



Universidad Tecnológica Equinoccial

**Sistema de Educación Presencial
Carrera de Finanzas y Auditoría CPA**

**Tesis de grado previa la obtención del título de
Ingeniera en Finanzas y Auditoría C.P.A**

Tema:

**Investigación de Alternativas de Inversión y Financiamiento en PYMES en el sector
comercial de la ciudad de Sangolquí**

Autora:

Karla Quiroz

Director de Tesis:

Ing. Mario Reinoso

Quito-Ecuador

2012



Certificación de Tutoría

Por medio de la presente certifico, que la Srta. Karla Quiroz Défaz, ha realizado bajo mi tutoría la Tesis **“Investigación de Alternativas de Inversión y Financiamiento en PYMES en el sector comercial de la ciudad de Sangolquí”**, cumpliendo los objetivos y lineamientos planteados para la ejecución de la misma, en base a los requisitos que expide la Universidad Tecnológica Equinoccial, para la obtención del título de Ingeniera en Finanzas y Auditoría C.P.A.

Atentamente:

Ing. Mario Reinoso

Docente Universidad Tecnológica Equinoccial

Declaración de Autenticidad

La responsabilidad del contenido de la presente tesis de grado, corresponde a su autora:

Karla Sofia Quiroz Défaz

C.I 1721737631

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis queridos padres Gonzalo y Paquita, quienes me han brindado su apoyo y confianza incondicional, a mi hermana Adriana por su motivación constante y a Dios por ser mi guía y mi fortaleza.

Gracias a mi familia y a Dios he logrado culminar esta etapa importante de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Tecnológica Equinoccial y a mis queridos profesores que me abrieron las puertas y compartieron sus abundantes conocimientos para salir adelante en mi vida personal y académica.

Un agradecimiento especial al Ingeniero Mario Reinoso quien me guió en la realización de la presente tesis y me brindó su apoyo y comprensión constante.

No puedo olvidar a mis amigos, aquellos con los que viví experiencias inolvidables en mi vida y supieron brindarme una amistad sincera e incondicional.

Karla Q.

INDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Enunciado del problema	2
1.3 Formulación del problema	3
1.4 Justificación e importancia del tema	4
1.5 Objetivos de la investigación	5
1.5.1 Objetivo general	5
1.5.2 Objetivos Específicos	5
1.6 El Marco Teórico	6
1.6.1 Fundamentación teórica	6
1.6.1.1 Contexto Global	6
1.6.1.2 Ventajas de las pequeñas empresas:	8
1.6.1.3 Desventajas de las pequeñas empresas:	8
1.6.1.4 Las PYMES en el Ecuador	9
1.6.1.5 Actividades de las empresas	10
1.6.1.6 Clasificación de las empresas en el Ecuador	12
1.6.1.7 Características de la Pequeña y mediana empresa	12
1.6.1.8 Financiamiento de las PYMES	13
1.7 Formulación de la Hipótesis	15
1.7.1 Hipótesis de trabajo	16
1.7.1.1 Hipótesis general	16
1.8 Variables de la investigación	16
1.8.1 Variable Independiente	16
1.8.2 Variables dependientes	17
1.8.3 Determinación de las variables en cada hipótesis	17
1.8.4 Definición conceptual de las variables	19

CAPITULO II

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1	Diseño de investigación	21
2.1.1.-	Investigación Exploratoria	21
2.1.2.-	Investigación Concluyente	21
2.2	Métodos de investigación	22
2.2.1	El método deductivo	22
2.2.2	El método inductivo	22
2.2.3	El método científico	22
2.3	Técnica de investigación	22
2.4	Población y muestra	23
2.4.1.-	Población	23
2.4.2	Muestra	24
2.5	Tamaño de la muestra	24
2.5.1	Marco muestral	24
2.6	Tipo de muestreo	25
2.7	Recopilación o recolección de datos	26
2.7.1	Definición de Cuestionario	26
2.7.2	Contenido de Diseño del Cuestionario	27
2.7.3	Diseño del cuestionario	28
2.8	Tabulación y procesamiento de datos	29
2.8.1	Técnicas para el Procesamiento	29
2.9	Informe de resultados	29

CAPITULO III

ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO

3.1.-	¿Que es un negocio?	51
3.2.-	Factores a tomar en cuenta antes de invertir en un negocio	51

3.2.1.- El plazo.	51
3.2.2.- Posibilidades económicas	51
3.2.3.- Ubicación	51
3.2.4.- Asesorías	52
3.2.5.- Conocer el producto	52
3.2.6.- Definiendo las salidas	52
3.2.7.- Diversificación	52
3.3.- Actividades para elegir un negocio	52
3.3.1.- Decisiones importantes antes de elegir un nuevo negocio	52
3.3.1.1.- Decidir si verdaderamente existe el interés de iniciar su propia empresa:	52
3.3.1.2.- Decidir el tipo de negocio y la ubicación:	53
3.3.1.3.- Decidir si empezar a tiempo completo o a tiempo parcial:	53
3.3.2.- Estrategia de selección de un nuevo negocio	54
3.3.3.- Cómo evaluar un negocio específico que haya considerado.	55
3.4.- Pasos para Iniciar un Negocio Propio	56
3.4.1.- Primer Paso: Desarrollar un Plan de Negocios	56
3.4.1.1 Criterios para evaluar los proyectos	56
3.4.1.1.1 Valor Actual Neto (VAN)	56
3.4.1.1.2 Tasa Interna de Retorno TIR	58
3.4.1.1.3 Período de Recuperación de la Inversión	59
3.4.1.1.4 Determinación de las tasas de descuento	60
3.4.2.- Segundo Paso: Financiamiento	61
3.4.3.- Tercer Paso: Trámites de apertura del negocio	61
3.4.4.- Cuarto Paso: Acondicionamiento de Instalaciones	61
3.4.5.- Quinto Paso: Contratación del Personal	62
3.4.6.- Sexto Paso: Compra de Inventarios	62
3.4.7.- Séptimo Paso: Promoción Inicial	62
3.5 Financiamiento	63
3.5.1 Antecedentes	63
3.5.2 Líneas de Crédito de la Corporación Financiera Nacional CFN	65
3.5.2.1 Línea de Crédito Multisectorial como Banca de Segundo Piso	67
3.5.2.2 Requisitos e información y para acceder al crédito	68
3.5.2.3 Línea de Crédito Directo de la Corporación Financiera Nacional como Banca de	68

Primer Piso	
3.5.2.4 Crédito para la microempresa	70
3.5.2.5 Crédito para la Pequeña y Mediana Empresa con Recursos de la CFN	70
3.5.3 Crédito del Banco Nacional de Fomento	71
3.5.3.1 Crédito para pequeños productores: agricultores, artesanos y comerciantes con recursos propios del Banco	72
3.5.3.2 Crédito para Medianos Productores: Agricultores, Artesanos y Comerciantes con Recursos Propios	73
3.5.4 Líneas de Crédito de las Instituciones Financieras Privadas	74

CAPITULO IV

ALTERNATIVAS DE NEGOCIO

4.1.- Alternativas de negocio propuestas para el sector de Sangolquí	81
4.1.1 Empresa de Seguridad Privada	85
4.1.2 Centro de Yoga	90
4.1.3 Florería	95
4.1.4 Salón de eventos	100
4.1.5 Restaurante de comida saludable	106
4.1.6 Gimnasio (Centro de acondicionamiento físico)	111
4.1.7 Lavadora de autos	116
4.1.8 Tienda de artesanías	121
4.1.9 Viveros y Jardines	126
4.1.10 Escuela de deportes	132
4.2.- Punto de equilibrio proyectos más rentables	139
4.2.1 Punto de equilibrio Centro de Yoga	140
4.2.2 Punto de equilibrio Salón de Eventos	144
4.3.3 Punto de equilibrio Viveros y Jardines	147

CAPITULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	153
5.1 CONCLUSIONES	153
5.2 RECOMENDACIONES	154
BIBLIOGRAFÍA	156
ANEXOS	
ANEXO N° 1	158
Diseño de la Encuesta aplicada	
ANEXO N° 2	159
Tabulación de los resultados	

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.1: Matriz de operacionalidad de las variables del estudio	18
Tabla N° 3.1: Tasa de descuento para los proyectos	61
Tabla N° 3.2: Condiciones de crédito banca de segundo piso de la CFN	68
Tabla N° 3.3: Condiciones de crédito banca de primer piso de la CFN	69
Tabla N° 3.4: Condiciones de crédito para la Pequeña y Mediana Empresa de la CFN	70
Tabla N° 3.5: Condiciones de crédito pequeños productores Banco Nacional de Fomento	72
Tabla N° 3.6: Condiciones de crédito medianos productores Banco Nacional de Fomento	73
Tabla N° 3.7: Condiciones de Crédito Banco del Pichincha “Crédito Productivo”	75
Tabla N° 3.8: Condiciones de Crédito Banco del Pichincha “Crédito Preciso”	76
Tabla N° 3.9: Condiciones de Crédito Banco de Guayaquil “Microcrédito BG”	77
Tabla N° 3.10: Condiciones de Crédito Cooperativa de Ahorro y Crédito COOPROGRESO	78
Tabla N° 3.11: Condiciones de Crédito Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Taboada	79
Tabla N° 3.12: Condiciones de Crédito Cooperativa de Ahorro y Crédito alianza del Valle	80
Tabla N° 4.1: Alternativas de negocios propuestas	81
Tabla N° 4.2: Presupuesto de inversión inicial empresa de seguridad	85
Tabla N° 4.3: Calculo de los sueldos y salarios empresa de seguridad	86
Tabla N° 4.4: Flujo de caja del primer año empresa de seguridad	87
Tabla N° 4.5: Flujo de caja proyectado empresa de seguridad	88
Tabla N° 4.6: Periodo de recuperación de la inversión empresa de seguridad	89
Tabla N° 4.7: Presupuesto de inversión inicial centro de yoga	90
Tabla N° 4.8: Cálculo de los sueldos y salarios empresa de seguridad	91
Tabla N° 4.9: Flujo de Caja primer año centro de yoga	92
Tabla N° 4.10: Flujo de caja proyectado centro de yoga	93
Tabla N° 4.11: Periodo de recuperación de la inversión centro de yoga	94
Tabla N° 4.12: Presupuesto de inversión inicial para la florería	95
Tabla N° 4.13: Calculo de sueldos y salarios para la florería	96
Tabla N ^a 4.14: Flujo de caja primer año para la florería	97
Tabla N° 4.15: Flujo neto de caja proyectado para la florería	98

Tabla N° 4.16: Periodo de recuperación de la inversión para la florería	99
Tabla N° 4.17: Presupuesto de inversión inicial salón de eventos	101
Tabla N° 4.18: Calculo de sueldos y salarios salón de eventos	102
Tabla N° 4.19: Flujo de caja primer año salón de eventos	103
Tabla N° 4.20: Flujo neto de caja proyectado salón de eventos	104
Tabla N° 4.21: Periodo de recuperación de la inversión salón de eventos	105
Tabla N° 4.22: Presupuesto de inversión inicial restaurante comida saludable	106
Tabla N° 4.23: Calculo de sueldos y salarios restaurante comida saludable	107
Tabla N° 4.24: Flujo de caja primer año restaurante comida saludable	108
Tabla N° 4.25: Flujo neto de caja proyectado restaurante comida saludable	109
Tabla N° 4.26: Periodo de recuperación de la inversión restaurante comida saludable	110
Tabla N° 4.27: Presupuesto de inversión inicial gimnasio	111
Tabla N° 4.28: Calculo de sueldos y salarios gimnasio	112
Tabla N° 4.29: Flujo de caja primer año gimnasio	113
Tabla N° 4.30: Flujo neto de caja proyectado gimnasio	114
Tabla N° 4.31: Periodo de recuperación de la inversión gimnasio	115
Tabla N° 4.32: Presupuesto de inversión inicial lavadora de autos	116
Tabla N° 4.33: Calculo de sueldos y salarios lavadora de autos	117
Tabla N° 4.34: Flujo de caja primer año lavadora de autos	118
Tabla N° 4.35: Flujo de caja proyectado lavadora de autos	119
Tabla N° 4.36: Periodo de recuperación de la inversión lavadora de autos	120
Tabla N° 4.37: Presupuesto de inversión inicial tienda de artesanías	121
Tabla N° 4.38: Calculo de sueldos y salarios tienda de artesanías	122
Tabla N° 4.39: Flujo de caja primer año tienda de artesanías	123
Tabla N° 4.40: Flujo de caja proyectado tienda de artesanías	124
Tabla N° 4.41: Periodo de recuperación de la inversión tienda de artesanías	125
Tabla N° 4.42: Presupuesto de inversión inicial empresa de viveros y jardines	126
Tabla N° 4.43: Calculo de sueldos y salarios empresa de viveros y jardines	127
Tabla N° 4.44: Flujo de caja primer año empresa de viveros y jardines	128
Tabla N° 4.45: Flujo de caja proyectado empresa de viveros y jardines	130
Tabla N° 4.46: Periodo de recuperación de la inversión empresa de viveros y jardines	131
Tabla N° 4.47: Presupuesto de inversión inicial escuela de deportes	133
Tabla N° 4.48: Calculo de sueldos y salarios para la escuela de deportes	134

Tabla N° 4.49: Flujo de caja primer año escuela de deportes	135
Tabla N° 4.50: Flujo de caja proyectado escuela de deportes	136
Tabla N° 4.51: Periodo de recuperación de la inversión escuela de deportes	137
Tabla N° 4.52: Comparativo de las evaluaciones financieras de los negocios	138
Tabla N° 4.53: Costo fijo, variable y totales unificados	140
Tabla N° 4.54: Aporte de servicios a los costos	140
Tabla N° 4.55: Costos fijos, variables y totales unificados	144
Tabla N° 4.56: Costos fijos, variables y totales unificados	147
Tabla N° 4.57: Costos fijos, variables y totales unificados	148

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

El ser humano, desde sus primeros pasos en la tierra, ha sido artífice fundamental de todas las innovaciones y modificaciones que hoy se perciben en nuestro entorno, pues busca siempre mejores condiciones de vida, un mayor desarrollo personal y comunitario, una mayor sensación de felicidad, un nivel de vida más acorde con sus expectativas; es decir, lo que la cultura humana ha asociado a progreso, desarrollo, bienestar y superación; es por ello que la humanidad siempre ha impulsado la creación de distintas actividades económicas, las cuales se han reflejado en su gran mayoría en lo que actualmente se conoce como las pequeñas y medianas empresas, muchas de las cuales con el pasar de los años han logrado un desarrollo tan grande que les ha permitido subir de nivel y convertirse en grandes empresas y empresas transnacionales.

La pequeña empresa tiene una gran presencia en el mercado latinoamericano teniendo en cuenta que es intensiva en mano de obra, más que en capital, el efecto de su presencia se ve reflejado en la ampliación progresiva de plazas de empleo constituyendo una solución desde el punto de vista económico y social.

Por estas consideraciones, los países en vías de desarrollo, han incorporado a su modelo de crecimiento, la implementación de las PYMES como una solución para disminuir la tasa de desempleo y evitar la migración. Para alcanzar estos objetivos, han puesto en marcha políticas económicas que motiven su creación; entre estas acciones están tasas de interés bajas, asistencia técnica, capacitación de mandos a todo nivel.

A nivel internacional, en la mayoría de los países, las Pymes representan más del 95% del total de empresas, proporcionan entre el 60 y 70% del empleo y contribuyen entre el 50 y 60% del Producto Interno Bruto”. Bajo este contexto, es indispensable promover la investigación acerca de estas empresas, sus principales problemas y sus posibles soluciones.

Es claro que, con dinero se puede hacer casi todo: mientras más recursos financieros tenga la empresa y mejor los maneje, más factible será que resista algún problema que se le presente o que le sean redituados mayores beneficios. Al contar con dinero y un buen manejo de éste, un empresario en pequeño podrá responder acertadamente a las necesidades y expectativas del mercado.

Sin embargo, es común que las pequeñas empresas empiecen sus operaciones sin capital suficiente para asegurar su éxito a futuro. Generalmente, al preguntar a un empresario que es lo que más necesita, probablemente su respuesta estará ligada con el requerimiento de recursos, con las dificultades en la obtención de financiamiento para iniciar, desarrollar y conservar su empresa, entre otros problemas con los que se enfrenta como pequeño empresario.

La falta de financiamientos adecuados para la subsistencia de las PYMES, destaca como uno de los problemas principales a los que se enfrentan. Más grave aún es el hecho de que cuando existen fuentes de financiamiento, los empresarios no llegan a utilizarlas por falta de promoción o por desconfianza de las instituciones que los proporcionan, por desconocimiento o falta de interés por parte de los empresarios, o bien, no son sujetos de crédito por falta de historial crediticio, solvencia económica o garantías suficientes.

Todos esos antecedentes provocan que en el Ecuador en general exista una notable contracción del desarrollo microempresarial, de pequeño y de mediano calado de empresas, situación que sin duda podría tener varias alternativas de solución, las mismas que se intentará aperturarlas con el presente estudio de investigación, generando de esta manera una herramienta sencilla pero eficiente que sirva de guía a pequeñas y medianas empresas.

1.2 Enunciado del problema

La pequeña empresa en el Ecuador, se ha convertido en uno de los sectores más dinámicos de la economía, convirtiéndose en un motor generador de riqueza pues,

satisface las necesidades de este sector, genera ingresos para el fisco, fomenta la inversión, crea fuentes de trabajo.

Sin embargo, para tener éxito en la gestión, la empresa debe comprender y manejar los conceptos y técnicas que regulan su sistema productivo, los procesos y procedimientos que darán origen al producto, para el efecto, debe contar con recursos apropiados de: infraestructura, maquinaria equipo, tecnología y humanos óptimos para facilitar la producción y la comercialización del producto.

Las estrategias, orientadas al mercado meta, le permitirán a la organización, tener un acercamiento al cliente y formar una imagen positiva, para crecer y permanecer en el mercado. El producto debe, necesariamente, satisfacer las necesidades y deseos de los demandantes. El éxito se alcanzará cuando el producto se posicione en el mercado.

Una de las etapas básicas es la consecución de los recursos necesarios para poder dar inicio o ampliar las operaciones de las PYMES, y uno de ellos es el financiero. Este proceso, conocido en general como financiación, es fundamental en el éxito de toda empresa sea pequeña, mediana o incluso grande. Por ello, todo empresario debe tener una idea muy clara sobre las posibilidades que su entorno empresarial le brinda y acerca de la mejor manera de usarlas. Es importante destacar que los mecanismos, líneas, formas de financiación, etc., cambian de sector a sector y de institución a institución, por lo cual se hace más necesario que el empresario potencial y el que ya está en ejercicio mantengan un programa activo de seguimiento y conocimiento de los mecanismos financieros que estén disponibles.

1.3 Formulación del problema

En relación a lo dicho, ¿En qué medida el contar con una herramienta que refleje alternativas de Inversión y financiamiento en PYMES en el sector comercial de la ciudad de Sangolquí, permitirá el mejoramiento de la actual situación de éstas en el mediano plazo?

¿Es factible establecer alternativas de Inversión y financiamiento en PYMES en el sector comercial de la ciudad de Sangolquí?

¿Es posible crear una herramienta adecuada, que permita y facilite la toma de decisiones de inversión y financiamiento en las PYMES?

¿Existe el interés acerca de esta herramienta por parte de los sectores productivos, de comercio y de servicio en la zona?

¿Están conscientes los propietarios de los negocios de las posibilidades de financiamiento que existen en la zona y como acceder a estas?

¿Qué tipo de información necesitan las PYMES para mejorar el libre mercado nacional e internacional?

1.4 Justificación e importancia del tema

A pesar de que las PYMES han sido el motor de la producción a nivel nacional en campos como la generación de mano de obra es decir fuentes de empleo directas, el desarrollo de infraestructura, la generación de ingresos al fisco, etc., en el Ecuador no existe una herramienta y mucho menos un sistema que le permita a las PYMES orientarse ni tampoco prever las futuras necesidades que pueda tener el mercado en general; tampoco cuenta con un sistema que brinde información y consecuentemente soluciones a los posibles problemas de financiamiento que pueden presentar, es por ello que se considera de vital importancia dar el primer paso y poder generar una herramienta que en principio permita generar orientación y facilite de alguna manera las funciones de quienes están el frente de los pequeños y medianos negocios que actualmente operan en la ciudad de Sangolquí, por otro lado el desarrollo de esta investigación es muy importante puesto que contribuirá con el desarrollo de las PYMES en el sector comercial de la ciudad de Sangolquí, se espera además proponer las mejores alternativas de inversión como de financiamiento, de esta manera proporcionar herramientas a la persona o personas a cargo, para la toma de decisiones, por lo tanto, la importancia de su estudio y análisis de estas características está plenamente justificada.

1.5 Objetivos de la investigación

Una conceptualización muy práctica indica que el objetivo de la investigación es el enunciado claro y preciso de las metas que se persiguen. Existen dos enfoques del objetivo, el primero es el objetivo general y el otro son los objetivos específicos.

1.5.1 Objetivo general

Desarrollar una herramienta que permita a los emprendedores contar con información acerca de las mejores alternativas de negocios que operan actualmente en la ciudad de Sangolquí, así como de las opciones de financiamiento privado y público que están actualmente presentes dentro del sistema financiero del sector.

1.5.2 Objetivos Específicos

Determinar con claridad las alternativas de negocios que actualmente tienen mayor progreso en la ciudad de Sangolquí.

Identificar el interés de las personas en desarrollar nuevos negocios o ampliar los ya existentes en la ciudad de Sangolquí.

Determinar el sector geográfico de mayor preferencia para la instalación de nuevos negocios.

Determinar los tipos de financiamiento actuales para el apoyo a las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Sangolquí.

Establecer un listado de instituciones financieras que actualmente apoyan con créditos a las PYMES.

1.6 El Marco Teórico

1.6.1 Fundamentación teórica

1.6.1.1 Contexto Global

El surgimiento del concepto de PyMEs se enmarca hacia finales de la década de los años 70 del siglo pasado y se relaciona principalmente con la crisis del modelo fordista de producción (El término FORDISMO se refiere al modo de producción en cadena que llevó a la práctica Henry Ford; fabricante de automóviles de Estados Unidos) que sustentaba la existencia de grandes industrias con rigidez en sus esquemas tecnológicos y productivos, y estaban orientadas casi exclusivamente al mercado interno.

En este contexto el papel de las PyMEs se limitaba al mantenimiento del equilibrio socioeconómico. Su tarea era la de generar fuentes de trabajo. Pero los años 70 marcaron el fin del modelo fordista de desarrollo industrial. Por un lado, la crisis del petróleo encareció enormemente los precios de los energéticos y, por otro lado, la expansión económica de los países desarrollados registrada en esa década comenzó a detenerse como consecuencia lógica de la caída del consumo. A esto se le sumó la aparición de los nuevos países industriales exportadores, principalmente los del sudeste asiático.

El análisis de la dinámica estructural que caracterizó a los años 70 parece apoyar la tesis de que la crisis de aquel período es el resultado de los límites del modelo de desarrollo industrial que se funda en la producción masiva.

Frente a este Nuevo Orden Económico Mundial las grandes empresas iniciaron un proceso de reconversión que consistió básicamente en incorporar todos aquellos elementos necesarios para frenar la caída de su rentabilidad y hacerse competentes.

En este período de transición en la que coexistieron formas fordistas y postfordistas de organización industrial, modelos opuestos de integración vertical, hasta la aparición del nuevo paradigma tecnológico-organizativo en la década de los 80: especialización flexible, las PYMES fueron ganando espacio en términos de productos y empleos.

La década de los 80 marcó, pues, el inicio de una nueva etapa para las PyMEs en los países industrializados, que permitió el resurgimiento de las mismas y la revalorización de su rol dentro del proceso de crecimiento económico. En la mayoría de los casos el Estado advirtió esta situación y sumó sus esfuerzos por incentivar y apoyar a estas empresas.

En la actualidad las pequeñas y medianas empresas desempeñan una función crucial en la competencia mundial. Si bien se esperaba que esta requeriría de grandes unidades de producción, la historia industrial de los últimos decenios ha demostrado con claridad que las PyMEs no son agentes marginales de la dinámica competitiva; es decir, el escenario no está plenamente dominado por unos cuantos gigantes.

En buena parte de los países desarrollados y subdesarrollo las PyMEs han registrado un dinamismo importante, como consecuencia de uno de los principales giros introducidos por la globalización: mientras que en el pasado la organización productiva constriñó a las naciones- Estados, en la actualidad las fuerzas operan en todo el mundo y vencen la especificidad del entorno y afectan la soberanía nacional.

Según la bibliografía existente en la actualidad, más del 98% del universo de empresas formales e informales en los distintos países se ubican en este grupo, participando también de forma muy elevada en las ventas totales, las exportaciones, el PIB y el empleo. Cualquier dificultad general en estas organizaciones menores repercute desfavorablemente en los indicadores macroeconómicos y sociales del país en que se trate.

Por otra parte se hace indispensable señalar que por su estructura, las PyMEs tienen una serie de ventajas e inconvenientes tratadas desde diferentes puntos de vista, según diferentes autores. A continuación se muestran las ventajas y desventajas que normalmente presentan las PyMEs, debido a que es de vital importancia conocer las fuerzas y debilidades que muestran este tipo de empresas, que según su tamaño determinan algunas de sus ventajas o desventajas para su desarrollo como empresa.

1.6.1.2 Ventajas de las pequeñas empresas:

- Capacidad de generación de empleos (absorben una parte importante de la Población Económica Activa).
- Asimilación y adaptación de tecnología.
- Producción local y de consumo básico.
- Contribuyen al desarrollo regional (por su establecimiento en diversas regiones).
- Flexibilidad al tamaño de mercado (aumento o disminución de su oferta cuando se hace necesario).
- Fácil conocimiento de empleados y trabajadores, facilitando resolver los problemas que se presentan (por la baja ocupación del personal).
- La planeación y organización no requiere de mucho capital.
- Mantiene una unidad de mando permitiendo una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y operativas.
- Producen y venden artículos a precios competitivos (ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas).

1.6.1.3 Desventajas de las pequeñas empresas:

Les afecta con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación.

Viven al día y no pueden soportar períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.

Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosas de las visitas de los inspectores.

La falta de recursos financieros las limita, ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento.

Tienen pocas o nulas posibilidades de fusionarse o absorber a otras empresas; es muy difícil que pasen al rango de medianas empresas.

Mantienen una gran tensión política ya que los grandes empresarios tratan por todos los medios de eliminar a estas empresas, por lo que la libre competencia se limita o tácitamente desaparece.

Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños.

Por la propia experiencia administrativa del dueño, este dedica un número mayor de horas de trabajo, aunque su rendimiento no es muy alto.

1.6.1.4 Las PYMES en el Ecuador

La pequeña empresa en el Ecuador, se ha convertido en uno de los sectores más dinámicos de la economía convirtiéndose en un motor generador de riqueza pues, satisface las necesidades de este sector, genera ingresos para el fisco, fomenta la inversión, crea fuentes de trabajo. Por lo tanto, la importancia de su estudio y análisis está plenamente justificada.

Sin embargo, para tener éxito en la gestión la empresa debe comprender y manejar los conceptos y técnicas que regulan su sistema productivo, los procesos y procedimientos que darán origen al producto, para el efecto, debe contar con recursos apropiados de: infraestructura, maquinaria equipo, tecnología y humanos óptimos para facilitar la producción y la comercialización del producto.

Las estrategias, orientadas al mercado meta, le permitirán a la organización, tener un acercamiento al cliente y formar una imagen positiva, para crecer y permanecer en el mercado. El producto debe, necesariamente, satisfacer las necesidades y deseos de los demandantes. El éxito se alcanzará cuando el producto se posicione en el mercado.

1.6.1.5 Actividades de las empresas

Según la Fundación Ecuador Libre, dentro de las PYMES, la microempresa o pequeña empresa es el gran motor de empleo, debido a que provee trabajo a gran parte de los trabajadores de ingresos medios y bajos. En América Latina, este tipo de empresa es la principal fuente de trabajo con alrededor de 57 millones de microempresas, brindando empleo a por lo menos 110 millones de personas¹.

Durante los últimos años, en el caso de Ecuador, las microempresas proporcionaron trabajo a un total de 1'018,135 personas, lo cual representó el 25% de la mano de obra urbana². Adicionalmente, de acuerdo a cifras oficiales al 2010, el 33,5% de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos contaba con uno o más miembros de la familia con una microempresa.

Con respecto a su definición, la microempresa suele ser de carácter personal o familiar, con enfoque en el área de producción, comercio o servicios que emplean hasta 10 trabajadores y con una administración de carácter independiente. Actualmente, de las 38,000 compañías registradas³ el 56% (20,428) son consideradas microempresas, de las cuales el 64% se asientan en las provincias de Guayas y Pichincha, seguidas con el 20% en Azuay, Manabí y Tungurahua y el 15,6% restante en otras provincias.

