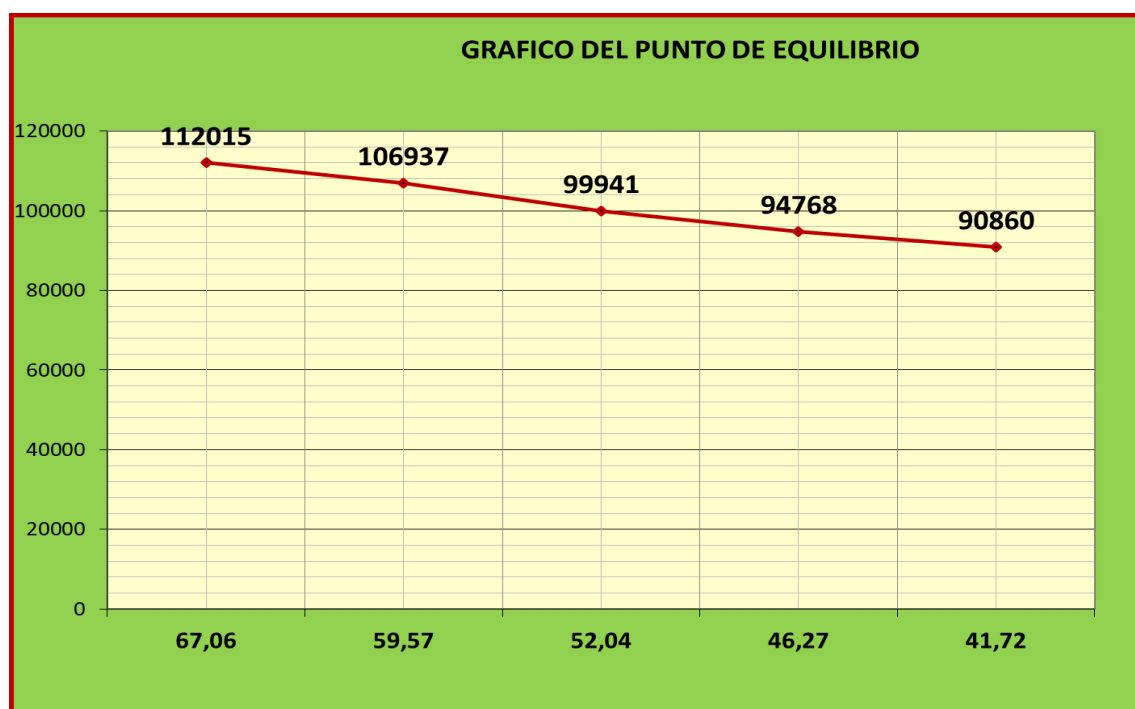
Tabla 50 *Punto de Equilibrio Económico y Productivo*

Cálculo del punto de equilibrio						
Rubros		Años				
		1	2	3	4	5
- Ingresos totales	(vt)	167025	179520	192060	204820	217800
- Costos fijos	(cf)	34011	35989	36476	36983	37509
- Costos variables	(cv)	116312	119103	121962	124889	127886
- Costo total	(ct)	150323	155092	158438	161872	165396
pe \$ = cf/(1-cv/vt)		112015	106937	99941	94768	90860
pe% = pe \$ / vt		0,67	0,60	0,52	0,46	0,42

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Viviana Faubla

4.11.3 Gráfico del punto de Equilibrio

Ilustración 42 *Punto de Equilibrio*



Fuente: investigación directa
Elaboración: Viviana Faubla

Análisis

Del cálculo del punto de equilibrio, establecido en la tabla se puede establecer que, para el primer año, vendiendo \$ 112.015, que corresponde al 67% de las ventas presupuestadas para ese año, se alcanza el punto de equilibrio, lo que equivale a haber vendido 1.179 unidades. Para el quinto año mejora este indicador económico al ubicarse en \$ 90.860 que es el 42% las ventas estimadas para ese año, y equivale a 918 unidades comercializadas.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- El producto a elaborar es caja de herramientas para hogares en la ciudad de Calceta y Cantón Bolívar Provincia de Manabí.
- La inversión total para realizar el proyecto es de \$ 34.742
- Se financiará 37,42% de la inversión total.
- El crédito a solicitar es de \$13000 para un plazo de 5 años al 12% de interés anual.
- La capacidad instalada del negocio es de 2200 cajas de herramientas por año.
- El costo por unidad para el primer año es de \$ 85,41
- El ingreso para el primer año de proyecto es de \$ 167.025
- La utilidad neta del proyecto en el año 1 es de \$ 10.648 , mientras que para el año 5 este rubro asciende \$ 33.408.
- La tasa interna del retorno financiero para los 5 años de vida del negocio es de 46,76%
- El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años 1 mes.
- El punto de equilibrio económico se logra vendiendo \$112.015 que corresponden al 67% de las ventas totales del año 1.