No obstante, la mayoría de las microempresas opera en la informalidad, debido al tiempo que toma abrir un negocio (65 días) y los procedimientos que estos involucran.⁴

¹ Banco Interamericano de Desarrollo, "La Microempresa en Ecuador: perspectivas, desafíos, lineamientos de apoyo", Septiembre 2007

² USAID, "Estudio Microempresas y Microfinanzas en Ecuador"

³ Plan Nacional Para el Buen Vivir 2009-2013, Diagnóstico, Micro, Pequeña y Mediana empresa

⁴ BID, DataGov, Market System

A su vez, según el estudio realizado por USAID, de un total de 17,738 microempresarios solo el 25% contaba con un RUC (Registro Único de Contribuyente) y un número similar poseía licencias municipales. Adicionalmente, solo el 20% llevaba registros contables.

Para su financiamiento⁵, la mayoría de microempresarios (67,1%) inicia sus actividades gracias a sus ahorros personales, mientras que los préstamos a familiares o amigos (12,6%) e instituciones financieras formales (8%), suelen ser la segunda fuente de financiamiento utilizada por las microempresas. Es importante resaltar, que el 97% de los microempresarios que solicitaron un crédito, tanto hombres, como mujeres y más pobres mantuvieron la tasa de éxito anteriormente mencionada.

En cuanto al marco legal, la Ley de Fomento de la pequeña industria establecida en 1973, es la encargada de normar al sector de la pequeña empresa. Esta otorga beneficios como exoneración de impuestos⁶, siempre y cuando estos sean calificados por el Comité Interministerial de Fomento para acogerse a los beneficios de la mencionada ley en su artículo 12. Actualmente, dicha ley busca ser sustituida por la Ley de Creación, Promoción y Fomento de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, la cual busca simplificar los trámites de la actividad empresarial a través de la Superintendencia de Compañías⁷, Creación de un Consejo Superior de MIPYMES⁸ y Exoneración tributaria. Sin embargo, en caso de ser aplicada, beneficios como la exoneración tributaria no podrían aplicarse, debido a que dicho beneficio se basa en la ley de beneficios tributarios, la cual fue derogada en el 2007, con la ley reformativa de equidad tributaria.

Finalmente, para lograr generar un ambiente apropiado para la generación y realización de los negocios entorno a la microempresa, el gobierno deberá proveer seguridad jurídica, libertad de ingreso a las empresas e incentivos tributarios, los cuales serían bases importantes para la creación de una economía dinámica y próspera.

⁵ Banco Interamericano de Desarrollo, “La Microempresa en Ecuador: perspectivas, desafíos, lineamientos de apoyo”, Septiembre 2007

⁶ Ley Fomento de la Pequeña Industria, Art 17

⁷ Ley de Creación, Promoción y Fomento de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Art 5, Art 8, Art 24

⁸ Disposición derogatoria octava, registro oficial suplemento 242 de 29 diciembre del 2007 La ley reformativa para la equidad tributaria del Ecuador

1.6.1.6 Clasificación de las empresas en el Ecuador

Según estudios realizados por la Cámara de la Pequeña Industria, en colaboración con la ALADI, las empresas según sus dimensiones se dividen en:

Microempresas: Son aquellas que no tienen más de 10 trabajadores y USD20.000 de capital.

Pequeña empresa: Integran de 10 a 49 personas (incluyendo propietarios) y mantiene activos entre los USD20.000 y USD150.000 excluyendo edificios y terrenos.

Mediana empresa: Integran de 50 a 49 personas (incluyendo propietarios) y mantiene activos entre los USD20, 000 y USD150.000 excluyendo edificios y terrenos.

Pequeña industria: Que tiene un máximo de 50 trabajadores y USD 100.000 de capital.

Mediana industria: Cuyo techo es de 200 trabajadores y hasta USD 300.000 de capital.

Gran industria: Que sobrepasa los 200 trabajadores y sobrepasa los USD 300.000 de capital.

1.6.1.7 Características de la Pequeña y mediana empresa

- ▶ Orientación casi absoluta al mercado interno.
- ▶ Propiedad individual o familiar en casi todo el estrato y por tanto fuerte vínculo empresa-empresario-familia.
- ▶ Muy bajo nivel de inversión.
- ▶ Poco capital y respaldo financiero
- ▶ Baja retención de ganancias

- ▶ Bajos sueldos y reparto de utilidades
- ▶ Compras pequeñas de materias primas a mayoristas locales y alta dependencia de sus proveedores.
- ▶ Empleo de poco personal, en su mayoría no calificado.
- ▶ Productividad y calidad muy bajas de acuerdo a los 14 puntos de
- ▶ Utiliza tecnologías tradicionales
- ▶ Tiene limitada escala de producción
- ▶ Consideración de la capacitación como gasto y no como inversión.
- ▶ Alta rotación en el sentido de que aparecen y desaparecen continuamente
- ▶ Limitadas posibilidades de expansión

1.6.1.8 Financiamiento de las PYMES

Una de las condiciones básicas para el correcto desempeño del aparato productivo es que las empresas que lo integran tengan la posibilidad de mantener niveles saludables de liquidez, que les permitan mantener sus operaciones normales y, a la vez, generar excedentes que involucren inversión y crecimiento.

En tal virtud conseguir financiamiento es fundamental para impulsar la creación de un nuevo negocio o para lograr su expansión, sin embargo es necesario elegir el producto adecuado para evitar que este préstamo se convierta en una pesadilla.

La correcta elección del financiamiento tiene que ver no sólo con los intereses y las tasas, además es necesario que exista un tipo específico dependiendo del nivel en el que la idea o desarrollo se encuentre.

Conocer cada tipo de financiamiento posible ayuda al emprendedor a reconocer cuál es el producto adecuado según la etapa en la que se encuentre, ya que de forma contraria el financiamiento podría volverse impagable o dificultar la operación en lugar de acelerarla.

El capital es fundamental para cualquier negocio pero no hay que olvidar que el emprendedor también debe dedicar tiempo al desarrollo, y apostar preferentemente por un sector económico prioritario para el país y que tenga un impacto mínimo en el medio ambiente, pues son éstos los proyectos que más atraen inversiones, según lo afirman muchos expertos en todo el mundo.

A continuación se presentan siete formas en las que un emprendedor puede obtener financiamiento y cuál es el adecuado según el nivel en el que se encuentre el proyecto o negocio⁹:

- **FFF:** la primera fuente de financiamiento es la que invierte el mismo emprendedor, o la proveniente de lo que se conoce como FFF: Friends (amigos), Family (familia) and fools (los tontos). Este capital se usa para la constitución de la empresa en sí, ya que se da cuando el emprendedor inicia el negocio y la familia y amigos son las principales fuentes de dinero para operar.
- **Fondos Gubernamentales:** estos instrumentos se utilizan para generar modelos de negocio y desarrollo del proyecto, es decir cuando está más avanzado que una simple idea. Además son usados para crear prototipos que ayuden a comercializar el producto o servicio en el mercado, por lo que normalmente dan ventajas competitivas. Las principales fuentes de financiamiento de este tipo son los distintos fondos que cada gobierno tiene a disposición de la ciudadanía.
- **Capital semilla:** este crédito se define como la cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa y financiar actividades claves en el proceso de su iniciación y puesta en marcha de un proyecto. Se da cuando la empresa ya está constituida y tiene cierto producto importante, pero requiere dinero para operar o para capital de trabajo. También se puede usar para estudios de mercado, nivel de factibilidad, plan de negocios y lanzamientos.

⁹ MORENO, Tania, PEMEX INC. Edición 1082, febrero del 2010

- **Inversiones ángeles:** las aportaciones de este tipo se dan generalmente para las empresas que ya están funcionando, y que por su alto contenido innovador o desarrollo potencial atraen créditos. Los inversionistas ángeles pueden ser independientes o pertenecer a un club, ya que se estilan las redes de este tipo que apoyan empresas.
- **Capital de riesgo:** también se conoce como venture capital, y se ocupa cuando la empresa tiene cierto nivel de desarrollo, pues es un fondo que invierte mayores cantidades. El capital de riesgo es la aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de una empresa para optimizar sus oportunidades de negocio y aumentar su valor, dando además soluciones a los proyectos de negocio, compartiendo el riesgo y los rendimientos, ya que el inversionista busca una asociación estrecha y de mediano plazo con los accionistas originales.
- **Los financiamientos bancarios,** en los que las empresas pueden acudir para capital de trabajo o para tener flujo en la operación diaria del negocio. Además de la banca comercial existen asesores que pueden ayudar, así como empresas dedicadas al factoraje financiero.

1.7 Formulación de la Hipótesis

Las hipótesis son explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones.¹⁰

“Una hipótesis es una suposición respecto de algunos elementos empíricos y otros conceptuales, y sus relaciones mutuas, que surge más allá de los hechos y las experiencias conocidas, con el propósito de llegar a una mayor comprensión de los mismos”¹¹

¹⁰ HERNANDEZ, Roberto, FERNANDEZ, Carlos, BAPTISTA Pilar, Metodología de la investigación, Quinta Edición, Mc Graw Hill, 2010, pág. 96

¹¹ ARIAS, Galicia, Fernando, op. cit., P. 66.

1.7.1 Hipótesis de trabajo

1.7.1.1 Hipótesis general

El ofrecer a los emprendedores una guía sobre las distintas alternativas de inversión y de financiamiento existentes en el sector de Sangolquí, permitirá que el sector productivo y comercial de dicha zona mejore sus actividades y su posición actual.

1.7.1.2 Hipótesis específicas

La entrega de un manual de creación, requisitos, alternativas y opciones de inversión sobre PYMES, permitirá el incremento de negocios más ordenados y con mejores perspectivas en el sector de Sangolquí.

El proporcionar a los emprendedores una guía completa de los distintos tipos de financiamiento, incluyendo sus pros y sus contras, facilitará el acceso a los créditos existentes y promocionará la generación de más PYMES en el sector de Sangolquí.

1.8 Variables de la investigación

Una variable “es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. Las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría.”¹²

Las variables son de dos tipos: variables dependientes e independientes, en nuestro caso de estudio son las siguientes:

1.8.1 Variable Independiente

¹² HERNANDEZ, Roberto, FERNANDEZ, Carlos, BAPTISTA Pilar, Metodología de la investigación, Quinta Edición, Mc Graw Hill, 2010, pág. 93

Es aquella característica o propiedad que se supone ser la causa del fenómeno estudiado; en investigación experimental se llama así, a la variable que el investigador manipula.¹³

1.8.2 Variables dependientes

Es la propiedad o característica que se trata de cambiar mediante la manipulación de la variable independiente; la variable dependiente es el factor que es observado y medido para determinar el efecto de la variable independiente.¹⁴

1.8.3 Determinación de las variables en cada hipótesis

H.G.: *El ofrecer a los emprendedores una guía sobre las distintas alternativas de inversión y de financiamiento existentes en el sector de Sangolquí, permitirá que el sector productivo y comercial de dicha zona mejore sus actividades y su posición actual.*

V.I.: Operatividad y desarrollo de guía de alternativas de inversión y de financiamiento.

V.D.: Volumen de mejoramiento de actividad productiva y comercial en la zona.

H.E.1: *La entrega de un manual de creación, requisitos, alternativas y opciones de inversión sobre PYMES, permitirá el incremento de negocios más ordenados y con mejores perspectivas en el sector de Sangolquí.*

V.I.: Entrega de un manual de creación, requisitos, alternativas y opciones de inversión sobre PYMES

V.D.: Incremento de negocios de forma ordenada y con mejor proyección.

H.E.2: *El proporcionar a los emprendedores una guía completa de los distintos tipos de financiamiento, incluyendo sus pros y sus contras, facilitará el acceso a los créditos existentes y promocionará la generación de más PYMES en el sector de Sangolquí.*

V.I.: Desarrollar una guía de los distintos tipos de financiamiento

V.D.: Facilitará el acceso a los créditos existentes y promocionará la generación de más PYMES

¹³ Cetina López Wendy. VARIABLE DEPENDIENTE E INDEPENDIENTE. México 2005. Pp. 5.

¹⁴ Cetina López Wendy. VARIABLE DEPENDIENTE E INDEPENDIENTE. México 2005. Pp. 5.

Una vez establecidas las variables para todas las hipótesis, es necesario realizar la **operacionalización** de las mismas, para ello se construye la matriz del mismo nombre, en donde incluimos los siguientes aspectos: Variables, Dimensiones, Indicadores.

Con estos aspectos se puede establecer la operacionalidad de las variables, lo que significa traducir la variable a indicadores, es decir, traducir los conceptos hipotéticos a unidades de medición.

TABLA N° 1.1

Matriz de operacionalidad de las variables del estudio

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Operatividad y desarrollo de guía de alternativas de inversión y de financiamiento	Eficiencia de la guía de alternativas de inversión y financiamiento	Tipo de opciones disponibles.
Volumen de mejoramiento de actividad productiva y comercial en la zona.	Nivel de mejoramiento de la actividad productiva y comercial	Porcentaje de mejoramiento empresarial
Entrega de un manual de creación, requisitos, alternativas y opciones de inversión sobre PYMES.	Calidad y operatividad del manual	Cantidad de alternativas presentadas y facilidad de utilización
Incremento de negocios de forma ordenada y con mejor proyección	Nivel de incremento de negocios	Cantidad de empresas registradas en SRI y Patentes en la zona
Desarrollar una guía de los distintos tipos de financiamiento	Facilidad de uso y calidad de información de la guía	Número de alternativas de financiamiento ofrecidas
Facilitará el acceso a los créditos existentes y promocionará la generación de más PYMES	Nivel de acceso a la información de créditos existentes	Cantidad de solicitudes de crédito emitidas por emprendedores

Elaborado por: María Sofía Quiroz Defaz

1.8.4 Definición conceptual de las variables

La conceptualización de las variables quiere decir definirla, para clarificar qué se entiende por ella.

Operatividad y desarrollo de guía de alternativas de inversión y de financiamiento.

Poner en práctica o desarrollar una guía que cuente con una amplia cantidad de alternativas de negocios en los que los emprendedores pueden invertir su tiempo y sus recursos así como el ofrecer la mayor cantidad de información de los tipos de financiamiento existentes en el mercado financiero.

Volumen de mejoramiento de actividad productiva y comercial en la zona.

Cantidad en la que se incrementa el nivel productivo y comercial en la ciudad de Sangolquí a partir de la presentación de la herramienta a distintas organizaciones públicas y privadas.

Entrega de un manual de creación, requisitos, alternativas y opciones de inversión sobre PYMES

Desarrollo de un manual en el que se pueda plasmar los requisitos, alternativas, trámites legales, cantidades de inversión, etc., en los que los emprendedores deben incurrir para poder iniciar sus actividades productivas o comerciales en la zona de Sangolquí.

Incremento de negocios de forma ordenada y con mejor proyección.

La cantidad de nuevos negocios que se desarrollan y que se apegan a las normas legales, pero sobre todo tienen una base administrativa, financiera y organizacional adecuada que le permita sostenibilidad.

Desarrollar una guía de los distintos tipos de financiamiento

Elaboración de un documento en donde se refleje claramente las instituciones financieras, los montos que ofrecen a las empresas pequeñas, los requisitos, los plazos, los intereses, y los requisitos para poder acceder a estos.

Facilitará el acceso a los créditos existentes y promocionará la generación de más PYMES

La viabilidad que el documento puede ofrecer a los emprendedores para que puedan tener acceso a la información real y oportuna sobre los créditos que actualmente están disponibles en el mercado financiero.

CAPITULO II

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO II

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Diseño de investigación

Es un esquema o programa para realizar el proyecto de investigación de mercados. Especifica los detalles de los procedimientos que son necesarios para obtener la información requerida, para estructurar y/o resolver los problemas de investigación de mercado.¹⁵

2.1.1.- Investigación Exploratoria

La **investigación exploratoria** persigue como objetivo descubrir ideas y conocimientos, es una investigación flexible es el inicio de investigación de un problema, sus métodos de aplicación son las encuestas de expertos, encuestas piloto, datos secundarios en investigación cualitativa.

2.1.2.- Investigación Concluyente

Dentro de este tipo de investigación se puede apreciar desde varias perspectivas como son:

La investigación descriptiva

La investigación causal

La **investigación descriptiva** en cambio pretende describir características o funciones del mercado, se caracteriza por la elaboración previa de hipótesis específicas,

¹⁵ MALHOTRA, Naresh, Investigación de mercados, quinta edición, Editorial Prentice Hall, 2007, pago. 78

es un diseño planeado y estructurado con anticipación, sus principales métodos son los datos secundarios, las encuestas, los grupos y los datos de observación.

La **investigación causal** en cambio tiene como objetivo determinar relaciones causales entre variables, se caracteriza por la manipulación de una o más variables independientes, su método principal es la experimentación aplicación de experimentos.

Como vemos cualquiera de los tipos de investigación pueden ser aplicados en nuestra investigación, sin embargo hemos preferido la **investigación exploratoria**, ya que es la que permite mayor cantidad de alternativas de investigación y sus métodos son más aplicables dentro del estudio que pretendemos llevar a cabo.

2.2 Métodos de investigación

2.2.1 El método deductivo: es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular.

2.2.2 El método inductivo: es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales.

2.2.3 El método científico: es el camino planeado o la estrategia que se sigue para descubrir las propiedades del objeto de estudio.

Se selecciono el Método Deductivo como método de investigación, es decir que partirá de la recolección de datos sobre el sector comercial y productivo de Sangolqui, para luego analizar la posibilidad para la creación de la guía de alternativas de inversión y financiamiento.

2.3 Técnica de investigación

La técnica de investigación que se utilizará en el presente proyecto será la encuesta.

La encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica del problema en cuestión. La encuesta se estructura en base a los objetivos antes planteados; para determinar una encuesta adecuada, se debe diseñar una encuesta piloto que sirva de prueba para verificar si el cuestionario ha sido formulado correctamente.¹⁶

Además, de obtener de este modo la probabilidad a favor y la probabilidad en contra de que ocurra el evento, con el fin de obtener el tamaño de la muestra correcta. Luego de esto, se aplicará la encuesta definitiva al tamaño de muestra obtenido y en el tiempo estipulado para el levantamiento de esta información.

2.4 Población y muestra

2.4.1.- Población

La población “es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”¹⁷

Para la determinación de la población objeto de estudio nos apoyaremos en dos variables sumamente importantes como son:

La demográfica y;

La geográfica,

Y tenemos la siguiente población:

Nuestra población meta está definida por los habitantes de Sangolquí comprendidos con el emprendimiento entre las edades de 18 a 50 años, que sean socialmente activos, que buscan bienestar, desarrollo y tranquilidad para ellos mismos y sus familias.

¹⁶ MALHOTRA Naresh K, Investigación de Mercado-2004, 5ta. Edición, 2007, pág.168

¹⁷ FRACICA, Germán, Modelo de simulación en muestreo, Bogotá, Universidad de la Sabana, 2006, p. 48.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, para el año 2010, la población meta para nuestro estudio está compuesta por un total de $N = 65880$ habitantes de Sangolquí comprendidos en las edades de 18 a 50 años.

2.4.2 Muestra

Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio.¹⁸

2.5 Tamaño de la muestra

2.5.1 Marco muestral

El marco muestral se refiere a la lista, el mapa o la fuente de donde pueden extractarse todas las unidades de muestreo o unidades de análisis en la población, y de donde se tomarán los sujetos objeto de estudio.¹⁹

Para el caso de nuestro estudio el marco muestral está constituido por la base de datos del impuesto predial de la Administración Zonal del Valle de los Chillos del año 2010 y las unidades muestrales son las personas que residen en cada una de las viviendas de la lista anterior.

A continuación calculamos la muestra para nuestro estudio:

La fórmula que aplicaremos para el cálculo de la muestra es la siguiente:

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

¹⁸ BERNAL, César Augusto, Metodología de la Investigación, segunda edición, 2006, p. 165

¹⁹ BERNAL, César Augusto, Metodología de la Investigación, segunda edición, 2006, p. 165

En donde:

Z^2 = Grado de confiabilidad al cuadrado (95% = 1.96)

K^2 = grado de error 5% = 0.05

p = ocurrencia (75% = 0.75)

q = no ocurrencia 25% = 0.25)

N = Universo o población

n = muestra aleatoria simple

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

$$n = \frac{3,84 \cdot 0,75 \cdot 0,25 \cdot 65.880}{0,0025 \cdot (65880 - 1) + 3,84 \cdot 0,75 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{47453,36}{0,0025 \cdot (65879) + 0,72}$$

$$n = \frac{47453,36}{164,70 + 0,72}$$

$$n = \frac{47453,36}{165,42}$$

$$n = 286,87$$

La muestra corresponde a 287 personas dentro de la población inicialmente definida.

2.6 Tipo de muestreo

Para la Investigación de Mercados la técnica de muestreo que se utiliza es: Muestreo Probabilístico por Estratos.

Un *muestreo aleatorio estratificado* es aquel en el que se divide la población de N individuos, en k sub. poblaciones o *estratos*, atendiendo a criterios que puedan ser importantes en el estudio.

La estratificación de la población está orientada a obtener y mantener mayor precisión en las estimaciones; es de especial importancia cuando estamos interesados en obtener para diferente dominio de estudio, como parte de los objetivos de la investigación. Se conoce como dominio de estudio a cierto subgrupo de la población que requiere de mayor interés.²⁰

Para este caso, la Población está conformada por las personas de distintos niveles socioeconómicos, los estratos de las personas de niveles alto, medio y bajo. El dominio de estudio será el requerimiento de la población por incursionar en algún tipo de negocio sea dentro del campo productivo o comercial.

La formación de estratos es la clasificación de la población de acuerdo a una o más variables de estratificación de tal manera que cada unidad de muestreo puede ser clasificada en estratos.²¹

Que en este caso, cada empresa privada, empresa pública y escuela y colegio está formando un estrato en total tres estratos iguales.

2.7 Recopilación o recolección de datos

Para poder realizar la recopilación adecuada de los datos, es indispensable iniciar con la creación del instrumento que nos permita esto, para ello es necesaria la definición del cuestionario y su contenido.

2.7.1 Definición de Cuestionario

Un cuestionario, ya sea que se llame cédula, forma de entrevista o instrumento de medición, es una técnica estructurada para recopilación de datos que consiste en una serie de preguntas, escritas o verbales, que el encuestado responde. Un cuestionario es

²⁰ MANTILLA Farid, Técnicas de muestreo-un enfoque investigación de mercados-2007, pág.123

²¹ MANTILLA Farid, Técnicas de muestreo-un enfoque investigación de mercados-2007, pág.152

sólo un programa formalizado para la recolección de datos que pueden incluir ayudas de comunicación, recompensa e instrucciones para seleccionar a los encuestados.²²

2.7.2 Contenido de Diseño del Cuestionario

Una vez que se ha especificado la información requerida y los objetivos específicos, el siguiente paso es determinar el tipo de preguntas y escalas de medición.

Para efectos de la investigación de mercados del presente proyecto se va a utilizar el siguiente contenido de preguntas:

- **Pregunta de filtro:** pregunta inicial en el cuestionario que filtra a los encuestados potenciales para asegurar que cumplan con los requerimientos de la encuesta.²³
- **Preguntas estructuradas:** preguntas que especifican previamente el conjunto de alternativas de respuesta y el formato de respuestas.²⁴
- **Pregunta de opción múltiple:** preguntas que proporcionan una opción de respuestas y se pide a los encuestados que seleccionen una o más alternativas dadas.²⁵
- **Preguntas ordinales:** pregunta estructurada con sólo dos alternativas de respuesta, como sí o no.²⁶
- **Preguntas de escala:** preguntas en las cuales el encuestado indica su grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de una serie de afirmaciones acerca de un elemento en particular.

²² MALHOTRA Naresh K, Investigación de Mercado-2007, 5ta. Edición, pág.280

²³ MALHOTRA Naresh K, Investigación de Mercado-2007, 5ta. Edición, pág. 286

²⁴ MALHOTRA Naresh K, Investigación de Mercado-2007, 5ta. Edición, pág. 290

²⁵ MALHOTRA Naresh K, Investigación de Mercado-2007, 5ta. Edición, pág. 290

²⁶ MALHOTRA Naresh K, Investigación de Mercado-2007, 5ta. Edición, pág. 291

2.7.3 Diseño del cuestionario

CUESTIONARIO PARA DETERMINAR EL COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS Y SU CONOCIMIENTO SOBRE ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO EN PYMES	
Por favor rellene esta pequeña encuesta. La información que nos proporcione será utilizada para conocer el comportamiento e intereses de las personas para emprender en cualquier tipo de negocio propio. La encuesta dura diez minutos aproximadamente. Gracias.	
Señale su género: M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	Indique su edad: <input style="width: 50px;" type="text"/> años
1 ¿Considera usted que es mejor emprender un negocio propio o tener un empleo fijo?	2 ¿Cuál considera usted que es la clave del éxito de un negocio?
Negocio propio <input type="checkbox"/> Empleo fijo <input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/>	Conocimiento del negocio <input type="checkbox"/> Estudio del mercado <input type="checkbox"/> Gerencia involucrada <input type="checkbox"/> Capital suficiente <input type="checkbox"/> Trabajo duro <input type="checkbox"/>
3 Si un pariente le pide un consejo para empezar un negocio Usted le diría que:	4 ¿Si decidiría iniciar un nuevo negocio en quién confiaría usted para desarrollarlo?
Trabaje 1ero en una empresa del sector <input type="checkbox"/> Redacte un plan de negocio <input type="checkbox"/> Estudie algo de mercadeo <input type="checkbox"/> Se olvide de la idea <input type="checkbox"/> Aprenda algo de presupuestos <input type="checkbox"/>	En nadie <input type="checkbox"/> En usted mismo <input type="checkbox"/> En un socio <input type="checkbox"/> En algunos amigos claves <input type="checkbox"/> En sus familiares <input type="checkbox"/>
5 ¿Cual de los siguientes atributos considera usted que es la base de un negocio propio?	6 ¿Cuál considera usted que es el principal problema de las pequeñas y medianas empresas en el sector?
Trabajo duro y perseverancia <input type="checkbox"/> Buenos prouctos y servicios <input type="checkbox"/> La publicidad <input type="checkbox"/> El conocimiento de sus fundamentos <input type="checkbox"/> La calidad de sus empleados <input type="checkbox"/>	Mucho crecimiento <input type="checkbox"/> Muy poco crecimiento <input type="checkbox"/> Crecimiento muy rápido <input type="checkbox"/> Crecimiento muy lento <input type="checkbox"/> Crecimiento esporádico <input type="checkbox"/>
7 Dentro de un negocio ¿Cuál es la mayor ventaja competitiva según su criterio?	8 Si manejara un negocio propio, Usted se preocuparía por:
Experiencia <input type="checkbox"/> Entender lo que quiere el mercado <input type="checkbox"/> Confianza <input type="checkbox"/> Conducir el negocio éticamente <input type="checkbox"/> Un plan detallado <input type="checkbox"/>	Mantener registros financieros cuidadosos <input type="checkbox"/> Estar en contacto con los clientes <input type="checkbox"/> Estar en contacto con sus empleados <input type="checkbox"/> Probar nuevas tecnologías <input type="checkbox"/> Dejar un negocio perdurable y poder retirarse <input type="checkbox"/>
9 ¿Estaría dispuesto a emprender su propio negocio en estos momentos?	10 Tiene claro el negocio en el que quisiera emprender?
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
11 ¿Desearía contar con una guía completa que le facilite la decisión sobre que negocio emprender?	12 ¿Conoce usted que entidades financieras están apoyando con créditos a las PYMES?
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
13 ¿Sabe que montos le otorga una entidad financiera para emprender un nuevo negocio o ampliar el actual?	14 ¿Está conciente de los requisitos necesarios para poder acceder a un crédito para negocios?
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
15 ¿Qué es lo que principalmente necesita un negocio para iniciar o para ampliarse?	16 ¿Desearía contar con algún tipo de herramienta para informase sobre que negocio iniciar?
Dinero <input type="checkbox"/> Investigación de mercados <input type="checkbox"/> Soporte o ideas <input type="checkbox"/> Tiempo <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

2.8 Tabulación y procesamiento de datos

2.8.1 Técnicas para el Procesamiento

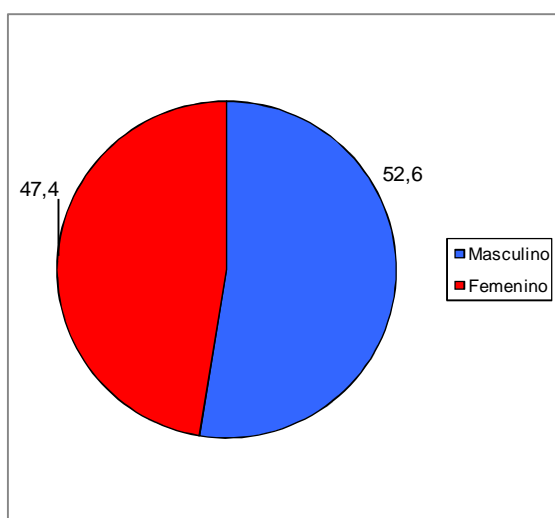
La recolección de los datos tendrá una duración de dos semanas y se la llevará a cabo directamente en la vivienda de las personas seleccionadas, adicionalmente señalamos que las encuestas se las realizará en forma periódica de lunes a domingo, hasta completar el total de encuestas requeridas en la muestra antes calculada,

Una vez recolectadas las encuestas en su totalidad, procedemos a realizar la respectiva tabulación de los datos, para esto existen varias alternativas informáticas, como son el SPSS y el Excel, siendo éste último el elegido para dicha tarea, una vez digitados todos los resultados procedemos a su procesamiento y análisis.

2.9 Informe de resultados

INFORMACION GENERAL - GENERO

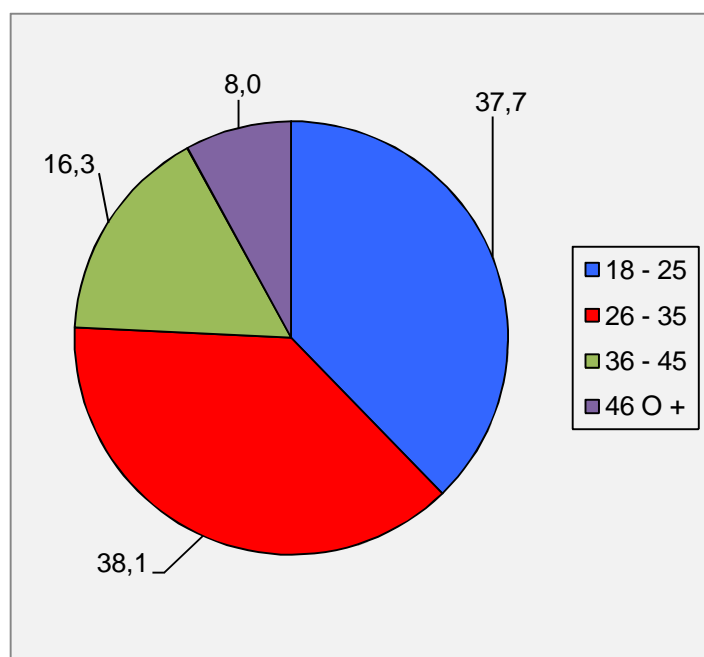
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Validos Masculino	152	52,6	52,6	52,6
Femenino	137	47,4	47,4	100,0
Total	289	100,0	100,0	



Del total de personas encuestadas (289) se puede apreciar que el 52.6% es decir 152 personas corresponde al sexo masculino; mientras que el 47.4% es decir 137 personas corresponde al sexo femenino.

INFORMACION GENERAL - EDAD

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos 18 - 25	109	37,7	37,7	37,7
26 - 35	110	38,1	38,1	75,8
36 - 45	47	16,3	16,3	92,0
46 O +	23	8,0	8,0	100,0
Total	289	100,0	100,0	



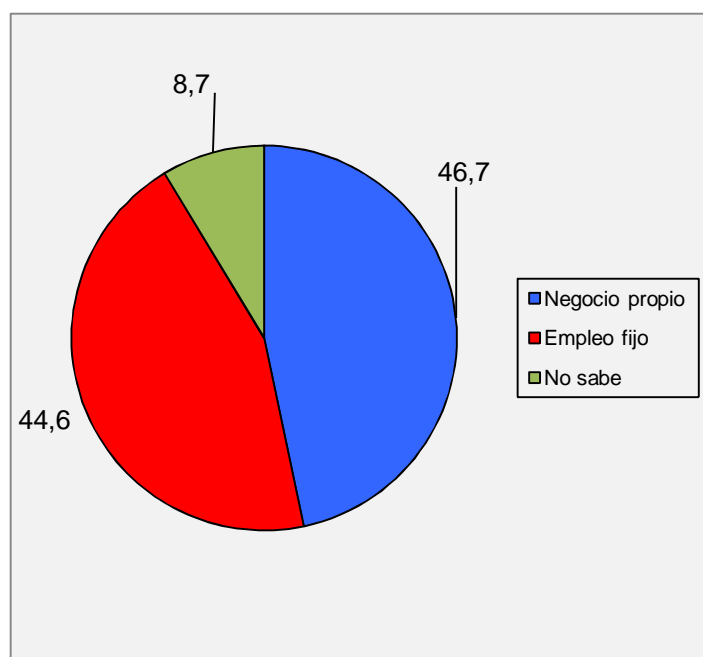
La encuesta realizada define a cuatro grupos etarios que van comprendidos de la siguiente forma: el 37.7%, es decir 109 personas están en el grupo etario de 18 a 25 años; el 38.1%, es decir 110 personas están en el grupo etario de 26 a 35 años, el 16.3%, es decir 47 personas están en el grupo etario de 36 a 45 años y el 8%, es decir

23 personas están en el grupo etario de 46 o + años. Como se puede observar el grupo más representativo es el comprendido entre los 18 a 25 años.

PRIMERA PREGUNTA:

1 ¿Considera usted que es mejor emprender un negocio propio o tener un empleo fijo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos Negocio propio	135	46,7	46,7	46,7
Empleo fijo	129	44,6	44,6	91,3
No sabe	25	8,7	8,7	100,0
Total	289	100,0	100,0	

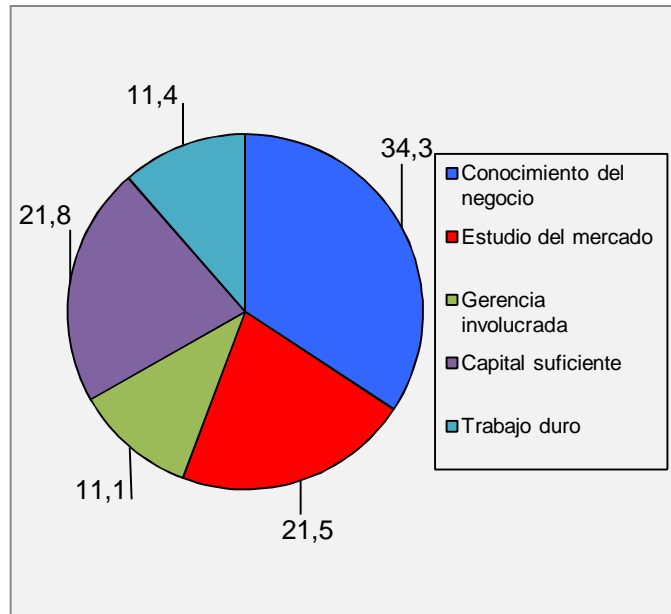


Del 289 personas encuestadas el 46.7%, es decir (135 p.) responden que es mejor emprender un negocio propio, mientras que el 44.6%, es decir (129 p.) responden que para ellos es mejor tener un empleo fijo, como se ve en la gráfica estas dos alternativas de elección se encuentran una de otra separadas con apenas 2.10 puntos. Se tiene además que el 8.7%, es decir (25 p.) no saben que sería mejor emprender un negocio propio o tener un empleo fijo.

SEGUNDA PREGUNTA:

2 ¿Cuál considera usted que es la clave del éxito de un negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos Conocimiento del negocio	99	34,3	34,3	34,3
Estudio del mercado	62	21,5	21,5	55,7
Gerencia involucrada	32	11,1	11,1	66,8
Capital suficiente	63	21,8	21,8	88,6
Trabajo duro	33	11,4	11,4	100,0
Total	289	66,8	66,8	

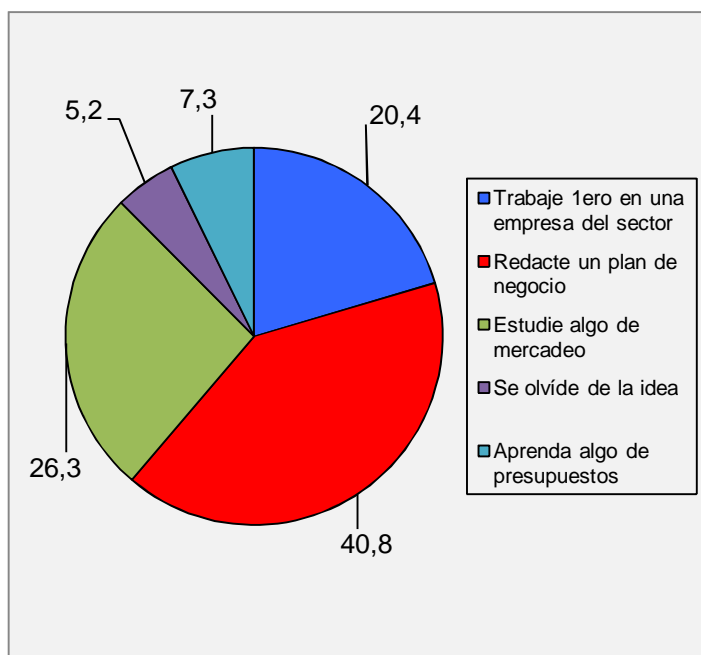


De 289 personas encuestadas el 34.3%, es decir (99p.) responden que la clave del éxito de un negocio es tener conocimiento del negocio, mientras que el 21.5%, es decir (62p.) responden que para ellos la clave es realizar un estudio de mercado, para el 11.1%, es decir (32p.) la clave es tener una gerencia involucrada, mientras que para el 21.8%, es decir (63p.) dicen que tener capital suficiente es la clave de éxito, y por último se tiene que 11.4%, es decir (33p.) es el trabajo duro. Se observa en la gráfica que los mayores porcentajes de personas que consideran que la clave de éxito de un negocio están en las alternativas de “Conocimiento del negocio y Capital suficiente”

TERCERA PREGUNTA:

3 Si un pariente le pide un consejo para empezar un negocio Usted le diría que:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos Trabaje lero en una empresa del sector	59	20,4	20,4	20,4
Redacte un plan de negocio	118	40,8	40,8	61,2
Estudie algo de mercadeo	76	26,3	26,3	87,5
Se olvíde de la idea	15	5,2	5,2	92,7
Aprenda algo de presupuestos	21	7,3	7,3	100,0
Total	289	87,5	87,5	

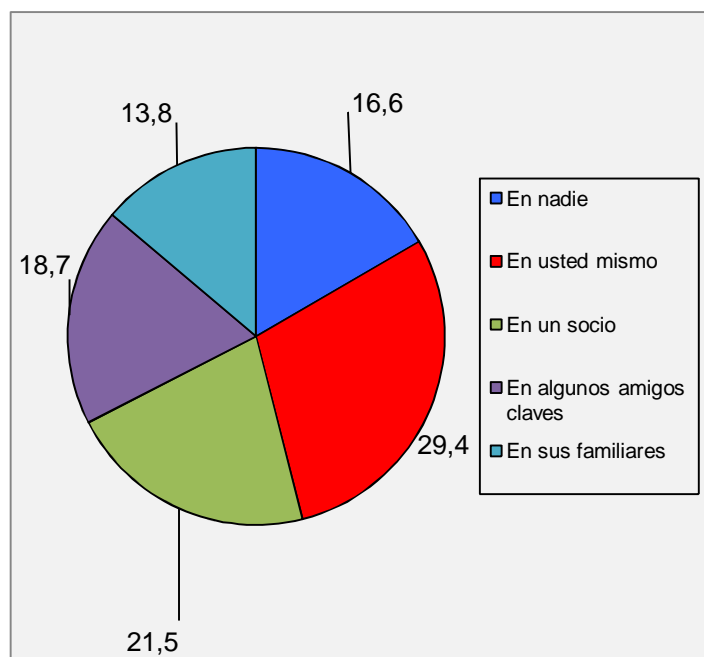


De 289 personas encuestadas se tiene que el 40.8%, es decir (118p.) responden que para empezar un negocio se debería redactar un plan de negocio, mientras q que el 26.3%, es decir (76 p.) le dirían a su pariente que para empezar un negocio deberían estudiar algo de mercadeo, seguido por el 20.4%, es decir (59 p.) que opinan que debería trabajar lero en una empresa del sector, se tiene también que el 7.3%, es decir (21 p.) responden que para empezar un negocio se debería tener conocimientos sobre presupuestos, y por último el 5.2%, es decir (15 p.), opina que se olvide la idea.

CUARTA PREGUNTA:

4 ¿Si decidiría iniciar un nuevo negocio en quién confiaría usted para desarrollarlo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos				
En nadie	48	16,6	16,6	16,6
En usted mismo	85	29,4	29,4	46,0
En un socio	62	21,5	21,5	67,5
En algunos amigos claves	54	18,7	18,7	86,2
En sus familiares	40	13,8	13,8	100,0
Total	289	67,5	67,5	

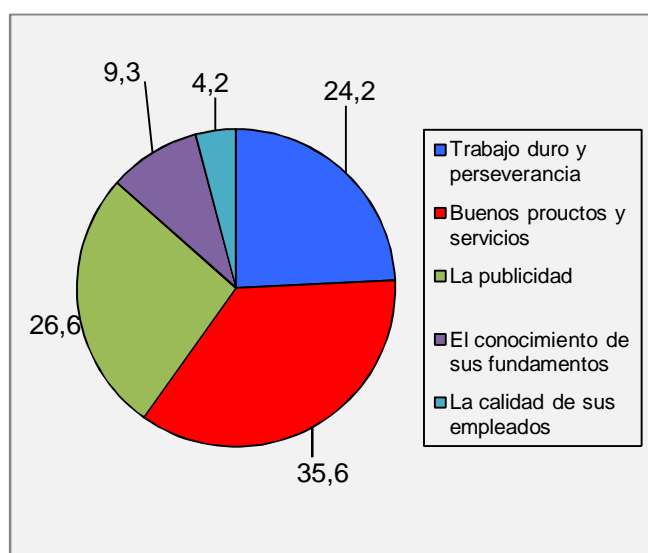


De 289 personas encuestadas, el 29,4%, es decir (85 p.) responden que si decidirían iniciar un nuevo negocio confiarían en uno mismo, le sigue el 21.5% es decir (62 p.) que piensan que deberían confiar en un socio para emprender un negocio propio, mientras que el 18.7%, es decir (54 p.) responden que confiarían en algunos claves, se tiene que el 16.6%, es decir (48 p.) manifiestan que no confiarían en nadie, y por último el 13.8%, es decir (40 p.) dicen que para iniciar un nuevo negocio confiaría en sus familiares.

QUINTA PREGUNTA:

5 ¿Cuál de los siguientes atributos considera usted que es la base de un negocio propio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Trabajo duro y perseverancia	70	24,2	24,2	24,2
	Buenos productos y servicios	103	35,6	35,6	59,9
	La publicidad	77	26,6	26,6	86,5
	El conocimiento de sus fundamentos	27	9,3	9,3	95,8
	La calidad de sus empleados	12	4,2	4,2	100,0
	Total	289	86,5	86,5	

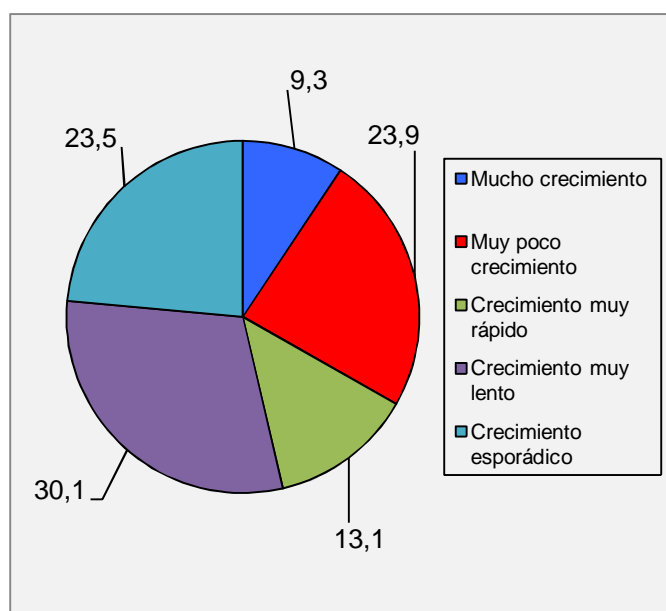


Del total de encuestados (289 p.) el 35.6%, es decir (103 p.) responden que el atributo que ellos consideran ser la base de un negocio es ofrecer buenos productos y servicios, seguido por el 26.6%, es decir (77 p.) que consideran que el atributo es la publicidad, después se tiene que el 24.2% es decir (70 p.) responden que el atributo es el trabajo duro y la perseverancia, con una diferencia de 14.9 puntos le sigue el 9.3%, es decir (27 p.) que mencionan que el atributo que es la base de un negocio propio es el conocimiento de sus fundamentos; y por último el 4.2%, es decir (12 p.) piensan que el atributo es la calidad de sus empleados.

SEXTA PREGUNTA:

6 ¿Cuál considera usted que es el principal problema de las pequeñas y medianas empresas en el sector?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Mucho crecimiento	27	9,3	9,3	9,3
	Muy poco crecimiento	69	23,9	23,9	33,2
	Crecimiento muy rápido	38	13,1	13,1	46,4
	Crecimiento muy lento	87	30,1	30,1	76,5
	Crecimiento esporádico	68	23,5	23,5	100,0
	Total	289	46,4	46,4	

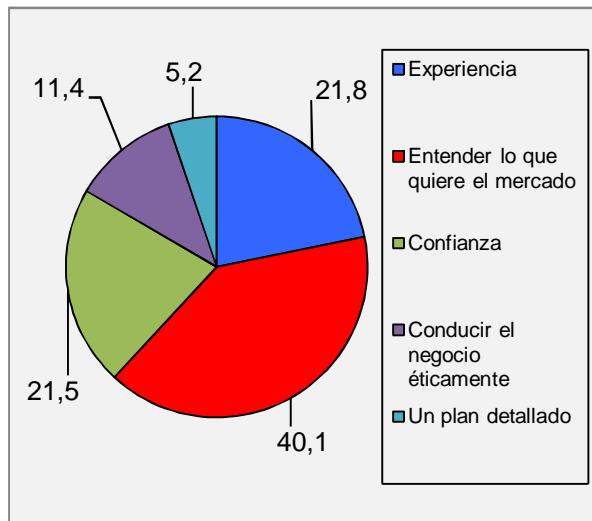


De 289 personas encuestadas, el 30.1%, es decir (87 p.) responden que el principal problema de las pequeñas y medianas empresas en el sector se da porque existe un crecimiento muy lento en el sector; después se tiene que el 23.9%, es decir (69 p.) mencionan que existe muy poco crecimiento, a continuación se tiene que el 23.5%, es decir (68 p.) contestan que existe un crecimiento esporádico del sector, a continuación se tiene que el 13.1% responden que el principal problema es que hay un crecimiento muy rápido, y por último se tiene que el 9.3%, es decir (27 p.) responden que para ellos el principal problema es que existe mucho crecimiento.

SEPTIMA PREGUNTA:

7 Dentro de un negocio ¿Cuál es la mayor ventaja competitiva según su criterio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos Experiencia	63	21,8	21,8	21,8
Entender lo que quiere el mercado	116	40,1	40,1	61,9
Confianza	62	21,5	21,5	83,4
Conducir el negocio éticamente	33	11,4	11,4	94,8
Un plan detallado	15	5,2	5,2	100,0
Total	289	83,4	83,4	

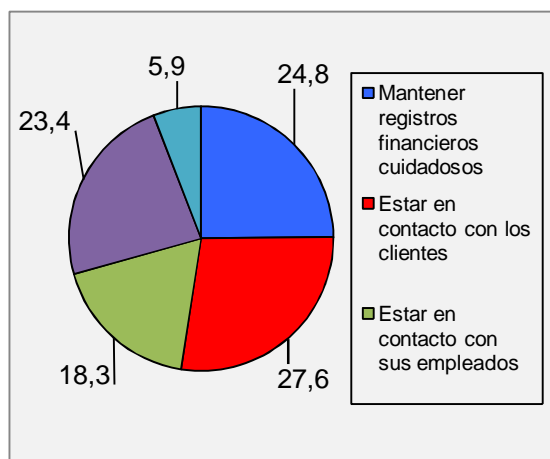


Del total de encuestados (289 p.) el mayor porcentaje es 40.1%, es decir (116 p.) responden que la mayor ventaja competitiva es entender lo que quiere el mercado, seguido por el 21.8%, es decir (63 p.) que consideran que para ellos la mayor ventaja competitiva es la experiencia, después se tiene que el 21.5% es decir (62p.) responden que la ventaja es la confianza, aquí es necesario señalar que entre estas dos últimas respuestas se tiene una diferencia de apenas 0.3 puntos, a continuación se tiene que 33 personas, es decir el 11.4% mencionan que dentro de un negocio la mayor ventaja competitiva es conducir el negocio éticamente; y por último el 5.2%, es decir (15 p.) piensan que el atributo es la calidad de sus empleados.

OCTAVA PREGUNTA:

8 Si manejara un negocio propio, Usted se preocuparía por:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Mantener registros financieros cuidadosos	72	24,8	24,8	24,8
	Estar en contacto con los clientes	80	27,6	27,6	52,4
	Estar en contacto con sus empleados	53	18,3	18,3	70,7
	Probar nuevas tecnologías	68	23,4	23,4	94,1
	Dejar un negocio perdurable y poder retirarse	17	5,9	5,9	100,0
	Total	290	70,7	70,7	

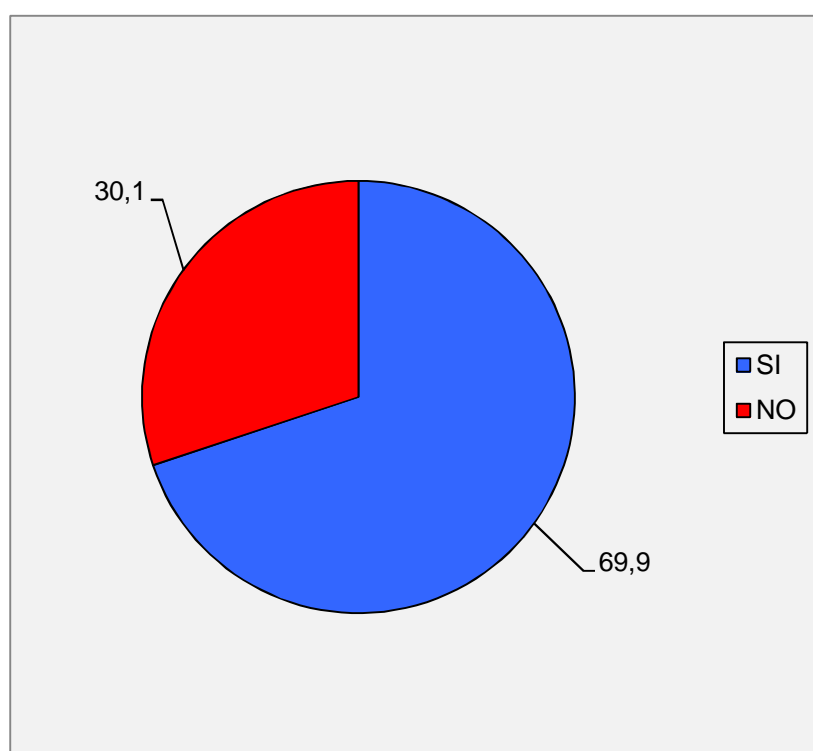


Del total de encuestas aplicadas el 27,6%, es decir (80 p.) responden que para ellos el estar en contacto con los clientes es una variable fundamental cuando se trata de manejar un negocio, después se tiene que el 24,8%, es decir (72 p.) les interesa mantener registros financieros cuidadosos al momento de manejar un negocio propio. Seguido a este grupo de encuestados están los que opinan que al momento de manejar un negocio propio se requiere probar nuevas tecnologías y representan en la gráfica el 23,4%, pero para el 18,3%, es decir (53 p.) les interesa mejor estar en contacto con sus empleados, y por último se tiene que el 5.9%, es decir (17 p.) responden que si manejara un negocio propio, éstos se preocuparían por dejar un negocio perdurable y poder retirarse.

NOVENA PREGUNTA:

9 ¿Estaría dispuesto a emprender su propio negocio en estos momentos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos SI	202	69,9	69,9	69,9
NO	87	30,1	30,1	100,0
Total	289	100,0	100,0	

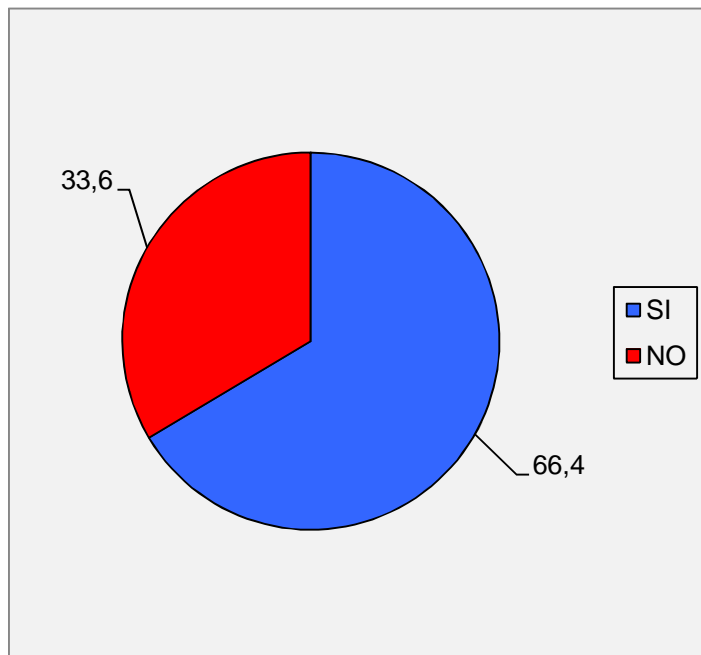


El 69.9%, es decir 202 personas responden que SI estarían dispuestos a emprender su propio negocio en este momento, mientras que el 30.1% es decir 87 personas responden que ellos NO estarían dispuestos a emprender su propio negocio.

DECIMA PREGUNTA:

10 Tiene claro el negocio en el que quisiera emprender?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos SI	192	66,4	66,4	66,4
NO	97	33,6	33,6	100,0
Total	289	100,0	100,0	

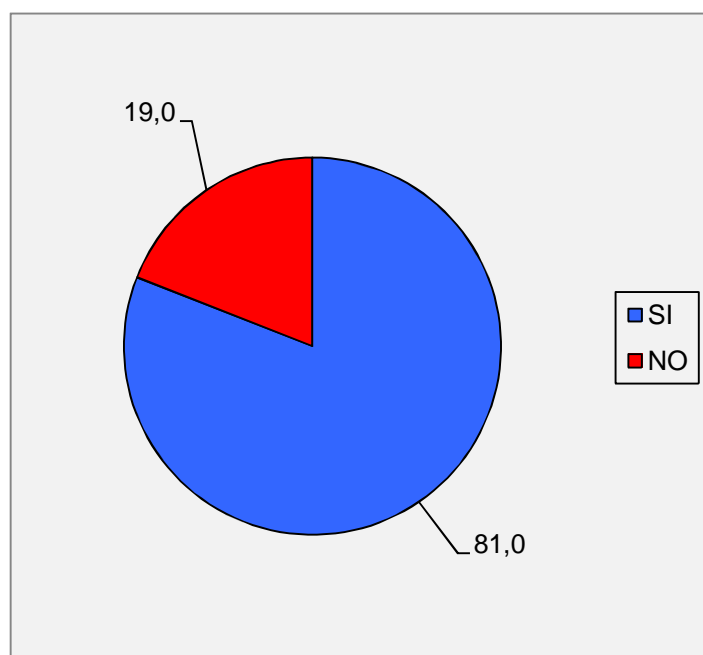


Del total de encuestados, el 66.4%, es decir 192 personas responden que SI tiene claro el negocio que quisieran emprender , mientras que el 33.6% es decir 97 personas responden que ellos NO tiene claro el negocio en el que quisieran emprender, la diferencia entre estas dos alternativas es de 32.8 puntos porcentuales.

DECIMA PRIMERA PREGUNTA:

11 ¿Desearía contar con una guía completa que le facilite la decisión sobre que negocio emprender?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos SI	234	81,0	81,0	81,0
NO	55	19,0	19,0	100,0
Total	289	100,0	100,0	

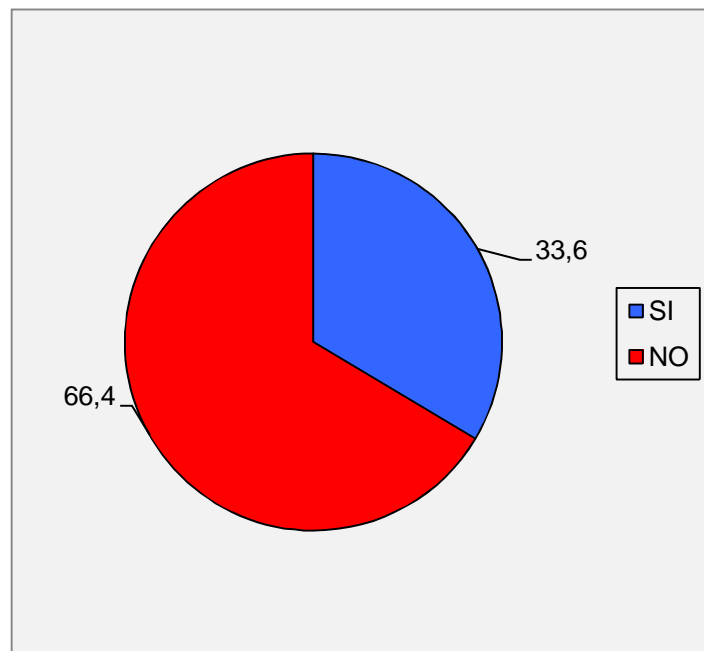


De las 289 personas encuestadas se tiene que el 81%, es decir 234 p.; responden que SI desearían contar con una guía completa que les facilite la decisión sobre que negocio emprender, mientras que el 19% es decir 55 personas responden que ellos NO desearían contar con una guía completa que les facilite la decisión sobre que negocio emprender.