5.2 Recomendaciones

Por lo anteriormente expuesto me permito recomendar la implementación de este negocio teniendo en cuenta que se debería pensar en una segunda fase de crecimiento de mercado hacia toda la provincia de Manabí.

Bibliografía

- Anaya, J. (2016). *Organización de la producción industrial*. ESIC Editorial.
- Arguello, A., Llumiguano, M., Gavilánez, C., & Torres, L. (2020). *Administración de empresas*. PONS PUBLISHING HOUSE / PONS ASBL.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Fernández, C., Baptista, M., & Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. doi:McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing*. Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Gutiérrez, M. (2014). Elementos del mercado para comprender la dinámica de la industria mexicana de los medios de comunicación. *Palabra Clave*, 17(4).
- Hernández, R. (2018). *Metodología De La Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa Y Mixta*. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Lema, M., & Mayorga, M. (2020). *Contabilidad, costos y finanzas en las empresas*. Unach.
- Lugo, E., & Ovallos, D. (2020). *Capacidad productiva de la población vulnerable económicamente activa en el departamento del Atlántico*. Universidad Simón Bolívar.

- Marco, F. (2016). *Introducción a la gestión y administración en las organizaciones*. Universidad Nacional Arturo Jauretche.
- Mondragon, D. (2017). *Administración de Empresas*. Fondo editorial Areandino.
- Monferrer, D. (2019). *Fundamentos de marketing*. Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
- Mullins, J., Walker, O., Boyd, H., & Jamieson, B. (2014). *Marketing*. Edinburgh Business School .
- Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva*. Grupo Editorial Patria S.A de C.V.
- Sepúlveda, L. (2019). *Manual para la asignatura de Costos. Empresas de producción y servicios* . Fondo Editorial Remington.
- Sinisterra, G., & Rincón, C. (2018). *Contabilidad de Costos*. ECOE Ediciones.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. The McGraw-Hill.
- Véliz, M., & Culcay, M. (2022). *Contabilidad de Costos: Conceptos Fundamentales*. Editorial Grupo Compás.

Linkografía

https://www.google.com/maps/place/Calceta/@-0.8424836,-80.1626874,14z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x902ba10e2574ea03:0x560565444a6d5358!8m2!3d-0.8406658!4d-80.1596041!16s%2Fq%2F11bc6vh_n?entry=ttu

https://www.google.com/search?q=cajas+de+herramientas&sca_esv=57595530&tbm=isch&sxsrf=AM9HkKmtfg5BjroolsQz_kzl5W54znCnAw:1698108412681&source=lnms&sa=X&sqi=2&ved=2ahUKEwjngunluo2CAxX8D1kFHxW0CuEQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1481&bih=732&dpr=1.3#imgrc=1hgAfwhMTAuTIM

https://www.google.com/search?q=herramientas+varias&sca_esv=57595530&tbm=isch&sxsrf=AM9HkKIW8wi9qJPO4GDxJD1uaLx8bxDZkA:1698108527168&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKEwig6LScu42CAxXzmMoFHR_YCbYQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1481&bih=732&dpr=1.3#imgrc=oB4CmOwp2dyWcM

https://www.google.com/search?q=mapa+provincia+de+manabi&sca_esv=57595530&tbm=isch&sxsrf=AM9HkKndp3HdTNXmXzZIQCA_QL90el9oIQ:1698108443431&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKEwj27r30uo2CAxXtmMoFHQ5jA-oQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1481&bih=732&dpr=1.3#imgrc=FPgKRV6QuYj7M