DECIMA SEGUNDA PREGUNTA:

12 ¿Conoce usted que entidades financieras están apoyando con créditos a las PYMES?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos SI	97	33,6	33,6	33,6
NO	192	66,4	66,4	100,0
Total	289	100,0	100,0	

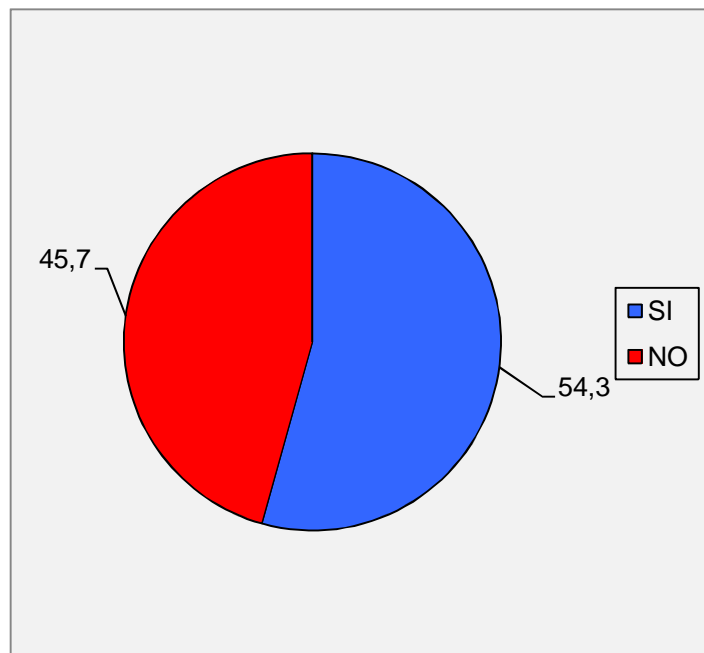


La gráfica muestra que el 33.6% es decir, 97 personas SI conocen que entidades financieras están apoyando con créditos a las PYMES, mientras que el 66.4% es decir 192 personas responden que ellos NO conocen que entidades financieras apoyen con créditos a las PYMES, se puede observar que la diferencia es de 32.8 puntos.

DECIMA TERCER PREGUNTA:

13 ¿Sabe qué montos le otorga una entidad financiera para emprender un nuevo negocio o ampliar el actual?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	SI	157	54,3	54,3	54,3
	NO	132	45,7	45,7	100,0
	Total	289	100,0	100,0	

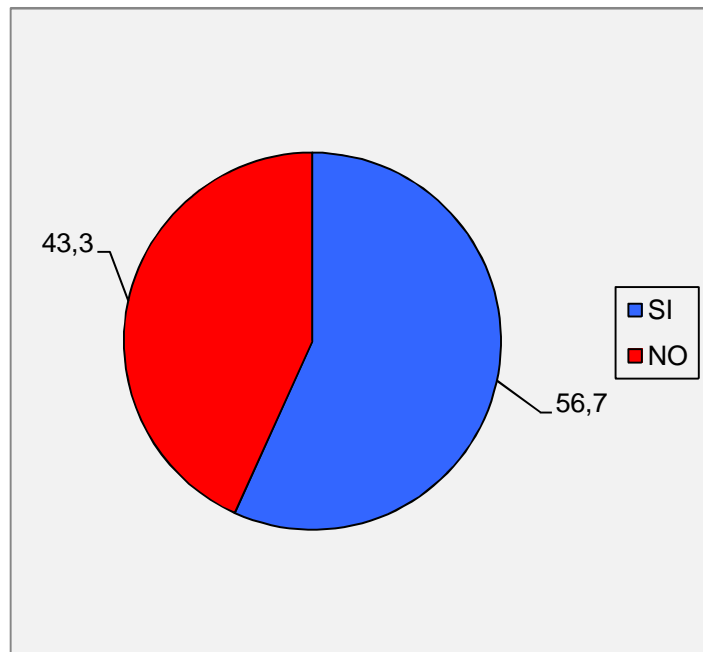


De las 289 personas encuestadas se tiene que el 54.3 %, es decir 157 p.; responden que SI sabe qué montos le otorga una entidad financiera para emprender un nuevo negocio o ampliar el actual; mientras que el 45.7% es decir 132 personas respondieron que ellos NO saben qué montos le otorga una entidad financiera.

DECIMA CUARTA PREGUNTA:

14 ¿Está consciente de los requisitos necesarios para poder acceder a un crédito para negocios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos SI	164	56,7	56,7	56,7
NO	125	43,3	43,3	100,0
Total	289	100,0	100,0	

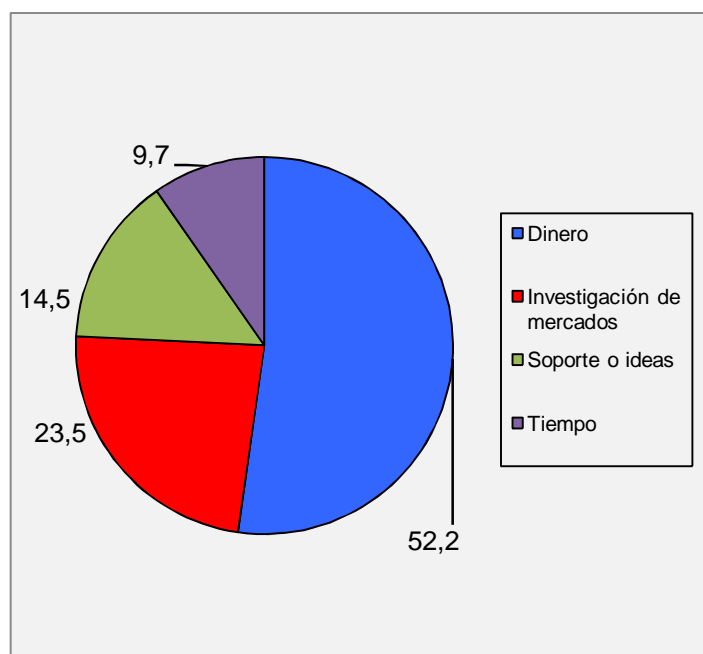


La gráfica muestra que el 56.7% es decir, 164 personas están conscientes de los requisitos necesarios para poder acceder a un crédito para negocios, mientras que el 43.3% es decir 125 personas responden que ellos NO están conscientes de los requisitos necesarios para poder acceder a un crédito para negocios; se puede observar que la diferencia es de 13.4 puntos de las personas que sí saben frente a las que no.

DECIMA QUINTA PREGUNTA:

15 ¿Qué es lo que principalmente necesita un negocio para iniciar o para ampliarse?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Dinero	151	52,2	52,2	52,2
	Investigación de mercados	68	23,5	23,5	75,8
	Soporte o ideas	42	14,5	14,5	90,3
	Tiempo	28	9,7	9,7	100,0
	Total	289	100,0	100,0	

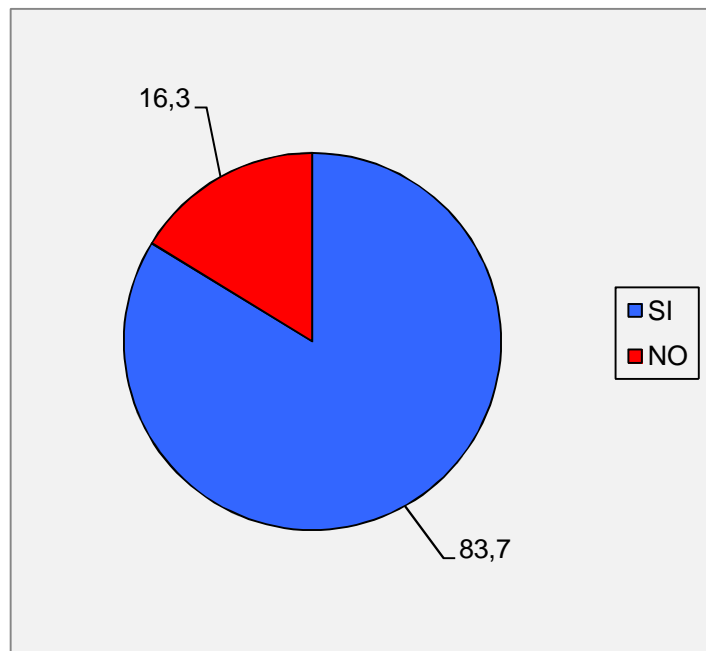


Del total de encuestados, el 52.2%, es decir 151 personas respondieron que para iniciar un negocio o ampliarlo se necesita dinero; otras 68 personas es decir 23.5% respondieron que se necesita de una investigación de mercados, le sigue el 14.5%, es decir 42 personas respondieron que lo principal que necesita un negocio para iniciar o ampliarse es tener un soporte o ideas, y por último se ve que 9.7% responde que para iniciar un negocio o ampliarse, se requiere tiempo.

DECIMO SEXTA PREGUNTA:

16 ¿Desearía contar con algún tipo de herramienta para informarse sobre que negocio iniciar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos SI	242	83,7	83,7	83,7
NO	47	16,3	16,3	100,0
Total	289	100,0	100,0	



La gráfica muestra que el 83.7% es decir, 242 personas desearían contar con algún tipo de herramienta para informarse sobre que negocio iniciar; mientras que el 16.3% responde que NO desearía.

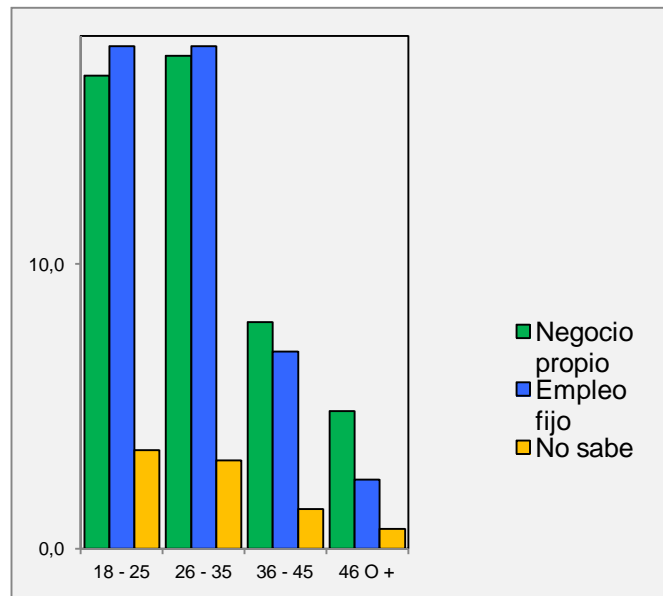
ANALISIS BIVARIADO

Este análisis se realizará entre la información general de género y la primera pregunta:

¿Considera usted que es mejor emprender un negocio propio o tener un empleo fijo?

Count.

		PREG 1			Total
		Negocio propio	Empleo fijo	No sabe	
EDAD	18 - 25	48	51	10	109
	26 - 35	50	51	9	110
	36 - 45	23	20	4	47
	46 O +	14	7	2	23
Total		135	129	25	289



En la gráfica se observa que el 17.6% de personas que están comprendidas en el primer grupo etáreo que va desde 18 a 25 años de edad consideran que es mejor tener un empleo fijo, mientras que el 16.6% considera que es mejor tener un negocio propio y el 3.5% no sabe que es mejor.

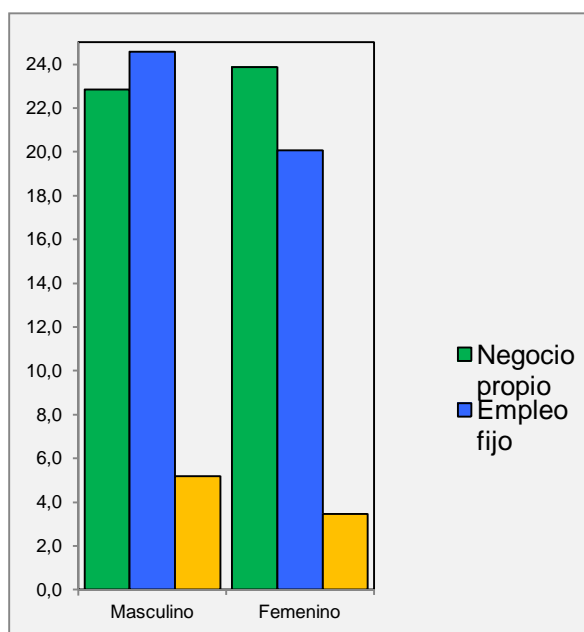
Para el grupo de personas cuya edad está comprendida entre los 26 a 35 años se puede observar que el 17.6% prefiere tener un empleo fijo y 17.3% prefiere tener un negocio propio, como se ve la diferencia es muy pequeña, pues difiere en tan solo 0.3 puntos, por último se ve que el 3.1% no sabe que es mejor.

En la gráfica se observa que el 8% de personas cuya edad va desde los 36 hasta los 45 años consideran que es mejor tener un negocio propio; mientras que el 6.9% prefiere tener un empleo fijo, y por último el 1.4% no sabe que es mejor.

Para el grupo de personas cuya edad es 46 años a mas; se puede observar que el 4.8% prefiere tener un negocio propio, mientras que 2.4% prefiere tener un empleo fijo, y tan solo el 0.7% no sabe que es escoger.

Count.

		PREG 1			Total
		Negocio propio	Empleo fijo	No sabe	
GENERO	Masculino	66	71	15	152
	Femenino	69	58	10	137
Total		135	129	25	289



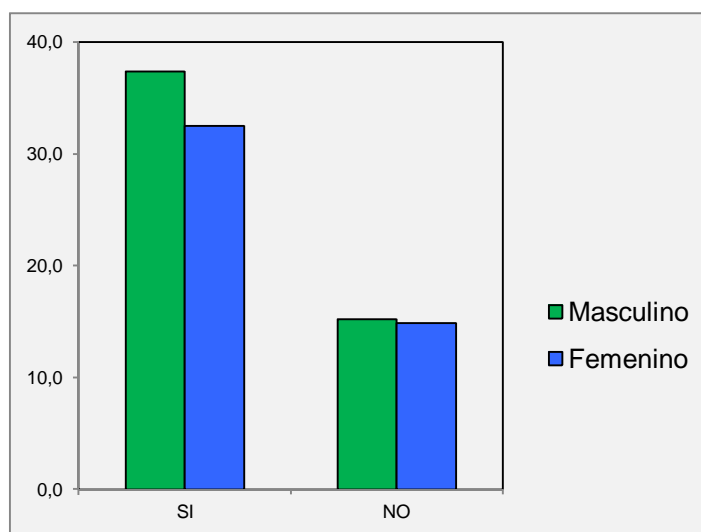
Como muestra la gráfica se tiene que los hombres prefieren tener un empleo fijo (24.6%) y el 22.8% prefiere un negocio propio, mientras que el 5.2% no sabe.

Por otro lado la gráfica muestra que las mujeres prefieren tener un negocio propio (23.9) y el 20.1% prefiere un empleo fijo, mientras que el 3.5% no sabe.

9 ¿Estaría dispuesto a emprender su propio negocio en estos momentos?

Count.

		PREG 9		Total
		SI	NO	
GENERO	Masculino	108	44	152
	Femenino	94	43	137
Total		202	87	289



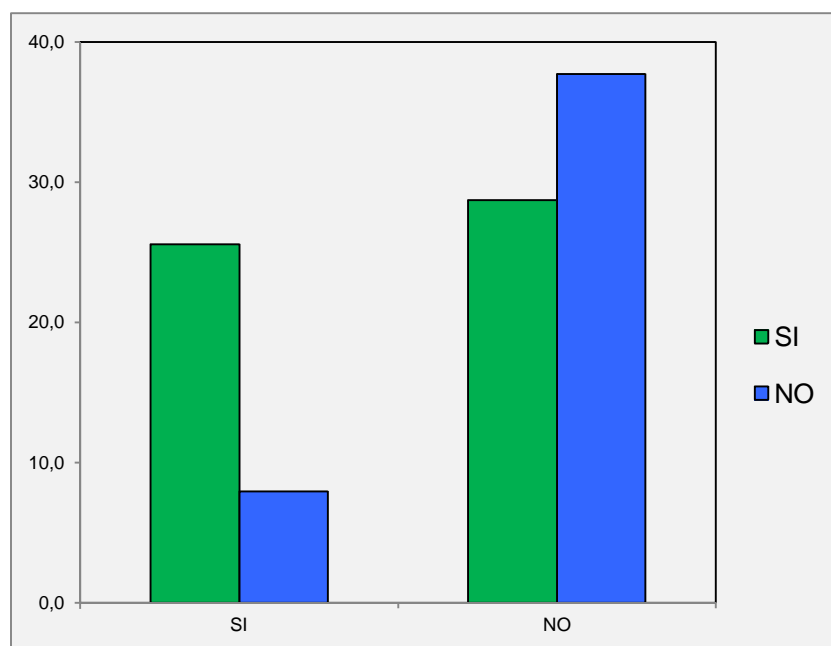
Los hombres en estos momentos SI estarían dispuestos a emprender su propio negocio (37.4%) mientras que el 15.2% no estaría dispuestos en este momento a emprender su propio negocio; mientras que el 32.5% de las mujeres si estarían dispuestas a emprender su propio negocio, y 14.9% de las mujeres no lo estarían.

12 ¿Conoce usted que entidades financieras están apoyando con créditos a las PYMES?

13 ¿Sabe que montos le otorga una entidad financiera para emprender un nuevo negocio o ampliar el actual?

Count.

		PREG 12		Total
		SI	NO	
PREG 13	SI	74	83	157
	NO	23	109	132
Total		97	192	289



De los que si saben que entidades financieras están apoyando con créditos que son el (33.6%), 25% si saben que montos otorgan, mientras que el 8% desconoce que monto otorga una entidad financiera, mientras que los que no conocen que entidades financieras están apoyando con créditos que son el (66.4%), el 37.7% si saben que montos otorgan

CAPITULO III

ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO

CAPITULO III

ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO

3.1.- ¿Que es un negocio?

Son todas las organizaciones que proveen bienes y/o servicios con el propósito de lograr obtener ganancias.²⁷

3.2.- Factores a tomar en cuenta antes de invertir en un negocio

Cuando se cruza la idea de invertir capital, se debe estar al tanto de las diferentes opciones que existe en el mercado. Esto para poder decidir que es realmente su idea de un negocio rentable.

Estos beneficios vienen de la mano no solo del deseo o lo que se quiere lograr con la inversión. Para tener mayor provecho con las inversiones es importante tomar en cuenta varios factores:

3.2.1.- El plazo. No es lo mismo invertir a corto plazo que a largo plazo. Entre mayor el tiempo mayor la ganancia.

3.2.2.- Posibilidades económicas: Es muy importante tener los pies sobre la tierra y saber exactamente cuál es el capital. Nunca invierta dinero que se va a necesitar en muy corto plazo.

3.2.3.- Ubicación: En cierto tipo de inversiones, la ciudad o lugar en donde se encuentre puede afectar el valor de un producto que se compra.

²⁷ GRIFFIN, Ricky; EBERT, Ronald; NEGOCIOS; 7ma Edición; Prentice Hall, México 2005, p. 4

3.2.4.- Asesorías: Nunca invierta sin asesoría o un experto que le ayude. Solicite ayuda, pregunte y pide consejo pero recuerde que siempre la última palabra debe ser suya.

3.2.5.- Conocer el producto: Busque información acerca de todo lo referente al producto o servicio, en especial sobre las formas de hacerlo y cuál es la mejor de llevarlo a cabo.

3.2.6.- Definiendo las salidas: Este punto es muy importante y puede ser crucial en su inversión. Definir el momento en el que sale de su inversión, debe tener muy claro cuando está dispuesto a perder o con cuanto de ganancia se saldrá del negocio. La codicia y el miedo son los principales sentimientos que arruinan el éxito de una inversión, evite que se apoderen de usted.

3.2.7.- Diversificación: Aprenda a diversificar. Busque opciones diferentes en sectores diferentes. Si busca inversiones de riesgo alto para ganar mucho dinero, protéjase con otras que cuenten con ganancias menores y riesgo bajo que compense. Si lo que busca es tranquilidad, entonces apunte a inversiones de bajo riesgo como principal, pero destine un poco a una inversión que pueda generarle ganancias mayores en poco tiempo.

3.3.- Actividades para elegir un negocio

3.3.1.- Decisiones importantes antes de elegir un nuevo negocio

Antes de elegir el tipo de negocio que se desea emprender es necesario que se tomen en cuenta ciertas decisiones que hay que tomarlas de antemano, estas son:

3.3.1.1.- Decidir si verdaderamente existe el interés de iniciar su propia empresa:

Lo que conlleva las siguientes acciones:

Arriesgar parte de su patrimonio.

Correr el riesgo de convertirse en una persona excéntrica, es decir, de generar cierto desequilibrio en su vida y dedicarle muchas horas al trabajo en lugar de dedicárselo a la familia y a otras actividades amenas.

Puede haber niveles de estrés que no haya conocido como empleado.

3.3.1.2.- Decidir el tipo de negocio y la ubicación:

Una vez que se ha decidido definitivamente iniciar una empresa propia, deberá determinar el tipo de negocio que mejor se adapta a sus necesidades y la ubicación desde donde operar.

3.3.1.3.- Decidir si empezar a tiempo completo o a tiempo parcial:

Esta situación se refiere a comenzar a trabajar en la empresa propia en las horas libres mientras todavía trabaja como empleado lo cual presenta algunas ventajas interesantes.

Las ventajas de comenzar de este modo superan a los riesgos:

Evita quedarse sin una fuente de ingresos, incluyendo los beneficios de jubilación, salud, beneficios sociales y vacaciones pagadas.

El empleo de tiempo completo no se resentirá si mantiene cierto conflicto de intereses entre ambas disciplinas, entre lo que se incluye separar el empleo de la nueva empresa en dos mundos totalmente distintos.

Se puede evitar el conflicto de intereses con el empleo anterior al seleccionar un tipo de negocio que resulte adecuado para dedicarse a él como un trabajo secundario.

Su familia puede encargarse de la empresa mientras usted trabaja.

Puede enseñar a sus familiares los beneficios de dedicarse a los negocios.

Los obstáculos de empezar una empresa a tiempo parcial:

La tentación de dedicarle tiempo de su trabajo regular a la nueva empresa.

Competir con su empleador, lo cual, no es una actitud ética.

Todo tipo de conflicto que surja en su empleo habitual puede poner en riesgo su empleo y el nuevo negocio al que se dedica de tiempo parcial.

El exceso de trabajo y el agotamiento físico y psicológico también pueden ser un problema muy frecuente para los empresarios que tienen un empleo fijo.

3.3.2.- Estrategia de selección de un nuevo negocio

La elección del negocio equivocado es el error más frecuente que cometen los nuevos empresarios. La siguiente lista de verificación será de utilidad en la elección del nuevo negocio:

Debe tomarse su tiempo y esperar hasta dar con el negocio adecuado a sus necesidades.

El proceso de selección requiere de mucha planificación y su experiencia y conocimientos especializados son fundamentales para alcanzar el éxito.

No debe dedicarse a negocios que puedan implicar demasiada dificultad.

Trate de identificar un negocio con potencial económico a largo plazo.

Procure encontrar un negocio que crezca en los mercados actuales y en los futuros.

Busque negocios que se centren en un “monopolio del consumidor” con capacidad de fijación de precios y pronósticos de crecimiento predecibles en el largo plazo.

Se deben evitar los negocios de productos estándar cuya competencia se basa enteramente en el precio y en los que se debe poseer el menor costo para sobrevivir.

Optar por una empresa de servicios es una buena alternativa ya que la mayoría de las empresas de servicios tienen capacidad de fijación de precios.

Apostar por un negocio con el que está familiarizado.

3.3.3.- Cómo evaluar un negocio específico que haya considerado.

Las siguientes preguntas pueden ayudarlo a aclarar la situación:

¿Se trata de algo que me gusta hacer?

Mis actividades preferidas son: _____

Me gusta prestar un servicio a la gente al:

¿Cubrirá una necesidad creciente en el mercado para la que no existe un sustituto similar?

¿Puedo cubrir una necesidad especializada y personalizada tan efectivamente que los clientes lleguen a pensar que no existe un sustituto similar?

¿Puedo manejar las necesidades de capital?

¿Puedo aprender previamente acerca del negocio trabajando como empleado de otra persona?

¿Podría funcionar como una empresa hueca (empresa que terceriza ciertos o todos los procesos productivos), sin contar con una fábrica y con un número mínimo de empleados?

¿Se trata de un producto o servicio que puedo poner a prueba previamente?

¿Debería considerar un socio que posea destrezas complementarias?

3.4.- Pasos para Iniciar un Negocio Propio

Para iniciar un negocio propio, en términos generales es necesario cumplir con los siguientes:

3.4.1.- Primer Paso: Desarrollar un Plan de Negocios

El primer paso es desarrollar un plan de negocios. Esto es, en términos prácticos, una investigación de la idea del negocio que termina en el planteamiento de cómo va a vender, es decir establecer los precios, la promoción y la definición de la mercadotecnia que utilizará; cuánto le va a costar, es decir establecer los costos, los inventarios y los gastos; y cuánto necesita para empezarlo, es decir el valor de la inversión inicial, el financiamiento y el capital de trabajo.

3.4.1.1 Criterios para evaluar los proyectos

Son técnicas de evaluación mediante las cuales se analiza si un proyecto es conveniente y rentable.

La decisión de seleccionar una inversión se la puede evaluar utilizando los **Métodos Dinámicos o de Descuento**, estos métodos toman en cuenta de manera explícita el valor del dinero en el tiempo y por lo tanto comparan valores homogéneos de los flujos netos de caja a un proceso de descuento que sitúan a todos estos flujos en el mismo punto de origen de la inversión inicial, permitiendo una correcta evaluación de los proyectos. A continuación se evalúan cada uno de los métodos dinámicos:

3.4.1.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto de un proyecto puede ser definido como la sumatoria de los valores actualizados (a una tasa mínima de rendimiento), a una tasa adecuada o pertinente para el inversionista, del flujo neto de fondos.

Con este método todos los flujos de fondos se descuentan para encontrar su valor actual.

La diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su valor equivalente en el año cero es el Valor Actual Neto (VAN).

Para calcular el VAN del proyecto se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Donde $t Y$ representa el flujo de ingresos del proyecto, $t E$ sus ingresos e $0 I$ la inversión inicial en el momento cero de la evaluación. La tasa de descuento se representa mediante i .

Aunque es posible aplicar directamente esta ecuación, la operación se puede simplificar a una sola actualización mediante:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1+i)^t} - I_0$$

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Donde $t BN$ representa el beneficio neto del flujo en el periodo t . Obviamente, $t BN$ puede tomar un valor positivo o negativo.

Al aplicar este criterio, el VAN representa el valor actual de los beneficios netos por encima del costo de oportunidad del dinero. Cuando el VAN es igual a cero significa que los beneficios del proyecto alcanzan tan solo a compensar los costos de oportunidad de sacrificar otras alternativas de inversión. Un VAN negativo quiere decir que con los beneficios generados por el proyecto no alcanzan a compensar los costos de oportunidad de dejar de lado otras alternativas de inversión; en ese caso, sería más

rentable invertir en las alternativas de inversión y optar por no invertir en el proyecto. Y si se tiene un Valor Actual Neto positivo significa que el proyecto arroja un beneficio aún después de cubrir el costo de oportunidad de las alternativas de inversión.

Por consiguiente se concluye que el VAN puede ser un instrumento de toma de decisiones sobre invertir o no en el proyecto, el criterio para la toma de decisiones es el siguiente:

- Si el VAN mayor a cero El proyecto es atractivo y debe ser aceptado.
- Si el VAN igual a uno Es indiferente entre realizar el proyecto o escoger otras alternativas ya que se puede obtener el mismo Beneficio.
- Si el VAN menor a cero El proyecto no es atractivo y no vale invertir por cuanto hay otras alternativas que pueden dar mayores beneficios todo ello en base al costo de oportunidad del dinero.

3.4.1.1.2 Tasa Interna de Retorno TIR

Es aquella tasa de interés que iguala el valor actualizado del flujo de los ingresos con el valor actualizado del flujo de costos. O es aquella tasa de descuento aplicada a un flujo de Beneficios Netos de Fondos, para que sea igual a cero (Tasa de interés que hace que el valor presente del proyecto sea igual a cero).

La TIR, mide la rentabilidad del dinero que se mantendría dentro del proyecto.

Un proyecto es conveniente cuando la TIR es mayor que la TMAR del proyecto o del inversionista.

La tasa interna de retorno puede calcularse aplicando la siguiente ecuación:

$$\sum_{i=1}^n \frac{Yt}{(1+i)} - \sum_{i=1}^n \frac{Ct}{(1+i)} + Io = 0$$

Donde i es la tasa interna de retorno: Si se simplifica y agrupa los términos se obtiene lo siguiente:

$$\sum_{t=1}^n \frac{Y_t - C_t}{(1+i)^t} - I_0 = 0$$

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_0 = 0$$

Para calcular la TIR con la ayuda de las tablas del programa Excel, se debe establecer dos valores presentes netos; el uno con valor negativo y el otro con un valor positivo y el resultado debe ser encontrado al interior del intervalo.

Una vez que el problema es tratado de esta manera, la TIR puede ser determinada por aproximaciones sucesivas o por interpolaciones sucesivas. La fórmula de interpolación es la siguiente:

La TIR es igual a la menor de las dos tasa de descuento, más la diferencia entre las dos tasas, por el VAN correspondiente a la tasa de descuento inferior, dividido por la diferencia absoluta entre los dos VAN

$$TIR = tm + (tM - tm) \left(\frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{tM}} \right)$$

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_0 = 0 \quad tm + (tM - tm) \left(\frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{tM}} \right)$$

3.4.1.1.3 Período de Recuperación de la Inversión

“Período que se requiere para que una inversión genere flujos de efectivo suficientes para recuperar su costo inicial”²⁸

²⁸ Paúl C, Martín, Diseño y evaluación de proyectos, Editorial Sudamérica- Planeta; España.

“Uno de los criterios tradicionales de evaluación bastante difundido es el del período de recuperación de la inversión mediante el cual, se determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptable por la empresa”

El período de recuperación, mide el número de años requeridos para recuperar el capital invertido en el proyecto.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Inversión} - \text{Flujo año 1}}{\text{Flujo último año}} + \text{Año anterior a la recuperación total}$$

3.4.1.1.4 Determinación de las tasas de descuento

Para poder efectuar el adecuado desarrollo de los criterios de evaluación es necesario en primer lugar realizar el cálculo de la tasa de descuento a ser aplicada en dicha evaluación.

La tasa de descuento en un pequeño proyecto de inversión se denomina TMAR, que es la Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad para que el proyecto sea atractivo para el inversionista.

Para realizar el proceso de actualización de los flujos de efectivo, es preciso determinar adecuadamente la tasa de descuento. La caracterización de esa tasa depende del origen de los fondos: cuando la inversión proviene de recursos propios la denominamos costo de oportunidad o de terceros, llamado costo de capital representado por el interés de los préstamos corregido por su efecto tributario, deducido los impuestos.

En este estudio se sugiere considerar como costo de oportunidad el rendimiento por inversión en bonos del estado, y que está del orden del 11% (9% tasa pasiva L.P., bonos e inflación + 2% tasa pasiva de ahorros), más una tasa por riesgo del 2%. En definitiva, la tasa que debería utilizarse para descontar el flujo de fondos del proyecto será la del 12%.

Tasa de descuento del proyecto: La TMAR del proyecto será:

TABLA 3.1
Tasa de descuento para los proyectos

Financiamiento	
Tasa pasiva a Largo Plazo, Bonos o % Inflación	9,00%
Tasa Pasiva en Ahorros	2,00%
Tasa de Riesgo (máximo 5%)	2,00%
Tasa Ajustada por el Riesgo	13,00%

Fuente: Proyectos de Inversión, Nassir Sapang

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

3.4.2.- Segundo Paso: Financiamiento

El segundo paso es conseguir el financiamiento, tanto para la inversión inicial (es decir, la compra del terreno o bien inmueble, arreglo de las instalaciones, compra de maquinaria, inventarios) como el capital de trabajo (es decir, el dinero que necesita día a día para las operaciones de su negocio como pagar proveedores, pagar deudas, etc.). La cantidad de financiamiento va a depender del capital que vaya a necesitar, así como el tamaño del negocio que se pretende iniciar.

3.4.3.- Tercer Paso: Trámites de apertura del negocio

Una vez que consiga el capital necesario, el siguiente paso es hacer los trámites de apertura del negocio. En términos generales se trata del registro ante el Servicio de Rentas Internas, patente Municipal, el registro del nombre comercial, los permisos de apertura para su giro específico y permisos como bomberos, salubridad, etc.

3.4.4.- Cuarto Paso: Acondicionamiento de Instalaciones

Una vez que se tenga el financiamiento, y los trámites se tiene que hacer la inversión inicial. Este dinero se utiliza principalmente en el acondicionamiento de las

instalaciones. En este caso, también se tiene que encontrar la ubicación del negocio, hacer la negociación de compra/renta de las instalaciones, y comprar la maquinaria necesaria.

3.4.5.- Quinto Paso: Contratación del Personal

Al mismo tiempo en que se acondicionan las instalaciones, es necesario contratar y capacitar al personal. Lo primero es determinar qué tipo de trabajador se necesita, es decir si debe ser un profesional con estudios superiores, una persona con estudios básicos o un técnico en un área específica, para lo cual se aplican distintas alternativas de selección.

3.4.6.- Sexto Paso: Compra de Inventarios

Casi al final de la apertura del negocio, es necesario comprar los inventarios iniciales, que será la materia prima necesaria para producir o vender.

3.4.7.- Séptimo Paso: Promoción Inicial

Finalmente, es necesaria que se realice una promoción inicial del negocio, a fin de atraer clientes desde el principio y poder generar ventas desde la apertura del negocio. Las formas más comunes para promocionar por primera vez un negocio son ofreciendo una promoción especial, y dándola a conocer en medios impresos (volanteo), radio o televisión si existe presupuesto.

Como se aprecia dentro de la estructura o pasos anteriores, se observa claramente las distintas etapas que se deben seguir para una adecuada apertura de un negocio propio, el objetivo principal del presente trabajo o estudio consiste en proporcionar una herramienta que facilite el alcance de los dos primeros pasos, esto es ofrecer una gama de ideas de negocio y en donde encontrar un financiamiento en el sector de influencia (Sangolquí).

3.5 Financiamiento

3.5.1 Antecedentes

El financiamiento es la sangre vital de las empresas pequeñas y es una preocupación primaria de todos los días. Deben tener acceso a financiamiento rápido y según términos razonables se tienen que sacar provecho de las oportunidades de mercado.

Existen dos formas de financiamiento, con fondos propios o aportes de los empresarios o socios y mediante crédito de carácter público o privado, sea de instituciones financieras, de prestamistas, de los accionistas, de los proveedores y mediante anticipos de los clientes.

La posibilidad de conseguir recursos de socios, depende de la oportunidad de vender la idea de negocio a diferentes inversionistas que poseen recursos; y, para ello es importante venderles la idea mediante la presentación de la viabilidad del negocio, que debe estar debidamente desarrollado en un proyecto de factibilidad.

Por su parte el crédito por lo general y más para los pequeños empresarios, es caro, escaso y difícil de obtener, por lo cual se debe planificar para que se contrate solo el monto de crédito que sea estrictamente necesario.

Las grandes empresas por su parte tienen acceso a líneas de crédito con tasas de interés sustancialmente inferiores. Su presencia en los directorios de las Instituciones Financieras y su capacidad de conseguir fondos a través de la emisión de acciones son ventajas adicionales. Las empresas más pequeñas no cuentan con esta capacidad, siendo este un problema agravado en los momentos de tensión económica, a lo cual se adiciona en muchos casos la falta de garantías reales para sustentar los créditos, lo que si posee la empresa grande por medio del alto valor de sus activos fijos.

En el Ecuador, ha existido preocupación especialmente en los últimos años respecto a la necesidad de dotarle a las pequeñas y medianas empresas y posteriormente

también a las microempresas de fuentes de financiamiento. Es así que desde el sector público surgieron alternativas interesantes como el Fondo para el Financiamiento de la Pequeña Industria y Artesanía –FOPINAR- y el Fondo para la Pequeña Empresa –FOPEM-, de la Corporación Financiera Nacional, los mismos que entregaban financiamiento en condiciones ventajosas de tasas de interés y de plazos.

Una vez que se tomó conciencia sobre la importancia y el impacto de la microempresa en la economía nacional, surgen iniciativas del sector privado y público para dotarle de financiamiento, resolviendo la falta de garantías con la actuación del Sistema de Garantías Crediticias, que operaba ofreciendo la garantía ante la Institución Financiera, y cobrando una comisión al beneficiario del crédito, hasta que este sistema dejó de funcionar, posiblemente por una inadecuada administración.

Pero el interés en líneas de financiamiento para la pequeña empresa sigue creciendo, y además de las cooperativas que siempre han sido la fuente primaria de pequeños créditos, surgen las cajas de ahorro, los bancos comunales y en los 5 últimos años nace la Red Financiera Rural, por iniciativa de más de 40 instituciones privadas, públicas y de desarrollo, financieras y no financieras, que entrega crédito especialmente a las Asociaciones de pequeños productores agrícolas y agroindustriales en montos de hasta 50.000 dólares a largo plazo, para proyectos comunitarios.

Otra instancia importante que ha venido operando más de 15 años, es el Programa PL-480, que se origina en una cooperación de la USAID (Agencia Internacional de Desarrollo de los Estados Unidos) que dona productos al Ecuador, los mismos que son comercializados en el país, y con los recursos producto de estas ventas se financia esta línea de crédito Este programa también financia proyectos de carácter comunitario de gremios del sector agropecuario, que decidan mejorar los sistemas de comercialización o deseen optar por la industrialización de sus bienes, en montos que tiene topes de entre 150.000 y 200.000 dólares.

Finalmente, se conoce que el Gobierno Japonés entrega recursos al Ecuador por medio del Ministerio de Agricultura, para financiar con créditos no reembolsables

proyectos de asociaciones de agricultores y ganaderos que tengan interés en agregar valor a sus productos primarios.

Aparte de la situación referida, hay en el mundo internacional, una serie de líneas de financiamiento reembolsable y no reembolsable que ofrecen los organismos extranjeros, cuyo acceso y trámites se tiene que canalizar por medio del Instituto de Cooperación Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Como se puede advertir, son amplias las posibilidades de financiamiento existentes. Sin embargo, de la intención y necesidad de tener crédito a obtenerlo realmente, hay una gran diferencia que radica en el hecho de que resulta a veces difícil que los interesados puedan cumplir las condiciones y los requisitos, pudiendo afirmar que muchos de los recursos disponibles lamentablemente no han sido aprovechados.

En la actualidad, las principales fuentes de financiamiento en condiciones más favorables que las instituciones financieras privadas, la disponen la Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento, información que se registra a continuación.

3.5.2 Líneas de Crédito de la Corporación Financiera Nacional CFN

La Corporación Financiera Nacional (CFN) del Ecuador, es una institución financiera pública, cuya principal misión consiste en canalizar productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional del Buen Vivir para servir a los sectores productivos del país. La visión de la CFN es ser la banca múltiple de desarrollo, moderna y eficiente, con énfasis en aquellos sectores desatendidos, apoyando así al desarrollo económico y social del Ecuador.

La acción institucional de la Corporación Financiera Nacional está enmarcada dentro de los lineamientos de los programas del Gobierno Nacional dirigidos a la estabilización y dinamización económica convirtiéndose en un agente decisivo para la consecución de las reformas emprendidas.

La CFN cuenta con una amplia red de oficinas Sucursales independientes y autónomas a nivel nacional, permitiéndoles servir a los sectores más alejados de las principales capitales de provincia reflejando óptimos niveles de operatividad y colocación de créditos.

La CFN durante su trayectoria institucional, ha consolidado su actividad crediticia, reiterando el compromiso de continuar sirviendo al sector productivo con especial atención a la micro y pequeña empresa apoyándoles adicionalmente en programas de capacitación, asistencia técnica y firma de convenios interinstitucionales para el fomento productivo buscando mejorar y resaltar la gestión empresarial como fuente de competitividad a mediano y largo plazo.

Según los estatutos de la Corporación Financiera Nacional, son consideradas financiables las siguientes actividades:

- Agricultura, ganadería, caza y silvicultura
- Pesca
- Explotación minas y canteras
- Industria manufacturera
- Suministro de electricidad, gas y agua
- Construcción
- Comercio al por mayor y por menor.
- Reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos.
- Hoteles y restaurantes
- Transporte y almacenamiento
- Comunicaciones

- Actividades inmobiliarias
- Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales

La CFN funciona como banca de primer y segundo piso:

Créditos de segundo piso

- Multisectorial inclusivo
- Multisectorial productivo
- Multisectorial patrimonial
- Reprogramación de pasivos

Créditos de primer piso

- Crédito Directo
- Financiamiento de exportaciones
- Crédito automotriz
- Crédito revolvente para capital de trabajo

3.5.2.1 Línea de Crédito Multisectorial como Banca de Segundo Piso

Esquema operativo: A través de 38 Instituciones del Sistema Financiero Ecuatoriano con las cuales la CFN ha suscrito convenio de participación:

Tabla N° 3.2
Condiciones de crédito banca de segundo piso de la CFN

Destino:	Para Activos fijos, capital de trabajo y asistencia técnica
Monto:	Hasta \$2'000.001
Plazo:	Hasta 10 años para activos fijos y hasta 2 años para capital de trabajo
Periodo de gracia de capital:	Hasta 1 año para activos fijos y hasta 4 meses para capital de trabajo.
Tasa de interés:	Entre 9.5 y 11% anual sobre saldos, dependiendo del plazo.
Garantía:	Real adecuada y suficiente equivalente a 140% sobre el valor del crédito
Aporte del empresario:	30% de la inversión total

Fuente: Atención al cliente CFN

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

3.5.2.2 Requisitos e información y para acceder al crédito

No constar en la Central de Riesgos

Tener una garantía hipotecaria, equivalente al 140% del monto del crédito.

Tener una cuenta bancaria con un movimiento promedio requerido por el Banco y que esté operativa un tiempo de 3 a 6 meses.

En el caso de las Cooperativas la cuenta de ahorros se puede abrir al inicio del trámite del crédito

Las Cooperativas exigen tener un encaje, excepto la Cooperativa 29 de Octubre que ha eliminado este requisito.

Presentar un proyecto técnico económico que demuestre la viabilidad de la inversión, cuyo nivel de profundidad esté en función del monto del crédito.

3.5.2.3 Línea de Crédito Directo de la Corporación Financiera Nacional como Banca de Primer Piso

El 19 de octubre de 2005, el Congreso Nacional expidió la resolución mediante la cual se emite la Ley Orgánica Reformatoria de la Corporación Financiera Nacional.

Entre las reformas que se introducen está la del Art. 11 que define la entrega de crédito de la CFN, en el siguiente sentido:

1. “A través de cualquier entidad calificada o no por la Superintendencia de Bancos y Seguros”; y,
2. “Directamente como banca de primer piso, a las personas naturales o jurídicas que cumplan los requisitos que apruebe el Directorio”

Con estos antecedentes, las condiciones establecidas para la entrega de crédito de la CFN como banca de primer piso, entre otras son las siguientes:

Tabla N° 3.3
Condiciones de crédito banca de primer piso de la CFN

Destino:	Para Activos fijos, capital de trabajo
Monto:	Entre 50.000 y 2`000.000 de dólares y hasta 200% del patrimonio del solicitante.
Finalidad:	Para financiar la instalación de nuevos proyectos o actividades y para respaldar el financiamiento de actividades existentes, en cuanto se refiere a su ampliación, modernización o diversificación.
Plazo:	Hasta 10 años para el financiamiento de activos fijos; y, hasta 2 años para el financiamiento de capital de trabajo.
Período de Gracia:	Hasta 2 años para activos fijos, en los cuales solo se pagan intereses; y, hasta 1 año para capital de trabajo, en el cual se paga solo intereses.
Financiamiento con crédito de la CFN:	Hasta el 70% de la inversión total. Financiamiento con capital propio del inversionista: Mínimo el 30% de la inversión total.
Garantía real, adecuada y suficiente:	Equivalente al 140% del valor del crédito solicitado.

Fuente: Atención al cliente CFN

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

3.5.2.4 Crédito para la microempresa

Como una de las propuestas del nuevo Gobierno posesionado desde enero del 2008, está el de promover acciones para generar empleo, dentro de lo cual se ha definido entregar volúmenes importantes de recursos a la Corporación Financiera Nacional para líneas de crédito que financien actividades de microempresarios.

Las condiciones de este crédito se estima serán más convenientes que aquellas que han venido rigiendo hasta la actualidad, lo que estará contemplado en la norma correspondiente que se está diseñando al momento de haberse realizado la respectiva consulta en la CFN (Marzo 20 del 2007)

3.5.2.5 Crédito para la Pequeña y Mediana Empresa con Recursos de la CFN

Tabla N° 3.4
Condiciones de crédito para la Pequeña y Mediana Empresa de la CFN

Destino:	Para personas naturales y jurídicas, que tengan calificación A o B en el Sistema Financiero Nacional y en el Banco Nacional de Fomento y que dispongan de activos totales menores entre 30.000 y 200.000 dólares.
Financiamiento:	Hasta el 80% de las inversiones a realizarse El 20 % debe ser aporte del beneficiario, sea en dinero o en especies.
Monto:	De 15.001 hasta 50.000 dólares
	Hasta 200.000 dólares para Organizaciones campesinas legalmente constituidas
Interés:	La que determine el Comité de Administración General de Riesgos.
Plazos:	Hasta 12 meses, para cultivos de ciclo corto
	Hasta 24 meses, para capital de trabajo
	Hasta 24 meses: Para ganado bovino de descollo y para cultivos permanentes y semipermanentes
	Hasta 120 meses, para formación de cultivos permanentes y semipermanentes

	Hasta 12 meses para mantenimiento de cultivos permanentes y semipermanentes
	Hasta 120 meses para ganadería de cría
	Hasta 96 meses, para maquinaria y equipos y obras de infraestructura
Garantía:	Mínimo 140% del monto de crédito. De 2001 dólares a 5.000 dólares se requiere garantía hipotecaria.

Fuente: Atención al cliente CFN

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

3.5.3 Crédito del Banco Nacional de Fomento

Es en el año de 1928 mediante Decreto Ejecutivo del 27 de enero publicado en el Registro Oficial No. 552 del mismo mes y año, que se crea el Banco Hipotecario del Ecuador, siendo así el inicio de uno de los bancos estatales de mayor apoyo al sistema productivo del país, aunque en su inicio era una Sociedad Anónima.

La condición de sociedad anónima la mantuvo hasta 1937, año en que se transformó en institución privada con finalidad social y pública, autónoma y sujeta a su propia Ley y Estatutos, forma jurídica que la mantiene hasta la presente fecha.

Sucesivas reformas fueron cambiando su estructura hasta que el 14 de octubre de 1943 se expidió la ley que transformó al Banco Hipotecario en el Banco Nacional de Fomento Provincial, la misma que fue publicada en el registro Oficial No. 942 con fecha 20 de octubre de 1943, durante la administración del Doctor Carlos Alberto Arroyo del Río, presidente Constitucional de la República del Ecuador.

Luego, mediante Decreto No. 327 del 28 de marzo de 1974, publicado en el Registro Oficial No. 526 del 3 de abril del mismo año, se expide la nueva LEY ORGANICA DEL BANCO NACIONAL DE FOMENTO. Con esta Ley el Banco Nacional de Fomento adquiere autonomía económica, financiera y técnica.

Actualmente la misión del FNF es la de fomentar el desarrollo socio-económico y sostenible del país con equidad territorial, enfocado principalmente en los pequeños y

medianos productores a través de servicios y productos financieros al alcance de la población. Su visión es ser la institución referente de la banca de fomento y desarrollo en gestión eficiente, que aporta al logro de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir.

El BNF ofrece varias líneas de crédito enfocados a los pequeños productores del país, las cuales se detallan a continuación:

3.5.3.1 Crédito para pequeños productores: agricultores, artesanos y comerciantes con recursos propios del Banco

Tabla N° 3.5
Condiciones de crédito pequeños productores Banco Nacional de Fomento

Destino:	Para personas naturales hábiles para ejercer derechos y contraer obligaciones, que tengan calificación A o B en el Sistema Financiero Nacional y en el Banco Nacional de Fomento y que dispongan de activos totales menores a 30.000 dólares.
Financiamiento:	Hasta el 80% de las inversiones a realizarse. El 20 % debe ser aporte del beneficiario, sea en dinero o en especies.
Monto:	Hasta 5.000 dólares para actividades productivas Hasta 2.000 dólares para actividades comerciales
Interés:	La que determine el Comité de Administración General de Riesgos.
Plazos:	Hasta 12 meses, para capital de trabajo, inclusive cultivos de ciclo corto y animales para engorde.
	Hasta 24 meses: Para ganado bovino de descollo y para cultivos permanentes y semipermanentes.
	Hasta 36 meses: Para activos fijos, formación de cultivos semipermanentes y para obra de infraestructura.
Garantía:	Mínimo 140% del monto de crédito. De 2001 dólares a 5.000 dólares se requiere garantía hipotecaria.

Fuente: Departamento de crédito BNF

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

3.5.3.2 Crédito para Medianos Productores: Agricultores, Artesanos y Comerciantes con Recursos Propios

Tabla N° 3.6
Condiciones de crédito medianos productores Banco Nacional de Fomento

Destino:	Para personas naturales hábiles para ejercer derechos y contraer obligaciones, que tengan calificación A o B en el Sistema Financiero Nacional y en el Banco Nacional de Fomento y que dispongan de activos totales menores a 30.000 dólares.
Financiamiento:	Hasta el 80% de las inversiones a realizarse. El 20% debe ser aporte del beneficiario, sea en dinero o en especies.
Monto:	Hasta 5.000 dólares para actividades productivas.
	Hasta 120.000 dólares para asociaciones de campesinos legalmente constituidos.
Interés:	La que determine el Comité de Administración General de Riesgos.
Plazos:	Hasta 18 meses, para capital de trabajo
	Hasta 24 meses: Para ganado bovino de descollo y para cultivos permanentes y semipermanentes
	Hasta 48 meses: Para activos fijos
	Hasta 24 meses para actividades comerciales
Garantía:	Mínimo 140% del monto de crédito. De 2001 dólares a 5.000 dólares se requiere garantía hipotecaria.

Fuente: Departamento de crédito BNF

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

3.5.4 Líneas de Crédito de las Instituciones Financieras Privadas

Las instituciones financieras privadas como son *bancos y sociedades financieras*, también han creado líneas específicas para atender las necesidades de los pequeños empresarios, entre las cuales hay que destacar la línea que mantiene ya durante muchos años el Banco Solidario, que estableció en el Ecuador, asimilando el esquema del Banco Sol de Bolivia, que se denomina “Crédito Solidario”, que consiste en solventar el problema de falta de garantías reales, con la conformación de grupos solidarios de entre 6 a 8 personas, que generalmente ejercen un mismo tipo de actividad y que pertenecen a una misma jurisdicción geográfica.

Este sistema exige que los miembros de estos grupos solidarios, sean mutuamente responsables de garantizar a sus compañeros, lo que implica que si uno deja de cumplir alguna cuota de su crédito, los demás deben hacerlo por él. Esta metodología incluye la necesidad de que los agentes de crédito del banco, se movilicen hacia esos barrios y luego de conocer y capacitar a los potenciales beneficiarios del crédito, realizan la medición real de sus necesidades crediticias, les entregan los crédito en su sitio de trabajo y también acuden a ellos para cobrarles, pues se considera que el pequeño empresario no dispone de tiempo para destinarlo a estos trámites crediticios; y, adicionalmente no está acostumbrado a visitar grandes edificios bancarios y a tratar con el personal, que muchas veces no tiene el tino y la costumbre de atender a este segmento de clientes.

Estas metodologías que se aplican en los que se denomina “Tecnologías de microfinanzas”, sirve para contrarrestar de alguna manera la incidencia que han tenido históricamente los llamados CHULQUEROS, que actúan justamente aplicando estos elementos de rapidez en la atención, servicio en el lugar de trabajo del pequeño empresario y pleno conocimiento y confianza del beneficiario, a pesar de que los costos del crédito son de usura.

A continuación se presenta la información concerniente a este tipo de instituciones y la manera en que estas actualmente brindan los productos a los clientes, así tenemos:

Tabla N° 3.7
Condiciones de Crédito Banco del Pichincha “Crédito Productivo”

Destino:	Para adquisición de activos fijos
Financiamiento:	Total del requerimiento
Monto:	Hasta 19,990 dólares
Interés:	11.20%
Plazos:	18 meses
Valor de las cuotas	1215,62 dólares
Requisitos para acceder al crédito	Deudor Conyugue - garante conyugue
	Copia de C.I. del deudor, conyugue
	Rol de pagos con sello original del contador o RRHH
	Certificado de ingresos
	Matricula vehículo / Impuesto predial
	Certificado Bancario
	Impuesto predial
	Pagos del impuesto a la renta
	RUC
	Tres últimos pagos de IVA
	2 referencias de proveedores

Fuente: Atención al cliente Banco del Pichincha Agencia San Luis Shopping

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 3.8
Condiciones de Crédito Banco del Pichincha “Crédito Preciso”

Destino:	Consumo
Financiamiento:	Total del requerimiento
Monto:	Hasta 15,000 dólares
Interés:	15.18%
Plazos:	36 meses
Valor de las cuotas	525,30 dólares
Requisitos para acceder al crédito	Deudor Conyugue - garante conyugue
	Copia de C.I. del deudor, conyugue
	Rol de pagos con sello original del contador o RRHH
	Certificado de ingresos
	Matricula vehículo / Impuesto predial
	Certificado Bancario
	Impuesto predial
	Pagos del impuesto a la renta
	RUC
	Tres últimos pagos de IVA
	2 referencias de proveedores

Fuente: Atención al cliente Banco del Pichincha Agencia San Luis Shopping

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 3.9
Condiciones de Crédito Banco de Guayaquil “Microcrédito BG”

Destino:	Consumo
Financiamiento:	Total del requerimiento
Monto:	Desde: 1000 dólares
	Hasta: 20,000 dólares
Interés:	Depende del monto a solicitar y del plazo requerido
Plazos:	Desde 12 meses
	Hasta 36 meses
Valor de las cuotas	Depende del monto a solicitar y del plazo requerido
Requisitos para acceder al crédito	Copia de la cédula de identidad
	Papeleta de votación
	Planilla de servicios básicos
	RUC, RISE o FACTURAS
	Impuesto predial
	Matricula vehículo

Fuente: Atención al cliente Banco de Guayaquil Agencia San Luis Shopping

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Por último, el *sistema cooperativo* del país, desde hace muchos años cubre las necesidades de crédito de los pequeños empresarios, habiendo dos grupos perfectamente definidos: las cooperativas que están bajo la supervisión de la Dirección Nacional de Cooperativas que pertenece al Ministerio de Trabajo y que responden a la Ley de Cooperativas; y, alrededor de unas 36 que por haber crecido en capital y patrimonio, han pasado a ser supervisadas por la Superintendencia de Bancos, respondiendo a la Ley

de Instituciones Financieras, en un capítulo dedicado expresamente a regular las actividades de estas cooperativas.

Estas instituciones también otorgan créditos a los pequeños emprendedores, a continuación se presenta la información respectiva de algunas Cooperativas del sector de Sangolquí.

Tabla N° 3.10
Condiciones de Crédito Cooperativa de Ahorro y Crédito COOPROGRESO

Destino:	Consumo
Financiamiento:	Total, Directo hasta el monto indicado
Monto:	Hasta 10,000 dólares
Interés:	22,80%
Plazos:	3 años
Encaje	En función del monto, monto base 300 dólares
Valor de las cuotas	389 dólares
Requisitos para acceder al crédito	1 Garante
	Copias legibles de cedula del visitante
	Copia de la papeleta de votación del último comicios
	Pago del último servicio básico
	Croquis del domicilio y del negocio en caso de tenerlo

Fuente: departamento de Crédito COOPROGRESO. Agencia Sangolquí

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 3.11
Condiciones de Crédito Cooperativa de Ahorro y Crédito San Pedro de Taboada

Destino:	Consumo o decisión del acreedor
Financiamiento:	Total para lo que el cliente desee
Monto:	Desde 12,000 dólares
	Hasta 20,000 dólares
Interés:	22,70%
Plazos:	Desde 42 meses
	Hasta 48 meses
Encaje	N/E
Valor de las cuotas	Para 12,000 - \$ 416,65
	Para 20,000 - \$ 637,75
Requisitos para acceder al crédito	Copia de escritura
	Certificado hipotecario y gravámenes pago impuesto predial

Fuente: departamento de Crédito Cooperativa San Pedro de Taboada. Agencia Sangolquí
Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 3.12
Condiciones de Crédito Cooperativa de Ahorro y Crédito alianza del Valle

Destino:	Consumo o decisión del acreedor
Financiamiento:	Total para lo que el cliente desee
Monto:	15,000 dólares
Interés:	12,50%
Plazos:	38 meses
Encaje	Diez por uno - 1500 dólares
Valor de las cuotas	480,03 dólares
Requisitos para acceder al crédito	Copia de cédula
	Papeleta de votación
	Matricula vehículo
	Impuesto predial
	Tres últimos roles de pago
	Mecanizado del IESS
	Comprobante de pago servicios básicos

Fuente: departamento de Crédito Cooperativa Alianza del Valle. Agencia Sangolquí
Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Como se aprecia en éstas últimas tablas la oferta de los bancos y cooperativas en el sector es variada, pero tienen algo en común, que es lo relacionado a los requisitos, ya que estos son importantes para garantizar el pago seguro de las cuotas por parte de los empresarios o emprendedores.

CAPITULO IV

ALTERNATIVAS DE NEGOCIOS

CAPITULO IV

ALTERNATIVAS DE NEGOCIO

4.1.- Alternativas de negocio propuestas para el sector de Sangolquí

Dentro de las opciones que podrían adaptarse en el sector de Sangolquí existen negocios similares o iguales y que sobre todo resultan potencialmente rentables por un lado, por otro lado están las propuestas innovadoras es decir que no existen en el sector, de las cuales se pueden mencionar las siguientes:

Tabla N° 4.1
Alternativas de negocios propuestas

IDEA N°	EMPRESA	RAZON PARA IMPLEMENTARLA
1	Seguridad Privada	En la actualidad todo el Valle de los Chillos, ha tenido un gran crecimiento urbano y comercial, debido a la gran cantidad de urbanizaciones que se están construyendo, así como la abultada creación de negocios en toda la zona, motivo por el cual se hace inminente que todos estos entes deseen contar con un servicio de vigilancia y monitoreo, a fin de resguardar sus inversiones y propiedades.
2	Centro de Yoga	En el sector actualmente existen muy pocos centros de acondicionamiento físico, así como de relajación y de mantenimiento estético,; los pocos que existen tienen una elevada demanda, incluso no pueden satisfacer la misma, adicionalmente gran parte del sector de San Rafael cuenta con una población económica media alta y alta, lo cual deja una gran posibilidad de que el negocio tenga una suficiente cantidad de clientes.
3	Florería	El valle de los Chillos cuenta con una ubicación estratégica, es decir que tiene a su alrededor una gran cantidad de sectores en los cuales se cultiva flores incluso de exportación, lo cual facilita el acceso a este tipo de productos, además la cantidad de florerías existentes en la zona es muy pequeña y en su mayoría son negocios totalmente informales, lo cual deja una importante oportunidad de emprender este tipo de negocio, pero de manera más organizada y con una adecuada estructuración del mercado.
4	Salón de eventos	Desde hace varios años el sector de los Chillos se ha convertido en un punto encuentro para realizar celebraciones, sean estas bautizos, matrimonios, eventos corporativos, etc., esto se debe a su agradable clima y amplios espacios verdes y paisajes, es por ello que actualmente existe empresas dedicadas a esta actividad pero no pueden abastecer la demanda, por lo que los consumidores deben acudir a empresas ubicadas en la ciudad de Quito, es por ello que este negocio es una importante oportunidad para emprender en la zona.

Continúa...

...Continuación

IDEA N°	EMPRESA	RAZON PARA IMPLEMENTARLA
5	Comida Saludable	El sector de Sangolquí, Selva Alegre, Amaguaña, y demás sitios se han caracterizado por una amplia gastronomía, por lo que cada fin de semana llegan a estos sitios un sin número de turistas, locales y nacionales, sin embargo dentro de estos grupos llegan personas que no pueden o no desean ingerir este tipo de comida "no tan saludable" por su alto contenido graso, además existe una gran cantidad de personas jóvenes que buscan lugares con alternativas alimenticias sanas, es por ello que la idea está dentro de la factibilidad.
6	Gimnasio	Al igual que en el caso del centro de yoga y como ya se mencionó la zona tiene una alta demanda de este tipo de servicios, lo cual sin duda deja una gran oportunidad para emprender en este tipo de negocios.
7	Lavado de Autos	La población automotriz, en todo el país crece año a año de forma amplias, y el sector de Sangolquí no es la excepción, de hecho en los últimos meses las concesionarias que han aperturado cubren prácticamente todas las marcas de autos existentes, es por ello que un servicio de este tipo sería muy valorado, aún más cuando solamente existen 3 o 4 negocios de estas características, los cuales sin duda no cubren la demanda en todo el sector.
8	Tienda de Artesanías	El cantón Rumiñahui, se ha caracterizado durante toda su existencia por ofrecer una gran cantidad de productos denominados artesanales, existen zonas como La Parroquia de la Merced, en donde se puede encontrar una elevada población de pintores y artesanos, motivo por el cual el tener la oportunidad de aperturar una tienda que promueva la actividad sería una opción atractiva.
9	Viveros y Jardinería	Toda la zona del Valle de los Chillos se caracteriza por contar con amplios espacios verdes tanto en zona privadas como en zonas públicas, por otro lado existen varios proyectos públicos para reforestación de especies nativas de la zona (propuestos por el Municipio de Quito, Rumiñahui y Consejo Provincial), además del gran crecimiento urbano, todos estos son potenciales demandantes de este tipo de servicios, lo que deja un gran potencial de negocio.
10	Tienda de manualidades	Este tipo de negocio se enfoca en la creatividad, y puede ser una gran oportunidad para personas con habilidades en distintos ámbitos, ya sea haciendo decoración para eventos, trabajando con florerías, desarrollando tarjetería para eventos o para empresas, elaborando cuadernos, obsequios en papel y cartón, etc., la demanda puede ser interesante ya que es una idea innovadora y única en el sector.

Continúa...

...Continuación

IDEA Nº	EMPRESA	RAZON PARA IMPLEMENTARLA
11	Salón de Fiestas	En este caso es necesario mencionar que una gran población joven (matrimonios jóvenes), han llegado a la zona, debido al gran crecimiento de esta, lo cual ha permitido que la población infantil haya aumentado considerablemente, es por ello que este tipo de iniciativas de negocio son muy atractivas en los actuales momentos.
12	Centro de formación deportiva	Este tipo de negocios tal cual se lo plantea en este proyecto no existe en la zona, ya que la idea general es ofrecer un servicio integral en donde se pueda ofrecer clases de distintos deportes (fútbol, basquetbol, tenis, vóley) así como el alquiler de las instalaciones para eventos deportivos, en este caso la zona es ideal, debido a sus condiciones climáticas (clima templado) así como las amplias zonas existentes para el desarrollo de este tipo de iniciativas, sin dejar de lado la amplia demanda que existe de todas las edades.
13	SPA para manos y pies	Este tipo de negocios es un tanto innovador en la zona, de hecho existe solamente un negocio igual como tal, el cual está ubicado en un centro comercial del sector, además al ser un centro de cuidado especializado en uñas de manos y pies, atraería a un segmento importante, como son las mujeres de edades entre los 20 a 50 años, lo que representa una alta demanda.
14	Boutique para mascotas	El sector del Valle de los Chillos, ha tenido un amplio crecimiento de los negocios en donde se expenden alimentos balanceados para mascotas, e incluso se han creado varias peluquerías para estos compañeros del hogar, la idea propuesta propone la creación de un punto de venta en donde se puede encontrar prendas de vestir así como accesorios, el negocio es potencialmente rentable ya que un gran número de personas cuentan con una mascota en el sector.
15	Escuela de música	El mercado de la música tiene amplias perspectivas de crecimiento, ya que de acuerdo con el INEC en la Provincia de Pichincha existen actualmente alrededor de 500,000 niños de entre los 5 y 14 años que serían el mercado al que este negocio podría enfocarse.

Continúa...

...Continuación

IDEA N°	EMPRESA	RAZON PARA IMPLEMENTARLA
16	Joyería y Bisutería	Siguiendo la tendencia señalada anteriormente, el sector del Valle de los Chillos en general, está conformado por personas con ingresos atractivos y dispuestos a invertir en su imagen personal, esto sumado a la gran cantidad de joyería existente en el país, así como la proveniente de la exterior y además la gran cantidad de bisutería, el mercado y las posibilidades de ofrecer variedad y calidad son muy amplias, incluso se puede programar un sistema de venta por catálogo colaborando con distintas empresas.
17	Cafetería en Kiosco	Este tipo de negocio puede ser muy interesante, ya que no existe en la zona, además es un negocio que puede ser trasladado de un lugar a otro lo que permitirá buscar el mercado adecuado, además que ofrece una variedad de productos, los cuales pueden abarcar varios grupos, es decir es un negocio multitarget, lo cual deja una amplia posibilidad de éxito.
18	Animación de fiestas infantiles y de adultos	Esta idea consiste básicamente no en la organización de la fiesta, sino en el ofrecimiento de la parte lúdica de la misma o de entretenimiento como tal, para ello se ofrece un grupo de actores, magos, payasos, titiriteros, etc. (para fiestas de niños) o un grupo de strippers (para fiestas de adultos), al igual que en propuestas anteriores la zona es muy adecuada, debido a su amplia población infantil y adulta joven.
19	Disco Bar a domicilio	En los actuales momentos el sector del Valle de los Chillos cuenta con una zona muy limitada de bares y discotecas, a tal punto que una gran parte de las personas deben salir a la ciudad de Quito en busca de entretenimiento a su medida, es por ello que este tipo de negocio proporciona una alta garantía de diversión, sin tener que preocuparse de nada, en donde se incluye, la música, iluminación, servicio de bar y demás aspectos, pero con la particularidad de que se lo puede llevar a cabo en la propia casa del organizador, esto resulta interesante ya que la población adolescente y joven es muy importante en la zona.
20	Tienda de regalos	La idea consiste en contar con un variado stock de mercadería, la cual va desde regalos para cumpleaños de niños, para fechas especiales, como navidad, días de la madre, del padre, san Valentín, etc., además de un enfoque para regalos empresariales (merchandising), en donde las empresas pueden solicitar la personalización de presentes para sus clientes, este negocio se presenta atractivo, debido a la gran cantidad de demanda existente, tanto a nivel personal como empresarial.

Fuente: Investigación directa de la autora

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Estos negocios representan tan solo una muestra de la infinidad de ideas que se pueden desarrollar en el sector de Sangolquí, y son simplemente la base o punto de partida para lograr la iniciativa de personas que buscan el emprendimiento en la zona.

4.1.1 Empresa de Seguridad Privada

Descripción del negocio

Una empresa de seguridad, básicamente, ofrece los servicios de personal de vigilancia. Adicionalmente el negocio puede ofrecer servicios de alarma y vigilancia remota por medio de sensores.

Mercado Objetivo

El mercado potencial para este tipo de negocios está conformado por conjuntos habitacionales ya existentes y los que se están construyendo, además de centros educativos, negocios como supermercados, boutiques, farmacias, tiendas, cibercafés, etc., en donde se suelen presentar robos y delincuencia con mucha frecuencia.

Tabla N° 4.2

Presupuesto de inversión inicial empresa de seguridad

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Depósito de local 5X5 mts. para oficina	1 mes	450	450
Pintura de remodelación del local	1 vez	180	180
Anuncio exterior (rótulo)	1 unid.	1.200	1.200
Escritorio	4 unid.	250	1.000
Sillas	8 unid.	60	480
Uniformes para guardias de vigilancia	10 unid.	100	1.000
Equipo de seguridad (toletes y gases)	100 unid.	55	5.500
Motocicletas	20 unid.	2.500	50.000
Equipo de cómputo con multifuncional	4 unid.	950	3.800
Equipos de oficina (teléfono, fax)	2 unid.	25	50
Permisos y licencias (aproximado)	1 vez	2.000	2.000
Material de oficina	1 vez	500	500
Total Inversión inicial aprox.			66.160

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Determinación de los sueldos y salarios

Para determinar los sueldos y salarios se parte de un sueldo básico para cada cargo, además se toma en cuenta los pagos de los décimos tercero y cuarto, se tiene en cuenta para descargar de los gastos los fondos de reserva y el aporte patronal, además se les reconoce beneficios adicionales como son alimentación, seguro médico privado y un aguinaldo en navidad. Se obtiene los siguientes resultados

Tabla N° 4.3
Cálculo de los sueldos y salarios empresa de seguridad

RUBROS	Vigilante	Supervisor
A) SUELDO BASICO		
Sueldo Básico mensual	292	350
N° de empleados	1	1
Meses del año	12	12
Sueldo Básico al año	3.504	4.200
B) BENEFICIOS LEGALES:		
Décimo tercero	292	350
Décimo cuarto	292	350
Fondo de reserva	334	392
Aporte patronal	487	571
Sub total :	1.405	1.663
C) BENEFICIOS ADICIONALES:		
Refrigerio/Almuerzo (2,00)	504	504
Seguros privado del personal	300	300
Aguinaldo navideño	50	50
Sub total :	854	854
SUELDO TOTAL ANUAL	5.763	6.717
SUELDO MENSUAL	480	560

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Crecimiento de los ingresos y de los costos o gastos

Para el incremento de los ingresos se ha establecido una tasa del 10%, mientras que el crecimiento de los gastos se ha considerado con una tasa del 5% pero no en todos los gastos, sino en los que están sujetos a incidencia de factores externos.

Tabla N° 4.4
Flujo de caja del primer año empresa de seguridad

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS												
Servicio / clientes al mes	6	7	10	10	12	13	14	16	16	18	20	22
Precio de venta del servicio	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Ingresos brutos	7200	8400	12000	12000	14400	15600	16800	19200	19200	21600	24000	26400
Ingresos Netos	7200	8400	12000	12000	14400	15600	16800	19200	19200	21600	24000	26400
GASTOS												
(-) Salario supervisor	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560
(-) Salarios 2 vigilantes * cliente	5760	6720	9600	9600	11520	12480	13440	15360	15360	17280	19200	21120
Renta del local	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Luz	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Uniformes de los guardias	-	200	600	0	400	200	200	400	0	400	400	400
Equipo de seguridad	-	100	300	0	200	100	100	200	0	200	200	200
Teléfono con internet	150	95	105	115	125	145	165	185	205	220	240	250
Gastos de Transporte	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Contingencias (extravíos, robos)	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Gastos Totales	7145	8350	11840	10950	13480	14160	15140	17380	16800	19335	21275	23205
Flujo Neto	55	50	160	1050	920	1440	1660	1820	2400	2265	2725	3195

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 4.5
Flujo de caja proyectado empresa de seguridad

CONCEPTO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
INGRESOS					
Servicio / clientes al mes	164	180	198	218	240
Precio de venta del servicio	1.200	1.200	1.200	1.320	1.320
Ingresos brutos	196.800	216.480	238.128	288.135	316.948
Ingresos Netos	196.800	216.480	238.128	288.135	316.948
GASTOS					
(-) Salario supervisor	6.720	7.056	7.409	7.779	8.168
(-) Salarios 2 vigilantes * cliente	157.440	173.184	190.502	209.553	230.508
Renta del local	5.400	5.400	5.400	5.670	5.670
Luz	300	300	300	315	315
Uniformes de los guardias	5.700	8.980	12.588	16.557	20.922
Equipo de seguridad	1.600	3.240	5.044	7.028	9.211
Teléfono con internet	2.000	2.000	2.000	2.100	2.100
Gastos de Transporte	3.600	3.960	4.356	4.792	5.271
Contingencias (extravíos, robos)	600	600	600	660	660
Gastos Totales	183.360	204.720	228.199	254.454	282.826
Flujo Neto	13.440	11.760	9.929	33.681	34.123

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Evaluación financiera del negocio

VALOR ACTUAL NETO

$$\text{VAN} = - 66.160 + \frac{13.440}{(1+0,13)^1} + \frac{11.760}{(1+0,13)^2} + \frac{9.929}{(1+0,13)^3} + \frac{33.681}{(1+0,13)^4} + \frac{34.123}{(1+0,13)^5}$$

$$\text{VAN} = - 66.160 + \frac{13.440}{1,13} + \frac{11.760}{1,28} + \frac{9.929}{1,44} + \frac{33.681}{1,63} + \frac{34.123}{1,84}$$

$$\text{VAN} = - 66.160 + 11.894 + 9.210 + 6.881 + 20.657 + 18.520$$

$$\text{VAN} = - 66.160 + 67.163$$

$$\text{VAN} = 1.003$$

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa que nos permite igualar la ecuación corresponde a 13.51%, lo que nos deja como resultado lo siguiente:

$$P = \frac{13.440}{(1+I)^1} + \frac{11.760}{(1+I)^2} + \frac{9.929}{(1+I)^3} + \frac{33.681}{(1+I)^4} + \frac{34.123}{(1+I)^5}$$

$$66.160 = 11.841 + 9.128 + 6.789 + 20.291 + 18.111$$

$$66.160 = 66.160$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla N° 4.6
Periodo de recuperación de la inversión empresa de seguridad

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	INGRESOS ACUMULATIVOS
0	- 66.160	
1	13.440	13.440
2	11.760	25.200
3	9.929	35.129
4	33.681	68.810
5	34.123	102.933

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

$$PRI = \frac{66.160 - 13.440}{34.123} + 3$$

$$PRI = \frac{52.720}{34.123} + 3$$

$$PRI = 1,55 + 3$$

$$PRI = 4,55$$

$$0,55 = 6,60 \text{ meses}$$

$$0,60 = 18 \text{ días}$$

$$PRI = 4 \text{ años, } 6 \text{ meses y } 18 \text{ días}$$

En base a los resultados el proyecto es viable, ya que el valor del VAN es positivo (\$1.003), el TIR es superior a la tasa de descuento (13.51% frente a 13%).

4.1.2 Centro de Yoga

Descripción del negocio

Es un lugar que permite a sus clientes cuidar su salud mental, disminuir la fatiga emocional y física y además de combatir sus niveles de estrés, mediante el uso de técnicas respiratorias y posicionales del cuerpo.

Mercado Objetivo

El mercado potencial para este tipo de negocios está conformado por todas las personas que deben enfrentarse a cargas de trabajo mental y físico, como por ejemplo amas de casa con hijos de cuidado, empleados sometidos a presión, ejecutivos con responsabilidades elevadas, y demás personas que deseen mejorar su calidad de vida.

Tabla N° 4.7
Presupuesto de inversión inicial centro de yoga

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Depósito de local 75 m ²	1 mes	400	400
Pintura de remodelación del local	1 vez	180	180
Piso (duela, laminado o alfombra)	1 unid.	2.800	2.800
Anuncio exterior (rótulo)	1 unid.	1.200	1.200
Escritorio	2 unid.	250	500
Sillas	6 unid.	50	300
Habilitación de sala pequeña para recepción	1 unid.	850	850
Contratación línea telefónica comercial	1 unid.	80	80
Equipo de cómputo con multifuncional	3 unid.	950	2.850
Ventiladores	6 unid.	75	450
Equipo de sonido	3 unid.	460	1.380
Parlantes adicionales	3 unid.	240	720
Tapetes de yoga	75 unid.	30	2.250
Cinturones de 3 m	75 unid.	15	1.125
Bloques de madera para hacer posturas	50 unid.	40	2.000
Frazadas o cobijas	75 unid.	15	1.125
Cojines o almohadas de diferentes tamaños	75 unid.	8	600
Mueble para dejar zapatos	4 unid.	160	640
Percheros	3 unid.	120	360
Frigobar	1 unid.	450	450
Dispensador o purificador de agua	1 unid.	1.250	1.250
Equipos de oficina (teléfono, fax)	2 unid.	130	260
Permisos y licencias (aproximado)	1 vez	2.000	2.000
Material de promoción (volantes)	1 vez	1.500	1.500
Total Inversión inicial aprox.			25.270

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Determinación de los sueldos y salarios

Para determinar los sueldos y salarios se parte de un sueldo básico para cada cargo, además se toma en cuenta los pagos de los décimos tercero y cuarto, se tiene en cuenta para descargar de los gastos los fondos de reserva y el aporte patronal, además se les reconoce beneficios adicionales como son alimentación, seguro médico privado y un aguinaldo en navidad. Se obtiene los siguientes resultados

Tabla N° 4.8
Cálculo de los sueldos y salarios centro de yoga

RUBROS	Maestro tiempo completo	Maestro tiempo parcial
A) SUELDO BASICO		
Sueldo Básico mensual	314	146
N° de empleados	1	1
Meses del año	12	12
Sueldo Básico al año	3.768	1.752
B) BENEFICIOS LEGALES:		
Décimo tercero	314	146
Décimo cuarto	314	146
Fondo de reserva	356	146
Aporte patronal	519	213
Sub total :	1.503	651
C) BENEFICIOS ADICIONALES:		
Refrigerio/Almuerzo (2,00)	504	-
Seguros privado del personal	420	420
Aguinaldo navideño	50	50
Sub total :	974	470
SUELDO TOTAL ANUAL	6.245	2.873
SUELDO MENSUAL	520	239

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Crecimiento de los ingresos y de los costos o gastos

Para el incremento de los ingresos se ha establecido una tasa del 10%, mientras que el crecimiento de los gastos se ha considerado con una tasa del 5% pero no en todos los gastos, sino en los que están sujetos a incidencia de factores externos.

Tabla N° 4.9
Flujo de Caja primer año centro de yoga

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Clases en el centro												
Costo mensual	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
N° de inscritos	60	65	70	75	80	80	85	90	95	95	100	100
N° de alumnos/grupo	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
N° de grupos	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
Ingresos brutos	2.400	2.600	2.800	3.000	3.200	3.200	3.400	3.600	3.800	3.800	4.000	4.000
(-) Honorarios Maestros/grupo \$	1.560	1.560	1.560	1.560	1.560	1.560	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080
Ingresos por clases en el centro	840	1.040	1.240	1.440	1.640	1.640	1.320	1.520	1.720	1.720	1.920	1.920
Clases en el centro												
Paquete empresarial \$	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275
N° de empresas (contratos)	2	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8
Ingresos brutos \$	550	825	1.100	1.100	1.375	1.375	1.650	1.650	1.925	1.925	2.200	2.200
(-) Honorarios Maestros/grupo \$	478	717	956	956	1.195	1.195	1.434	1.434	1.673	1.673	1.912	1.912
Ingresos por clases en empresas	72	108	144	144	180	180	216	216	252	252	288	288
Total ingresos Netos	912	1.148	1.384	1.584	1.820	1.820	1.536	1.736	1.972	1.972	2.208	2.208
Gastos Fijos												
Renta del local	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Luz	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Internet	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Salario recepcionista	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
Gastos variables												
Teléfono	75	95	105	115	125	145	165	185	205	220	240	250
Artículos de limpieza	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Impresión publicitaria			250				250				250	
Gastos Totales	830	850	1.110	870	880	900	1.170	940	960	975	1.245	1.005
Flujo neto	82	298	274	714	940	920	366	796	1.012	997	963	1.203

Elaborado por: Karla Soffa Quiroz Defaz

Tabla N° 4.10
Flujo de caja proyectado centro de yoga

CONCEPTO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Clases en el centro					
Costo mensual	40	40	40	40	40
N° de inscritos	995	1.095	1.204	1.324	1.457
N° de alumnos/grupo	25	25	25	25	25
N° de grupos	40	44	48	53	58
Ingresos brutos	39.800	43.780	48.158	52.974	58.271
(-) Honorarios Maestros/grupo \$	20.696	22.766	25.042	27.546	30.301
Ingresos por clases en el centro	19.104	21.014	23.116	25.427	27.970
Clases en el centro					
Paquete empresarial \$	275	275	275	275	275
N° de empresas (contratos)	65	68	72	75	79
Ingresos brutos \$	17.875	18.769	19.707	20.693	21.727
(-) Honorarios Maestros/grupo \$	15.535	16.312	17.127	17.984	18.883
Ingresos por clases en empresas	2.340	2.457	2.580	2.709	2.844
Total ingresos Netos	21.444	23.471	25.696	28.136	30.814
Gastos Fijos					
Renta del local	4.800	5.040	5.292	5.557	5.834
Luz	300	315	331	347	365
Internet	420	441	463	486	511
Salario recepcionista	3.180	3.339	3.506	3.681	3.865
Gastos variables					
Teléfono	1.925	1.925	1.925	1.925	1.925
Artículos de limpieza	360	360	360	360	360
Impresión publicitaria	2.285	2.856	3.570	4.463	5.579
Gastos Totales	13.270	14.276	15.447	16.819	18.439
Flujo neto	8.174	9.195	10.249	11.317	12.376

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Evaluación financiera del negocio

VALOR ACTUAL NETO

$$\text{VAN} = - 25.270 + \frac{8.174}{(1+0,13)^1} + \frac{9.195}{(1+0,13)^2} + \frac{10.249}{(1+0,13)^3} + \frac{11.317}{(1+0,13)^4} + \frac{12.376}{(1+0,13)^5}$$

$$\text{VAN} = - 25.270 + 7.234 + 7.201 + 7.103 + 6.941 + 6.717$$

$$\text{VAN} = - 25.270 + 35.196$$

$$\text{VAN} = 9.926$$

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa que nos permite igualar la ecuación corresponde a 26.94%, lo que nos deja como resultado lo siguiente:

$$P = \frac{8.174}{(1+I)^1} + \frac{9.195}{(1+I)^2} + \frac{10.249}{(1+I)^3} + \frac{11.317}{(1+I)^4} + \frac{12.376}{(1+I)^5}$$

$$25.270 = 6.439 + 5.707 + 5.011 + 4.359 + 3.755$$

$$25.270 = 25.270$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla N° 4.11
Periodo de recuperación de la inversión centro de yoga

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	INGRESOS ACUMULATIVOS
0	- 25.270	
1	8.174	8.174
2	9.195	17.369
3	10.249	27.618
4	11.317	38.935
5	12.376	51.311

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

$$PRI = \frac{25.270 - 8.174}{12.376} + 2$$

$$PRI = 1,38 + 2$$

$$PRI = 3,38$$

$$0,38 = 4,56 \text{ meses}$$

$$0,56 = 16,8 \text{ días}$$

$$PRI = 3 \text{ años, 4 meses y 16 días}$$

En base a los resultados el proyecto es viable, ya que el valor del VAN es positivo (\$9.926), el TIR es superior a la tasa de descuento (26.94% frente a 13%).

4.1.3 Florería

Descripción del negocio

Consiste en contar con un punto de venta de flores y arreglos florales, en donde los clientes pueden contar con una amplia variedad de flores, sean estas de la zona y del resto del país, las cuales serán entregadas en el punto de venta o a domicilio.

Mercado Objetivo

Este tipo de productos podría enfocarse para hogares, en eventos como bautizos, matrimonios, grados, seminarios, etc., en velorios, en todos estos casos como un elemento ornamental, así también para todo tipo de personas en su cumpleaños, en el día de la madre, en aniversarios, en este caso como un obsequio.

Tabla N° 4.12
Presupuesto de inversión inicial para la florería

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Depósito de local 35 m ²	1 mes	250	250
Pintura de remodelación del local	1 vez	180	180
Anuncio luminoso exterior	1 unid.	370	370
Escritorio	1 unid.	150	150
Sillas	10 unid.	25	250
Mostrador	1 unid.	125	125
Contratación línea telefónica comercial	1 unid.	80	80
Equipo de cómputo con multifuncional	1 unid.	950	950
Ventiladores	3 unid.	35	105
Camioneta de reparto	1 unid.	24.800	24.800
Insumos básicos	1 unid.	300	300
Mesas de trabajo plegable	2 unid.	45	90
Contenedores plásticos distintos tamaños	20 unid.	8	160
Mangueras	3 unid.	15	45
Botiquín primeros auxilios	2 unid.	25	50
Permisos y licencias (aproximado)	1 vez	2.000	2.000
Material de promoción (tarjetas)	1000 unid.	0,15	150
Total Inversión inicial aprox.			30.055

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Determinación de los sueldos y salarios

Para determinar los sueldos y salarios se parte de un sueldo básico para cada cargo, además se toma en cuenta los pagos de los décimos tercero y cuarto, se tiene en cuenta para descargar de los gastos los fondos de reserva y el aporte patronal, además se les reconoce beneficios adicionales como son alimentación, seguro médico privado y un aguinaldo en navidad. Se obtiene los siguientes resultados.

Tabla N° 4.13
Cálculo de sueldos y salarios para la florería

RUBROS	Florista	Chofer	Personal de Mostrador
A) SUELDO BASICO			
Sueldo Básico mensual	347	292	292
N° de empleados	1	1	1
Meses del año	12	12	12
Sueldo Básico al año	4.164	3.504	3.504
B) BENEFICIOS LEGALES:			
Décimo tercero	347	292	292
Décimo cuarto	347	292	292
Fondo de reserva	347	292	292
Aporte patronal	506	426	426
Sub total :	1.547	1.301	1.301
C) BENEFICIOS ADICIONALES:			
Refrigerio/Almuerzo	-	-	-
Seguros privado del personal	-	480	-
Aguinaldo navideño	50	50	50
Sub total :	50	530	50
SUELDO TOTAL ANUAL	5.761	5.335	4.855
SUELDO MENSUAL	480	445	405

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Crecimiento de los ingresos y de los costos o gastos

Para el incremento de los ingresos se ha establecido una tasa del 10%, mientras que el crecimiento de los gastos se ha considerado con una tasa del 5% pero no en todos los gastos, sino en los que están sujetos a incidencia de factores externos.

Tabla N° 4.14
Flujo de caja primer año para la florería

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos												
Ventas al detalle												
Precio promedio de arreglo floral	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Volúmen de ventas	15	40	19	35	50	19	19	22	24	25	40	55
Ingresos brutos ventas al detalle	675	1.800	855	1.575	2.250	855	855	990	1.080	1.125	1.800	2.475
Ventas de eventos												
Paquete decoración eventos	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850
N° de eventos	1	5	4	4	8	5	6	6	7	7	8	10
Ingresos brutos ventas eventos	850	4.250	3.400	3.400	6.800	4.250	5.100	5.100	5.950	5.950	6.800	8.500
Total ingresos Brutos	1.525	6.050	4.255	4.975	9.050	5.105	5.955	6.090	7.030	7.075	8.600	10.975
Costos												
(-) Costo de flor y materiales ventas local	188	500	238	438	625	238	238	275	300	313	500	688
(-) Costo de flor y materiales ventas eventos	552	2.760	2.208	2.208	4.416	2.760	3.312	3.312	3.864	3.864	4.416	5.520
Total Costos	740	3.260	2.446	2.646	5.041	2.998	3.550	3.587	4.164	4.177	4.916	6.208
Total ingresos Netos	786	2.790	1.810	2.330	4.009	2.108	2.406	2.503	2.866	2.899	3.684	4.768
Gastos Fijos												
Renta del local	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Consumo mensual de agua	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Luz	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Internet	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Salario florista (1)	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480
Salario chofer repartidor (1)	445	445	445	445	445	445	445	445	445	445	445	445
Salario empleado mostrador (1)	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405
Gastos variables												
Teléfono	30	30	35	35	35	40	40	40	45	45	45	45
Artículos de limpieza y cafetería	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
De transporte por abastecimiento	42	84	42	42	84	42	63	42	42	42	84	126
De transporte por distribución	320	660	330	340	700	350	540	360	370	380	780	830
Gastos Totales	2.097	2.479	2.112	2.122	2.524	2.137	2.348	2.147	2.162	2.172	2.614	2.706
Ganancias	- 1.312	311	- 303	208	1.485	- 30	58	356	704	727	1.070	2.062

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 4.15
Flujo neto de caja proyectado para la florería

CONCEPTO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Ingresos					
Ventas al detalle					
Precio promedio de arreglo floral	45	45	45	45	45
Volumen de ventas	363	399	439	483	531
Ingresos brutos ventas al detalle	16.335	17.969	19.765	21.742	23.916
Ventas de eventos					
Paquete decoración eventos	850	850	851	852	853
N° de eventos	71	77	83	89	97
Ingresos brutos ventas eventos	60.350	65.178	70.475	76.202	82.395
Total ingresos Brutos	76.685	83.147	90.240	97.944	106.311
Costos					
(-) Costo de flor y materiales ventas local	4.538	4.991	5.490	6.039	6.643
(-) Costo de flor y materiales ventas eventos	39.192	42.327	45.714	49.371	53.320
Total Costos	43.730	47.319	51.204	55.410	59.964
Total ingresos Netos	32.956	35.828	39.036	42.534	46.348
Gastos Fijos					
Renta del local	3.000	3.000	3.150	3.150	3.150
Consumo mensual de agua	420	420	441	441	441
Luz	300	300	315	315	315
Internet	420	420	441	441	441
Salario florista (1)	5.760	6.048	6.350	6.668	7.001
Salario chofer repartidor (1)	5.340	5.607	5.887	6.182	6.491
Salario empleado mostrador (1)	4.860	5.103	5.358	5.626	5.907
Gastos variables					
Teléfono	465	465	558	558	558
Artículos de limpieza y cafetería	360	360	378	378	378
De transporte por abastecimiento	735	735	882	882	882
De transporte por distribución	5.960	5.960	7.152	7.152	7.152
Gastos Totales	27.620	28.418	30.913	31.793	32.716
Ganancias	5.336	7.410	8.124	10.742	13.631

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Evaluación financiera del negocio

$$VAN = - 30.055 + \frac{5.336}{(1+0,13)^1} + \frac{7.410}{(1+0,13)^2} + \frac{8.124}{(1+0,13)^3} + \frac{10.742}{(1+0,13)^4} + \frac{13.631}{(1+0,13)^5}$$

$$VAN = - 30.055 + \frac{5.336}{1,130} + \frac{7.410}{1,277} + \frac{8.124}{1,443} + \frac{10.742}{1,630} + \frac{13.631}{1,842}$$

$$VAN = - 30.055 + 4.722 + 5.803 + 5.630 + 6.588 + 7.398$$

$$VAN = - 30.055 + 30.141$$

$$VAN = 86$$

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa que nos permite igualar la ecuación corresponde a 13.10%.

Lo que nos deja como resultado lo siguiente:

$$P = \frac{5.336}{(1+I)^1} + \frac{7.410}{(1+I)^2} + \frac{8.124}{(1+I)^3} + \frac{10.742}{(1+I)^4} + \frac{13.631}{(1+I)^5}$$

$$30.055 = 4.717 + 5.793 + 5.615 + 6.564 + 7.365$$

$$30.055 = 30.055$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla N° 4.16
Periodo de recuperación de la inversión para la florería

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	INGRESOS ACUMULATIVOS
0	-30055	
1	5336	5336
2	8208	13543
3	8961	22505
4	12459	34964
5	16273	51237

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

$$PRI = \frac{30.055 - 5.336}{13.631} + 3$$

$$PRI = \frac{24.720}{13.631} + 3$$

$$PRI = 1,81 + 3$$

$$PRI = 4,81$$

$$0,81 = 9,72 \text{ meses}$$

$$0,72 = 21,6 \text{ días}$$

$$PRI = 4 \text{ años, } 9 \text{ meses y } 21 \text{ días}$$

En base a los resultados el proyecto es viable, ya que el valor del VAN es positivo (\$86), el TIR es superior a la tasa de descuento (13.1% frente a 13%).

4.1.4 Salón de eventos

Descripción del negocio

Este negocio consiste en contar con un lugar donde se permita la organización de banquetes y fiestas para celebrar bodas, cumpleaños y eventos corporativos, proporcionando al cliente todo y de manera personalizada.

Mercado Objetivo

El mercado objetivo para este tipo de servicios está compuesto por todas las personas que desean celebrar algún tipo de evento en particular (bodas, bautizos, fiestas de cumpleaños, graduaciones, primera comunión, etc.), además para empresas y para instituciones en general que desean desarrollar seminarios, capacitaciones, lanzamientos de productos y branding de productos.

Paquetes y precios

Paquete 1
Cinco horas de servicio
Bebidas y hielo sin límite
Menú en dos tiempos
Sonido e iluminación tipo disco
DJ y maestro de ceremonias
Efectos especiales: cañones, burbujas, etc.
Montaje de mesas con mantelería, sillas con cubierta y moños, loza, cristalería y servilleta de tela.
Capitán de meseros, meseros, seguridad y limpieza
Juegos infantiles
PRECIO: 19 dólares por persona

Paquete 2
Seis horas de servicio
Bebidas y hielo sin límite
Menú en tres tiempos
Sonido e iluminación tipo disco
DJ y maestro de ceremonias
Efectos especiales: cañones, burbujas, etc.
Montaje de mesas con mantelería, sillas con cubierta y moños, loza, cristalería y servilleta de tela y centros de mesa.
Capitán de meseros, meseros, barman, seguridad y limpieza
Intermedio artístico durante los alimentos
Grupo de música versátil y animadores
Torta acorde al evento
Juegos infantiles
PRECIO: 22 dólares por persona

Paquete 3
Siete horas de servicio
Bebidas y hielo sin límite
Menú en tres tiempos
Sonido e iluminación tipo disco
DJ y maestro de ceremonias
Efectos especiales: cañones, burbujas, etc.
Montaje de mesas con mantelería, sillas con cubierta y moños, loza, cristalería y servilleta de tela y centros de mesa con arreglo floral o exótico.
Bebida (nacional) en botella de 775 ml por mesa
Capitán de meseros, meseros, barman, seguridad y limpieza
Intermedio artístico durante los alimentos
Grupo de música versátil y animadores
Torta acorde al evento
Juegos infantiles
PRECIO: 34 dólares por persona

Tabla N° 4.17
Presupuesto de inversión inicial salón de eventos

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Adquisición del terreno 1000 m ² + carpas	1 vez	65.000	65.000
Curso de inducción para meseros	1 vez	450	450
Uniformes	10 unid.	85	850
Zapatos de vestir	10 unid.	35	350
Cafeteras 35 tazas	2 unid.	330	660
Loza para servicio completo	200 unid.	8	1.600
Cubiertos y cristalería (vasos y copas 200 de c/u)	600 unid.	3	1.800
Charolas y hieleras de aluminio con pinzas	40 unid.	8	300
Mantelería (con fundas, moños y servilletas individuales)	1	5.400	5.400
Mesas redondas plegables de 1,50 m	20 unid.	115	2.300
Sillas apilables y plegables	200 unid.	45	9.000
Mesas plegables de 1m x 1m para estación de meseros	5 unid.	38	188
Sillones con puff tipo lounge	15 unid.	115	1.725
Mesitas de centro iluminadas tipo lounge	5 unid.	45	225
Pantalla eléctrica con video proyector	1 unid.	1.450	1.450
Utensilios de cocina	1	1.000	1.000
Lavavajillas	1 unid.	860	860
Centro de lavado (lavadora y secadora de 12Kg)	1 unid.	750	750
Diseño página internet con anualidad hosting	1 vez	500	500
Publicidad y promoción (volantes)	5000 unid.	0,12	600
			95.008

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Determinación de los sueldos y salarios

Para determinar los sueldos y salarios se parte de un sueldo básico para cada cargo, además se toma en cuenta los pagos de los décimos tercero y cuarto, se tiene en cuenta para descargar de los gastos los fondos de reserva y el aporte patronal, además se les reconoce beneficios adicionales como son alimentación, seguro médico privado y un aguinaldo en navidad. Se obtiene los siguientes resultados

Tabla N° 4.18
Cálculo de sueldos y salarios salón de eventos

RUBROS	Capitán	Mesero	Chef	Subchef	Ayudante cocina	Pocillero	Guardias
A) SUELDO BASICO							
Sueldo Básico mensual	1.100	650	2.180	1.100	650	440	320
N° de empleados	1	1	1	1	1	1	1
Meses del año	12	12	12	12	12	12	12
Sueldo Básico al año	13.200	7.800	26.160	13.200	7.800	5.280	3.840
B) BENEFICIOS LEGALES:							
Décimo tercero	1.100	650	2.180	1.100	650	440	320
Décimo cuarto	1.100	650	2.180	1.100	650	440	320
Fondo de reserva	1.100	650	2.179	1.100	650	440	320
Aporte patronal	1.603	947	3.177	1.603	947	641	466
Sub total :	4.903	2.897	9.716	4.903	2.897	1.961	1.426
C) BENEFICIOS ADICIONALES:							
Refrigerio/Almuerzo (2,00)	-	-	-	-	-	-	-
Seguros privado del personal	-	-	-	-	-	-	-
Aguinaldo navideño	-	-	-	-	-	-	-
Sub total :	-	-	-	-	-	-	-
SUELDO TOTAL ANUAL	18.103	10.697	35.876	18.103	10.697	7.241	5.266
SUELDO MENSUAL	1.509	891	2.990	1.509	891	603	439
SUELDO POR EVENTO	50	30	100	50	30	20	15

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Crecimiento de los ingresos y de los costos o gastos

Para el incremento de los ingresos se ha establecido una tasa del 10%, mientras que el crecimiento de los gastos se ha considerado con una tasa del 5% pero no en todos los gastos, sino en los que están sujetos a incidencia de factores externos.

Tabla N° 4.19
Flujo de caja primer año salón de eventos

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos												
Ventas de eventos												
Precio estandar (200 pax) paquete 2	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
No de eventos	1	2	2	3	6	3	3	2	4	5	6	8
Ingresos brutos ventas al detalle	4.000	8.000	8.000	12.000	24.000	12.000	12.000	8.000	16.000	20.000	24.000	32.000
Costos												
(-) Costo de alimentos y bebidas	2.400	4.800	4.800	7.200	14.400	7.200	7.200	4.800	9.600	12.000	14.400	19.200
Total Costos	2.400	4.800	4.800	7.200	14.400	7.200	7.200	4.800	9.600	12.000	14.400	19.200
Total ingresos Netos	1.600	3.200	3.200	4.800	9.600	4.800	4.800	3.200	6.400	8.000	9.600	12.800
Gastos Fijos												
Consumo mensual de agua	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Luz	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Internet	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Salario capitan de meseros (1)	50	100	100	150	300	150	150	100	200	250	300	400
Salario meseros (10)	300	600	600	900	1.800	900	900	600	1.200	1.500	1.800	2.400
Salario chef (1)	100	200	200	300	600	300	300	200	400	500	600	800
Salario subchef (1)	50	100	100	150	300	150	150	100	200	250	300	400
Salario ayudante de cocina (1)	30	60	60	90	180	90	90	60	120	150	180	240
Salario posillero (2)	40	80	80	120	240	120	120	80	160	200	240	320
Salario guardias de seguridad (5)	75	150	150	225	450	225	225	150	300	375	450	600
Gastos variables												
Teléfono	30	30	35	35	35	40	40	40	45	45	45	45
Gas (para cocinar)	5	10	10	15	30	15	15	10	20	25	30	40
Mantenimiento jardin	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Artículos de liimpieza e higiene	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Transporte por abastecimiento	10	20	20	30	60	30	30	20	40	50	60	80
Pago por planchado (por docena)	40	80	80	120	240	120	120	80	160	200	240	320
Renovación uniformes	-	-	-	-	-	-	-	-	1.200	-	-	-
Presupuesto por perdidas (roturas 3%)	48	96	96	144	288	144	144	96	192	240	288	384
Gastos Totales	1.018	1.766	1.771	2.519	4.763	2.524	2.524	1.776	4.477	4.025	4.773	6.269
Flujo Neto	582	1.434	1.429	2.281	4.837	2.276	2.276	1.424	1.923	3.975	4.827	6.531

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 4.20
Flujo neto de caja proyectado salón de eventos

CONCEPTO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Ingresos					
Ventas de eventos					
Precio estándar (200 pax) paquete 2	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
No de eventos	45	47	50	52	55
Ingresos brutos ventas al detalle	180.000	189.000	198.450	208.373	218.791
Costos					
(-) Costo de alimentos y bebidas	108.000	113.400	119.070	125.024	131.275
Total Costos	108.000	113.400	119.070	125.024	131.275
Total ingresos Netos	72.000	75.600	79.380	83.349	87.516
Gastos Fijos					
Consumo mensual de agua	420	441	463	486	511
Luz	300	575	1.125	2.225	4.425
Internet	420	805	1.575	3.115	6.195
Salario capitán de meseros (1)	2.250	2.363	2.481	2.605	2.735
Salario meseros (10)	13.500	14.175	14.884	15.628	16.409
Salario chef (1)	4.500	4.725	4.961	5.209	5.470
Salario Subchef (1)	2.250	2.363	2.481	2.605	2.735
Salario ayudante de cocina (1)	1.350	1.418	1.488	1.563	1.641
Salario posillero (2)	1.800	1.890	1.985	2.084	2.188
Salario guardias de seguridad (5)	3.375	3.544	3.721	3.907	4.102
Gastos variables					
Teléfono	465	488	513	538	565
Gas (para cocinar)	225	236	248	260	273
Mantenimiento jardín	540	567	595	625	656
Artículos de limpieza e higiene	1.200	1.260	1.323	1.389	1.459
Transporte por abastecimiento	450	473	496	521	547
Pago por planchado (por docena)	1.800	1.890	1.985	2.084	2.188
Renovación uniformes	-	850	850	850	850
Presupuesto por perdidas (roturas 3%)	2.160	2.268	2.381	2.500	2.625
Gastos Totales	37.005	40.329	43.554	48.194	55.575
Flujo Neto	34.995	35.271	35.826	35.155	31.942

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Evaluación financiera del negocio

$$VAN = - 95.008 + \frac{34.995}{(1+0,13)^1} + \frac{35.271}{(1+0,13)^2} + \frac{35.826}{(1+0,13)^3} + \frac{35.155}{(1+0,13)^4} + \frac{31.942}{(1+0,13)^5}$$

$$VAN = - 95.008 + 30.969 + 27.622 + 24.829 + 21.561 + 17.337$$

$$VAN = - 95.008 + 122.318$$

$$VAN = 27.310$$

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa que nos permite igualar la ecuación corresponde a 24,36%, lo que nos deja como resultado lo siguiente:

$$P = \frac{34.995}{(1+I)^1} + \frac{35.271}{(1+I)^2} + \frac{35.826}{(1+I)^3} + \frac{35.155}{(1+I)^4} + \frac{31.942}{(1+I)^5}$$

$$95.008 = 28.140 + 22.806 + 18.627 + 14.697 + 10.738$$

$$95.008 = 95.008$$

Tabla N° 4.21
Periodo de recuperación de la inversión salón de eventos

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	INGRESOS ACUMULATIVOS
0	- 95.008	
1	34.995	34.995
2	35.271	70.266
3	35.826	106.092
4	35.155	141.246
5	31.942	173.188

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

$$PRI = \frac{95.008 - 34.995}{31.942} + 2$$

$$PRI = \frac{60.013}{31.942} + 2$$

$$PRI = 1,88 + 2$$

$$PRI = 3,88$$

$$0,88 = 10,56 \text{ meses}$$

$$0,56 = 16,8 \text{ días}$$

$$PRI = 3 \text{ años, } 10 \text{ meses y } 16 \text{ días}$$

En base a los resultados el proyecto es viable, ya que el valor del VAN es positivo (\$27.310), el TIR es superior a la tasa de descuento (24,36% frente a 13%).

4.1.5 Restaurante de comida saludable

Descripción del negocio

Consiste en abrir un restaurante de comida saludable, pero servida de forma rápida, este segmento de comida se lo conoce como FAST GOOD, que son alimentos sanos y nutritivos preparados en forma rápida y a un buen precio.

Mercado Objetivo

El mercado más adecuado para este tipo de negocios es fundamentalmente personas que siguen dietas por razones estéticas, y personas que siguen dietas por razones de salud, personas con enfermedades permanentes, que deben seguir algún tipo de dieta baja en grasas, y todo tipo de persona que desee alimentarse de forma sana y nutritiva.

Tabla N° 4.22
Presupuesto de inversión inicial restaurante comida saludable

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Licudadora 8 velocidades	1 unid.	120	120
Extractor de jugos eléctrico	1 unid.	65	65
Cafetera automática pequeña con molino	1 unid.	650	650
Refrigerados con vitrina	1 unid.	480	480
Báscula porcionadora electrónica	1 unid.	70	70
Horno microondas	1 unid.	135	135
Mesas	3 unid.	40	120
Sillas	12 unid.	25	300
Barra fría de acero inoxidable	1 unid.	1.200	1.200
Barra de mostrador	1 unid.	450	450
Estantes y enceres de cocina	1 unid.	300	300
Vajilla con cubiertos	1 unid.	350	350
Jaros para capuccino	15 unid.	3	42
Porta sobres de azúcar	5 unid.	15	75
Jaros de acero inoxidable 12 onz	2 unid.	16	32
Jaros de acero inoxidable 3 onz	2 unid.	6	11
Medidor de cristal	1 unid.	7	7
Medidor de acero inoxidable	1 unid.	9	9
Sernidor	1 vez	1	1
Envases desechables	2000 unid.	0	20
Inversión de abastos de insumos para bebidas	1 unid.	450	450
Repostería salada y dulce	1 unid.	50	50
Enseres y productos de limpieza	1 unid.	40	40
Motocicletas con cesta incorporada	2 unid.	2.500	5.000
Adecuación del local	1 vez	8.500	8.500
Gastos decoración	1 vez	2.300	2.300
Rótulo exterior	1 unid.	1.200	1.200
Línea telefónica	1 vez	80	80
Depósito del local	1 vez	500	500
Permisos y licencias	1 vez	2.000	2.000
Impresión de menús y comandas	12 unid.	3	36
Publicidad (volantes)	5000 unid.	0,03	150
			24.743

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Determinación de los sueldos y salarios

Para determinar los sueldos y salarios se parte de un sueldo básico para cada cargo, además se toma en cuenta los pagos de los décimos tercero y cuarto, se tiene en cuenta para descargar de los gastos los fondos de reserva y el aporte patronal, además se les reconoce beneficios adicionales como son alimentación, seguro médico privado y un aguinaldo en navidad. Se obtiene los siguientes resultados.

Tabla N° 4.23
Cálculo de sueldos y salarios restaurante comida saludable

RUBROS	Chef	Repartidor
A) SUELDO BASICO		
Sueldo Básico mensual	519	292
N° de empleados	1	1
Meses del año	12	12
Sueldo Básico al año	6.228	3.504
B) BENEFICIOS LEGALES:		
Décimo tercero	519	292
Décimo cuarto	519	292
Fondo de reserva	519	292
Aporte patronal	756	426
Sub total :	2.313	1.301
C) BENEFICIOS ADICIONALES:		
Refrigerio/Almuerzo	-	-
Seguros privado del personal	360	600
Aguinaldo navideño	100	100
Sub total :	460	700
SUELDO TOTAL ANUAL	9.001	5.505
SUELDO MENSUAL	750	459

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Crecimiento de los ingresos y de los costos o gastos

Para el incremento de los ingresos se ha establecido una tasa del 20%, mientras que el crecimiento de los gastos se ha considerado con una tasa del 5% pero no en todos los gastos, sino en los que están sujetos a incidencia de factores externos.

Tabla N° 4.24
Flujo de caja primer año restaurante comida saludable

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos												
Días del mes / año	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Ventas del día (promedio)	5	10	10	10	18	25	30	32	30	35	38	42
Ventas del mes / año	155	280	310	300	558	750	930	992	900	1.085	1.140	1.302
Precio promedio	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Costo de alimentos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Ingresos brutos ventas al detalle	853	1.540	1.705	1.650	3.069	4.125	5.115	5.456	4.950	5.968	6.270	7.161
Costos												
(-) Costo de ventas de alimentos	326	588	651	630	1.172	1.575	1.953	2.083	1.890	2.279	2.394	2.734
Total ingresos Netos	527	952	1.054	1.020	1.897	2.550	3.162	3.373	3.060	3.689	3.876	4.427
Gastos Fijos												
Renta del local	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Luz	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Salario cocinero (1)	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	1.500	1.500
Salario repartidores (1)	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459	459
Material desechable		4	4	4	7	10	12	13	12	14	15	17
Transporte (compras)	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Publicidad volantes			450			450			450			650
Gastos variables												
Artículos de limpieza e higiene		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Insumos para bebidas		110	115	120	125	130	135	140	145	150	155	160
Repostería	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Gasolina motocicleta	60	65	70	75	80	85	90	95	100	105	110	115
Servicio telefónico	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Gastos Totales	2.274	2.433	2.893	2.453	2.466	2.929	2.491	2.502	2.961	2.523	3.284	3.946
Ganancias	- 1.747	- 1.481	- 1.839	- 1.433	- 569	- 379	671	871	99	1.166	592	481

Elaborado por: Karla Sofia Quiroz Defaz

Tabla N° 4.25
Flujo neto de caja proyectado restaurante comida saludable

CONCEPTO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Ingresos					
Días del mes / año	365	365	365	365	365
Ventas del día (promedio)	24	29	34	41	49
Ventas del mes / año	8.669	10.403	12.483	14.980	17.976
Precio promedio	6	6	6	6	6
Costo de alimentos	2	2	2	2	3
Ingresos brutos ventas al detalle	47.678	57.214	74.898	89.878	107.853
Costos					
(-) Costo de ventas de alimentos	18.204	22.938	28.901	36.416	45.884
Total ingresos Netos	29.474	34.276	45.997	53.462	61.969
Gastos Fijos					
Renta del local	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Luz	720	720	720	720	720
Salario cocinero (1)	10.500	11.025	11.576	12.155	12.763
Salario repartidores (1)	5.508	5.783	6.073	6.376	6.695
Material desechable	111	111	111	111	111
Transporte (compras)	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Publicidad volantes	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Gastos variables					
Artículos de limpieza e higiene	440	462	485	509	535
Insumos para bebidas	1.485	1.559	1.637	1.719	1.805
Repostería	3.000	3.150	3.308	3.473	3.647
Gasolina motocicleta	1.050	1.103	1.158	1.216	1.276
Servicio telefónico	540	567	595	625	656
Gastos Totales	33.154	34.280	35.463	36.704	38.008
Ganancias	- 3.680	- 4	10.534	16.758	23.962

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Evaluación financiera del negocio

VALOR ACTUAL NETO

$$\text{VAN} = - 24.743 + \frac{- 3.680}{(1+0,13)^1} + \frac{- 4}{(1+0,13)^2} + \frac{10.534}{(1+0,13)^3} + \frac{16.758}{(1+0,13)^4} + \frac{23.962}{(1+0,13)^5}$$

$$\text{VAN} = - 24.743 + - 3.257 + - 3 + 7.301 + 10.278 + 13.005$$

$$\text{VAN} = - 24.743 + 27.324$$

$$\text{VAN} = 2.580$$

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa que nos permite igualar la ecuación corresponde a 15.48%, lo que nos deja como resultado lo siguiente:

$$P = \frac{-3.680}{(1+I)^1} + \frac{-4}{(1+I)^2} + \frac{10.534}{(1+I)^3} + \frac{16.758}{(1+I)^4} + \frac{23.962}{(1+I)^5}$$

$$24.743 = -3.187 + -3 + 6.841 + 9.424 + 11.669$$

$$24.743 = 24.743$$

Tabla N° 4.26
Periodo de recuperación de la inversión restaurante comida saludable

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	INGRESOS ACUMULATIVOS
0	- 24.743	
1	- 3.680	- 3.680
2	- 4	- 3.684
3	10.534	6.850
4	16.758	23.607
5	23.962	47.569

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

$$PRI = \frac{24.743 - -3.680}{23.962} + 3$$

$$PRI = \frac{28.424}{23.962} + 3$$

$$PRI = 1,19 + 3$$

$$PRI = 4,19$$

$$0,19 = 2,28 \text{ meses}$$

$$0,28 = 8,4 \text{ días}$$

$$PRI = 4 \text{ años, } 2 \text{ meses y } 8 \text{ días}$$

En base a los resultados el proyecto es viable, ya que el valor del VAN es positivo (\$2.580), el TIR es superior a la tasa de descuento (15.48% frente a 13%).

4.1.6 Gimnasio (Centro de acondicionamiento físico)

Descripción del negocio

Consiste en ofrecer servicios de acondicionamiento físico, por medio de manejo de pesas, aeróbico, bailo terapia y acondicionamiento en piso, el servicio es ofrecido directamente a los clientes en el gimnasio.

Mercado Objetivo

El mercado esta compuesto básicamente por hombres y mujeres mayores de edad que desean estar en condiciones físicas óptimas, con ingresos medios altos y altos, que sean constantes y gusten de una buena imagen personal.

Tabla N° 4.27
Presupuesto de inversión inicial gimnasio

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Depósito de local	1 mes	650	650
Pintura de remodelación del local	1 vez	1.500	1.500
Adecuación salón para otras disciplinas	1 unid.	950	950
Anuncio exterior (rótulo)	1 unid.	500	500
Escritorio	1 unid.	150	150
Sillas	1 unid.	25	25
Sala pequeña para recepción	1 unid.	780	780
Contratación línea telefónica comercial	1 unid.	80	80
Equipo de cómputo con multifuncional	2 unid.	950	1.900
Ventiladores	6 unid.	35	210
Equipo de sonido	3 unid.	850	2.550
Parlantes adicionales	3 unid.	350	1.050
Colección aparatos de fuerza	15 unid.	2.600	39.000
Lockers	25 unid.	120	3.000
Percheros	3 unid.	70	210
Frigobar	1 unid.	450	450
Dispensador o purificador de agua	1 unid.	350	350
Permisos y licencias (aproximado)	1 vez	2.000	2.000
Material de promoción (volantes)	10000 unid.	0	1.500
Total Inversión inicial aprox.			56.855

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Determinación de los sueldos y salarios

Para determinar los sueldos y salarios se parte de un sueldo básico para cada cargo, además se toma en cuenta los pagos de los décimos tercero y cuarto, se tiene en cuenta para descargar de los gastos los fondos de reserva y el aporte patronal, además se les reconoce beneficios adicionales como son alimentación, seguro médico privado y un aguinaldo en navidad. Se obtiene los siguientes resultados.

Tabla N° 4.28
Cálculo de sueldos y salarios gimnasio

RUBROS	Maestro	Instructor	Administrador	Recepcionista
A) SUELDO BASICO				
Sueldo Básico mensual	424	496	450	311
N° de empleados	1	1	1	1
Meses del año	12	12	12	12
Sueldo Básico al año	5.088	5.952	5.400	3.726
B) BENEFICIOS LEGALES:				
Décimo tercero	424	496	450	311
Décimo cuarto	424	496	450	311
Fondo de reserva	424	496	492	310
Aporte patronal	618	723	717	453
Sub total :	1.890	2.211	2.109	1.384
C) BENEFICIOS ADICIONALES:				
Refrigerio/Almuerzo (2,00)	-	-	504	-
Seguros contra accidentes personal	180	180	180	-
Aguinaldo navideño	50	50	50	50
Sub total :	230	230	734	50
SUELDO TOTAL ANUAL	7.208	8.393	8.243	5.160
SUELDO MENSUAL	601	699	687	430
SUELDO POR MEDIO TIEMPO	300	350		

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Crecimiento de los ingresos y de los costos o gastos

Para el incremento de los ingresos se ha establecido una tasa del 20%, mientras que el crecimiento de los gastos se ha considerado con una tasa del 5% pero no en todos los gastos, sino en los que están sujetos a incidencia de factores externos.

Tabla N° 4.29
Flujo de caja primer año gimnasio

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Servicios en el gimnasio												
Costo mensual	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
N° de inscritos	17	25	33	41	49	57	65	73	81	89	97	105
Costo mensual clase extra	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Incritos a clase extra (3-4 grupos)	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60
Total de socios (matricula)	22	35	48	61	74	87	100	113	126	139	152	165
Ingresos												
Ingresos gimnasio	765	1125	1485	1845	2205	2565	2925	3285	3645	4005	4365	4725
Ingresos gimnasio clases extras	225	450	675	900	1125	1350	1575	1800	2025	2250	2475	2700
Ingresos brutos	990	1575	2160	2745	3330	3915	4500	5085	5670	6255	6840	7425
Gastos en honorarios												
Honorarios de maestros (2-3)	300	300	300	600	600	600	900	900	900	900	900	900
Honorarios instructor	350	350	350	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Total honorarios	650	650	650	1300	1300	1300	1600	1600	1600	1600	1600	1600
Ingresos netos	340	925	1510	1445	2030	2615	2900	3485	4070	4655	5240	5825
Gastos Fijos												
Asministrador	687	687	687	687	687	687	687	687	687	687	687	687
Renta del local	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Luz	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Internet	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Salario recepcionista	430	430	430	430	430	430	430	430	430	430	430	430
Gastos variables												
Teléfono	45	75	60	70	72	75	70	70	75	60	60	60
Artículos de liimpieza	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Impresión publicitaria	0	0	0	500	0	0	500	0	0	500	0	0
Gastos Totales	1792	1822	1807	2317	1819	1822	2317	1817	1822	2307	1807	1807
Ganancias	-1452	-897	-297	-872	211	793	583	1668	2248	2348	3433	4018

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 4.30
Flujo neto de caja proyectado gimnasio

CONCEPTO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Servicios en el gimnasio					
Costo mensual	45	45	50	50	50
N° de inscritos	732	805	886	974	1072
Costo mensual clase extra	45	45	50	50	50
Inscritos a clase extra (3-4 grupos)	390	429	450	473	497
Total de socios (matricula)	1122	1234	1336	1447	1568
Ingresos					
Ingresos gimnasio	32940	36234	43843	48227	53050
Ingresos gimnasio clases extras	17550	19305	22297	23412	24583
Ingresos brutos	50490	55539	66140	71640	77633
Gastos en honorarios					
Honorarios de maestros (2-3)	8100	11340	15840	16656	17520
Honorarios instructor	7350	8784	9240	9702	10187
Total honorarios	15450	20124	25080	26358	27707
Ingresos netos	35040	35415	41060	45282	49926
Gastos Fijos					
Administrador	8244	8244	8244	8244	8244
Renta del local	6000	6300	6615	6946	7293
Luz	780	819	860	903	948
Internet	420	441	463	486	511
Salario recepcionista	5160	5160	5160	5160	5160
Gastos variables					
Teléfono	792	832	873	917	963
Artículos de limpieza	360	378	397	417	438
Impresión publicitaria	1500	1575	1654	1736	1823
Gastos Totales	23256	23749	24266	24809	25379
Ganancias	11784	11666	16795	20473	24547

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Evaluación financiera del negocio

VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = - 56.855 + \frac{11.784}{(1+0,13)^1} + \frac{11.666}{(1+0,13)^2} + \frac{16.795}{(1+0,13)^3} + \frac{20.473}{(1+0,13)^4} + \frac{24.547}{(1+0,13)^5}$$

$$VAN = - 56.855 + 10.428 + 9.137 + 11.639 + 12.556 + 13.323$$

$$VAN = - 56.855 + 57.084$$

$$VAN = 229$$

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa que nos permite igualar la ecuación corresponde a 13,14%, lo que nos deja como resultado lo siguiente:

$$P = \frac{11.784}{(1+I)^1} + \frac{11.666}{(1+I)^2} + \frac{16.795}{(1+I)^3} + \frac{20.473}{(1+I)^4} + \frac{24.547}{(1+I)^5}$$

$$56.855 = 10.415 + 9.113 + 11.595 + 12.493 + 13.239$$

$$56.855 = 56.855$$

Tabla N° 4.31
Periodo de recuperación de la inversión gimnasio

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	INGRESOS ACUMULATIVOS
0	- 56.855	
1	11.784	11.784
2	11.666	23.450
3	16.795	40.245
4	20.473	60.718
5	24.547	85.264

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

$$PRI = \frac{56.855 - 11.784}{24.547} + 3$$

$$PRI = \frac{45.071}{24.547} + 3$$

$$PRI = 1,84 + 3$$

$$PRI = 4,84$$

$$0,84 = 10,08 \text{ meses}$$

$$0,08 = 2,4 \text{ días}$$

$$PRI = 4 \text{ años, } 10 \text{ meses y } 2 \text{ días}$$

En base a los resultados el proyecto es viable, ya que el valor del VAN es positivo (\$229), el TIR es superior a la tasa de descuento (13,14% frente a 13%).

4.1.7 Lavadora de autos

Descripción del negocio

Consiste en ofrecer un servicio de limpieza de la carrocería, tratamientos para cuidar la pintura, repeler el polvo y la suciedad, así como el lavado de vestiduras, pulido de cristales, engrasado de suspensión y motor.

Mercado Objetivo

El mercado son las personas que poseen cualquier tipo de vehículo y que pretendan la conservación de su vehículo en condiciones óptimas.

Tabla N° 4.32
Presupuesto de inversión inicial lavadora de autos

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Depósito de local	1 mes	2.500	2.500
Infraestructura y obra civil	1 vez	25.000	25.000
Máquina semi automatizada de lavado	1 unid.	15.000	15.000
Flotilla de carritos portátiles de auto lavado	10 unid.	1.650	16.500
Abasto inicial de combustible para máquina y carritos	1 unid.	2.500	2.500
anuncio exterior	1 unid.	550	550
Mobiliario y equipo de oficina	1 unid.	6.000	6.000
Juegos infantiles	1 unid.	2.250	2.250
Cubetas, franelas, microfibras	1 unid.	200	200
Overoles, guantes y botas de hule	18 unid.	75	1.350
Enseres y productos de limpieza	1 unid.	140	140
Línea telefónica con internet	1 unid.	80	130
Equipo de computo	2 unid.	900	1.800
Permisos y licencias (aproximado)	1 vez	3.500	3.500
Botiquín de primero auxilios	2 unid.	75	150
Material de promoción (volantes)	1000 unid.	0	80
Total Inversión inicial aprox.			77.650

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Determinación de los sueldos y salarios

Para determinar los sueldos y salarios se parte de un sueldo básico para cada cargo, además se toma en cuenta los pagos de los décimos tercero y cuarto, se tiene en cuenta para descargar de los gastos los fondos de reserva y el aporte patronal, además se les reconoce beneficios adicionales como son alimentación, seguro médico privado y un aguinaldo en navidad. Se obtiene los siguientes resultados.

Tabla N° 4.33
Cálculo de sueldos y salarios lavadora de autos

RUBROS	Supervisor	Cajera	Lavaautos	Vigilante
A) SUELDO BASICO				
Sueldo Básico mensual	478	332	292	292
N° de empleados	1	1	1	1
Meses del año	12	12	12	12
Sueldo Básico al año	5.736	3.984	3.504	3.504
B) BENEFICIOS LEGALES:				
Décimo tercero	478	332	292	292
Décimo cuarto	478	332	292	292
Fondo de reserva	520	374	334	334
Aporte patronal	758	545	487	487
Sub total :	2.234	1.583	1.405	1.405
C) BENEFICIOS ADICIONALES:				
Refrigerio/Almuerzo (2,00)	504	504	504	504
Seguros privado del personal	480	480	480	480
Aguinaldo navideño	50	50	50	50
Sub total :	1.034	1.034	1.034	1.034
SUELDO TOTAL ANUAL	9.004	6.601	5.943	5.943
SUELDO MENSUAL	750	550	495	495

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Crecimiento de los ingresos y de los costos o gastos

Para el incremento de los ingresos se ha establecido una tasa del 10%, mientras que el crecimiento de los gastos se ha considerado con una tasa del 5% pero no en todos los gastos, sino en los que están sujetos a incidencia de factores externos.

Tabla N° 4.34
Flujo de caja primer año lavadora de autos

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ventas en el autolavado												
Días del mes / año	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Servicios del día (promedio)	2	4	2	5	8	10	10	11	12	15	15	18
Servicios del mes / año	62	112	62	150	248	300	310	341	360	465	450	558
Precio promedio	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Ingresos autolavado	806	1.456	806	1.950	3.224	3.900	4.030	4.433	4.680	6.045	5.850	7.254
Ventas a domicilio												
Servicios al día	5	5	5	8	8	8	8	10	10	10	12	12
Servicios al mes / año	155	140	155	240	248	240	248	310	300	310	360	372
Precio promedio del lavado	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Total de ventas	1.550	1.400	1.550	2.400	2.480	2.400	2.480	3.100	3.000	3.100	3.600	3.720
Salario lavaautos (5)	2.475	2.475	2.475	2.475	2.475	2.475	2.475	2.475	2.475	2.475	2.475	2.475
Ingresos carritos	- 925	- 1.075	- 925	- 75	5	- 75	5	625	525	625	1.125	1.245
Total ingresos Netos	- 119	381	- 119	1.875	3.229	3.825	4.035	5.058	5.205	6.670	6.975	8.499
Gastos Fijos												
Renta del terreno	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850
Agua	317	317	317	317	317	317	317	317	317	317	317	317
Luz	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130
Salario lavaautos (5)	495	495	495	990	990	1.485	1.485	1.485	1.485	1.980	1.980	2.475
Salario supervisor (1)	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750
Salario cajera (1)	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550
Salario vigilante (1)	495	495	495	495	495	495	495	495	495	495	495	495
Outsourcing de desechos	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
Renovación de permisos												700
Gastos variables												
Artículos de limpieza		140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
Combustible autolavado		138	165	173	138	138	206	1.650	151	151	165	248
Sudaderas (15)												345
Servicio de radiotelefonía	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Servicio telefónico	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Gastos Totales	4.137	4.065	4.092	4.595	4.560	5.055	5.123	6.567	5.068	5.563	5.577	7.200
Flujo Neto de Caja	- 4.256	- 3.684	- 4.211	- 2.720	- 1.331	- 1.230	- 1.088	- 1.509	137	1.107	1.398	1.300

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 4.35
Flujo de caja proyectado lavadora de autos

CONCEPTO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Ventas en el autolavado					
Días del mes / año	365	365	365	365	365
Servicios del día (promedio)	9	10	11	12	14
Servicios del mes / año	3.407	3.747	4.122	4.534	4.988
Precio promedio	13	13	14	14	14
Ingresos autolavado	44.287	48.715	56.266	61.893	68.082
Ventas a domicilio					
Servicios al día	8	9	10	11	12
Servicios al mes / año	3.072	3.379	3.717	4.089	4.498
Precio promedio del lavado	10	10	11	11	11
Total de ventas	30.721	33.793	39.031	42.934	47.227
Salario lavaautos (5)	2.325	2.325	2.325	2.325	2.325
Ingresos carritos	28.396	31.468	36.706	40.609	44.902
Total ingresos Netos	72.683	80.183	92.972	102.502	112.984
Gastos Fijos					
Renta del terreno	10.200	10.710	11.246	11.808	12.398
Agua	3.804	3.994	4.194	4.404	4.624
Luz	1.560	1.638	1.720	1.806	1.896
Salario lavaautos (5)	15.840	16.632	17.464	18.337	19.254
Salario supervisor (1)	9.000	9.450	9.923	10.419	10.940
Salario cajera (1)	6.600	6.930	7.277	7.640	8.022
Salario vigilante (1)	5.940	6.237	6.549	6.876	7.220
Outsourcing de desechos	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200
Renovación de permisos	700	700	700	700	700
Gastos variables					
Artículos de limpieza	1.540	1.540	1.540	1.540	1.540
Combustible autolavado	3.322	3.322	3.322	3.322	3.322
Sudaderas (15)	345	345	345	345	345
Servicio de radiotelefonía	960	1.104	1.270	1.460	1.679
Servicio telefónico	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
Gastos Totales	61.251	64.042	66.987	70.096	73.380
Flujo Neto de Caja	11.432	16.141	25.985	32.405	39.605

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Evaluación financiera del negocio

VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = - 77.650 + \frac{11.432}{(1+0,13)^1} + \frac{16.141}{(1+0,13)^2} + \frac{25.985}{(1+0,13)^3} + \frac{32.405}{(1+0,13)^4} + \frac{39.605}{(1+0,13)^5}$$

$$VAN = - 77.650 + 10.116 + 12.641 + 18.009 + 19.875 + 21.496$$

$$VAN = - 77.650 + 82.136$$

$$VAN = 4.486$$

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa que nos permite igualar la ecuación corresponde a 14,91%, lo que nos deja como resultado lo siguiente:

$$\begin{aligned}
 P &= \frac{11.432}{(1+I)^1} + \frac{16.141}{(1+I)^2} + \frac{25.985}{(1+I)^3} + \frac{32.405}{(1+I)^4} + \frac{39.605}{(1+I)^5} \\
 77.650 &= 9.948 + 12.224 + 17.125 + 18.586 + 19.767 \\
 77.650 &= 77.650
 \end{aligned}$$

Tabla N° 4.36
Periodo de recuperación de la inversión lavadora de autos

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	INGRESOS ACUMULATIVOS
0	- 77.650	
1	11.432	11.432
2	16.141	27.573
3	25.985	53.557
4	32.405	85.963
5	39.605	125.567

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

$$\text{PRI} = \frac{77.650 - 11.432}{39.605} + 3$$

$$\text{PRI} = \frac{66.219}{39.605} + 3$$

$$\text{PRI} = 1,67 + 3$$

$$\begin{aligned}
 \text{PRI} &= 4,67 \\
 0,67 &= 8,04 \text{ meses} \\
 0,04 &= 1,2 \text{ días}
 \end{aligned}$$

$$\text{PRI} = 4 \text{ años, } 8 \text{ meses y } 1 \text{ días}$$

En base a los resultados el proyecto es viable, ya que el valor del VAN es positivo (\$4.486), el TIR es superior a la tasa de descuento (14,91% frente a 13%).

4.1.8 Tienda de artesanías

Descripción del negocio

Este tipo de negocio promueve las actividades productivas de las comunidades artesanas de toda la zona, y consiste en la venta de artículos hechos a mano destinados a la decoración y como obsequios.

Mercado Objetivo

El mercado de este tipo de negocios está conformado por todo tipo de personas que busque la originalidad para el momento de realizar un obsequio, así como para empresas que pretenden dar algún regalo a sus clientes y promover su marca.

Tabla N° 4.37
Presupuesto de inversión inicial tienda de artesanías

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Depósito de local 7x6 m ²	1 mes	500	500
Adecuación física del local	1 vez	1.000	1.000
Compra inicial de mercaderías	1 unid.	5.600	5.600
Estanterías y exhibidores	1 unid.	750	750
Anuncio exterior	1 unid.	1.200	1.200
Mostrador con modular para equipo de cómputo	1 unid.	400	400
Material de protección, empaque y de envoltura de regalo	1 unid.	400	400
Utensilios y productos de limpieza e higiene para la tienda	1 unid.	80	80
Línea telefónica con internet	1 unid.	130	130
Equipo de computo	2 unid.	900	1.800
Permisos y licencias (aproximado)	2 unid.	540	1.080
Material de promoción (volantes)	10000 unid.	0	1.900
Total Inversión inicial aprox.			14.840

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Determinación de los sueldos y salarios

Para determinar los sueldos y salarios se parte de un sueldo básico para cada cargo, además se toma en cuenta los pagos de los décimos tercero y cuarto, se tiene en cuenta para descargar de los gastos los fondos de reserva y el aporte patronal, además se les reconoce beneficios adicionales como son alimentación, seguro médico privado y un aguinaldo en navidad. Se obtiene los siguientes resultados.

Tabla N° 4.38
Cálculo de sueldos y salarios tienda de artesanías

RUBROS	Personal de Mostrador
A) SUELDO BASICO	
Sueldo Básico mensual	292
Nº de empleados	1
Meses del año	12
Sueldo Básico al año	3.504
B) BENEFICIOS LEGALES:	
Décimo tercero	292
Décimo cuarto	292
Fondo de reserva	334
Aporte patronal	487
Sub total :	1.405
C) BENEFICIOS ADICIONALES:	
Refrigerio/Almuerzo (2,00)	504
Seguros privado del personal	-
Aguinaldo navideño	50
Sub total :	554
SUELDO TOTAL ANUAL	5.463
SUELDO MENSUAL	455

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Crecimiento de los ingresos y de los costos o gastos

Para el incremento de los ingresos se ha establecido una tasa del 10%, mientras que el crecimiento de los gastos se ha considerado con una tasa del 5% pero no en todos los gastos, sino en los que están sujetos a incidencia de factores externos.

Tabla N° 4.39
Flujo de caja primer año tienda de artesanías

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ventas de mostrador												
Notas de venta	100	110	220	120	144	130	140	280	150	160	170	340
Precio promedio de la artesanía	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Ventas brutas	900	990	1980	1080	1296	1170	1260	2520	1350	1440	1530	3060
(-) Costo de ventas	200	220	440	240	288	260	280	560	300	320	340	680
Ingresos netos	700	770	1540	840	1008	910	980	1960	1050	1120	1190	2380
Ventas da Empresas												
N° de pedidos	30	30	30	60	60	60	90	90	90	120	120	120
Precio promedio de la artesanía	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Ventas brutas	378	378	378	756	756	756	1134	1134	1134	1512	1512	1512
(-) Costo de ventas	60	60	60	120	120	120	180	180	180	240	240	240
Ingresos netos	318	318	318	636	636	636	954	954	954	1272	1272	1272
Ingresos Totales	1018	1088	1858	1476	1644	1546	1934	2914	2004	2392	2462	3652
Gastos fijos												
Renta del terreno	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Luz	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Salario empleada de mostrador (1)	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455
Cuotas de mantenimiento por el local	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Gastos variables												
Articulos de limpieza		40		40		40		40		40		40
Reinversión en mercadería	500	500	500	500	500	500	500	1000				
Empaques y envolturas para regalo			150			200			255			300
Gastos de transporte	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Servicio de radiotelefonía (1)	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Servicio telefónico con internet	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Gastos totales	1810	1850	1960	1850	1810	2050	1810	2350	1565	1350	1310	1650
Ganancias	-792	-762	-102	-374	-166	-504	124	564	439	1042	1152	2002

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 4.40
Flujo de caja proyectado tienda de artesanías

CONCEPTO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Ventas de mostrador					
Notas de venta	2064	2167	2276	2389	2509
Precio promedio de la artesanía	9	9	10	10	10
Ventas brutas	18576	19505	22528	23654	24837
(-) Costo de ventas	4128	4334	4551	4779	5018
Ingresos netos	14448	15170	17977	18876	19820
Ventas da Empresas					
N° de pedidos	900	945	992	1042	1094
Precio promedio de la artesanía	13	13	14	14	14
Ventas brutas	11340	11907	13753	14440	15162
(-) Costo de ventas	1800	1890	1985	2084	2188
Ingresos netos	9540	10017	11768	12356	12974
Ingresos Totales	23988	25187	29745	31232	32794
Gastos fijos					
Renta del terreno	6000	6300	6615	6946	7293
Luz	300	315	331	347	365
Salario empleada de mostrador (1)	5460	5733	6020	6321	6637
Cuotas de mantenimiento por el local	360	378	397	417	438
Gastos variables					
Artículos de limpieza	240	252	265	278	292
Reinversión en mercadería	4500	4725	4961	5209	5470
Empaques y envolturas para regalo	905	950	998	1048	1100
Gastos de transporte	1200	1260	1323	1389	1459
Servicio de radiotelefonía (1)	960	1008	1058	1111	1167
Servicio telefónico con internet	1440	1512	1588	1667	1750
Gastos totales	21365	22433	23555	24733	25969
Ganancias	2623	2754	6190	6500	6825

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Evaluación financiera del negocio

VALOR ACTUAL NETO

$$\text{VAN} = -14.840 + \frac{2.623}{(1+0,13)^1} + \frac{2.754}{(1+0,13)^2} + \frac{6.190}{(1+0,13)^3} + \frac{6.500}{(1+0,13)^4} + \frac{6.825}{(1+0,13)^5}$$

$$\text{VAN} = -14.840 + 2.321 + 2.157 + 4.290 + 3.986 + 3.704$$

$$\text{VAN} = -14.840 + 16.459$$

$$\text{VAN} = 1.619$$

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa que nos permite igualar la ecuación corresponde a 16,66%, lo que nos deja como resultado lo siguiente:

$$P = \frac{2.623}{(1+I)^1} + \frac{2.754}{(1+I)^2} + \frac{6.190}{(1+I)^3} + \frac{6.500}{(1+I)^4} + \frac{6.825}{(1+I)^5}$$

$$14.840 = 2.248 + 2.024 + 3.899 + 3.510 + 3.159$$

$$14.840 = 14.840$$

Tabla N° 4.41
Periodo de recuperación de la inversión tienda de artesanías

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	INGRESOS ACUMULATIVOS
0	- 14.840	
1	2.623	2.623
2	2.754	5.377
3	6.190	11.567
4	6.500	18.067
5	6.825	24.891

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

$$PRI = \frac{14.840 - 2.623}{6.825} + 3$$

$$PRI = \frac{12.217}{6.825} + 3$$

$$PRI = 1,79 + 3$$

$$PRI = 4,79$$

$$0,79 = 9,48 \text{ Meses}$$

$$0,48 = 14,4 \text{ Días}$$

$$PRI = 4 \text{ años, } 3 \text{ meses y } 14 \text{ días}$$

En base a los resultados el proyecto es viable, ya que el valor del VAN es positivo (\$1.619), el TIR es superior a la tasa de descuento (16,66% frente a 13%).

4.1.9 Viveros y Jardines

Descripción del negocio

Consiste en ofrecer un servicio de mantenimiento de jardines así como el diseño y la producción de espacios verdes, venta de plantas ornamentales y decoración de interiores y exteriores.

Mercado Objetivo

Este tipo de servicios se enfoca a residencias, condominios, edificios, oficinas y constructoras, ofreciendo el mantenimiento de espacios verdes, diseño y aprovechamiento de áreas y producción de jardines.

Tabla N° 4.42
Presupuesto de inversión inicial empresa de viveros y jardines

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Depósito del terreno 400 m ²	1 mes	800	800
Construcción del invernadero	1 vez	1.300	1.300
Abasto de plantas, arbustos y flores	1200 unid.	15	17.574
Abasto inicial de tierra y agroquímicos	1 unid.	2.636	2.636
Podadora eléctrica de gasolina motor 4,5hp	2 unid.	850	1.700
Segadora de hilo	2 unid.	100	200
Sopladora y aspiradora de gas	1 unid.	450	450
Carretilla mediana	4 unid.	73	292
Pala cuadrada	4 unid.	14	56
Pala jardinera	4 unid.	9	37
Rastrillo	4 unid.	9	37
Saca pico de mango	4 unid.	20	80
Corta setos de 27"	2 unid.	26	53
Azadón	1 unid.	80	80
Tijeras de podar	1 unid.	44	44
Juego de herramientas para jardín	1 unid.	20	20
Juego de guantes, lentes protectores y botas	1 unid.	78	78
Manguera de rollo para riego 20m	2 unid.	25	51
Extensión de uso rudo 15 m	4 unid.	22	86
Camioneta pick up	1 unid.	24.000	24.000
Bolsas, cartones y material de empaque	1 unid.	50	50
Cubetas y otros enseres de limpieza e higiene	1 unid.	40	40
Línea telefónica con internet	1 unid.	130	130
Equipo de computo	1 unid.	900	900
Permisos y licencia de funcionamiento	2 unid.	120	240
anuncio exterior	1 unid.	370	370
Material de promoción (volantes)	1 unid.	90	90
Total Inversión inicial aprox.			51.391

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Determinación de los sueldos y salarios

Para determinar los sueldos y salarios se parte de un sueldo básico para cada cargo, además se toma en cuenta los pagos de los décimos tercero y cuarto, se tiene en cuenta para descargar de los gastos los fondos de reserva y el aporte patronal, además se les reconoce beneficios adicionales como son alimentación, seguro médico privado y un aguinaldo en navidad. Se obtiene los siguientes resultados.

Tabla N° 4.43
Cálculo de sueldos y salarios empresa de viveros y jardines

RUBROS	Jardinero de planta	Jardinero eventual	Administrador
A) SUELDO BASICO			
Sueldo Básico mensual	292	292	443
N° de empleados	1	1	1
Meses del año	12	12	12
Sueldo Básico al año	3.504	3.504	5.316
B) BENEFICIOS LEGALES:			
Décimo tercero	292	292	443
Décimo cuarto	292	292	443
Fondo de reserva	323	292	474
Aporte patronal	471	426	692
Sub total :	1.379	1.301	2.052
C) BENEFICIOS ADICIONALES:			
Refrigerio/Almuerzo (2,00)	378	-	378
Seguros privado del personal	180	180	-
Aguinaldo navideño	40	-	50
Sub total :	598	180	428
SUELDO TOTAL ANUAL	5.481	4.985	7.796
SUELDO MENSUAL	457	415	650
SUELDO POR SERVICIO		14	

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Crecimiento de los ingresos y de los costos o gastos

Para el incremento de los ingresos se ha establecido una tasa del 10%, mientras que el crecimiento de los gastos se ha considerado con una tasa del 5% pero no en todos los gastos, sino en los que están sujetos a incidencia de factores externos.

Tabla N° 4.44
Flujo de caja primer año empresa de viveros y jardines

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ventas de plantas al menudeo en el vivero												
Notas de venta	360	400	450	500	600	650	700	750	800	850	900	1000
Precio promedio	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Ventas brutas	2160	2400	2700	3000	3600	3900	4200	4500	4800	5100	5400	6000
(-) Costo de ventas plantas, macetas	540	600	675	750	900	975	1050	1125	1200	1275	1350	1500
Ingresos netos	1620	1800	2025	2250	2700	2925	3150	3375	3600	3825	4050	4500
Mantenimiento residencial												
N° de pedidos (condominio o casa)	20	21	22	23	24	25	30	31	32	33	34	35
Precio promedio	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Ventas brutas	1000	1050	1100	1150	1200	1250	1500	1550	1600	1650	1700	1750
(-) Costo de ventas	540	567	594	621	648	675	810	837	864	891	918	945
(-) Salarios de dos jardineros fijos)	457	457	914	914	914	914	1371	1371	1371	1371	1371	1371
Ingresos netos	3	26	-408	-385	-362	-339	-681	-658	-635	-612	-589	-566
Mantenimiento en empresas												
N° de servicios	3	6	9	12	12	12	15	15	15	18	18	12
Precio promedio	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Ventas brutas	255	510	765	1020	1020	1020	1275	1275	1275	1530	1530	1020
(-) Costo de ventas fertilizantes y agroquímicos	24	48	72	96	96	96	120	120	120	144	144	96
Ingresos netos	231	462	693	924	924	924	1155	1155	1155	1386	1386	924
Diseño de jardines para nuevos desarrollo y corporativos												
N° de contratos	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8
Precio promedio	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100
Ventas brutas	3300	3300	4400	4400	5500	5500	6600	6600	7700	7700	8800	8800
(-) Costo de ventas	1440	1440	1920	1920	2400	2400	2880	2880	3360	3360	3840	3840
(-) Salarios de dos jardineros eventuales	42	42	56	56	70	70	84	84	98	98	112	112
Ingresos netos	1818	1818	2424	2424	3030	3030	3636	3636	4242	4242	4848	4848
Ingresos Totales	3672	4106	4734	5213	6292	6540	7260	7508	8362	8841	9695	9706

Continúa

Continuación

Gastos fijos												
Sueldo Administrador	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650	650
Renta del terreno	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Luz	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Agua	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Suministro de gasolina y aceites	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
Gastos variables												
Artículos de limpieza		40		40		40		40		40		40
Recompra de plantas, tierra y fertilizantes	3088	3155	3952	4029	4876	4954	5859	5936	6733	6811	7608	7735
Mantenimiento de maquinaria y equipo			40			52			60			80
Gastos de transporte	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220
Servicio de radiotelefonía (1)	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Servicio telefónico con internet	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Gastos totales	5125	5232	6029	6106	6913	7082	7896	8013	8830	8887	9644	9892
Flujo Neto de Caja	-1453	-1126	-1295	-893	-621	-542	-636	-505	-468	-46	51	-186

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 4.45
Flujo de caja proyectado empresa de viveros y jardines

CONCEPTO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Ventas de plantas al menudeo en el vivero					
Notas de venta	7960	8756	9632	10595	11654
Precio promedio	6	6	6	6	6
Ventas brutas	47760	52536	57790	63569	69925
(-) Costo de ventas plantas, macetas	11940	12059	12180	12302	12425
Ingresos netos	35820	40477	45610	51267	57501
Mantenimiento residencial					
N° de pedidos (condominio o casa)	330	495	743	1114	1671
Precio promedio	50	50	50	50	50
Ventas brutas	16500	24750	37125	55688	83531
(-) Costo de ventas	8910	9356	9823	10314	10830
(-) Salarios de dos jardineros fijos)	12796	13436	14108	14813	15554
Ingresos netos	-5206	1959	13194	30560	57147
Mantenimiento en empresas					
N° de servicios	147	151	156	161	165
Precio promedio	85	85	85	85	85
Ventas brutas	12495	12870	13256	13654	14063
(-) Costo de ventas fertilizantes y agroquímicos	1176	1211	1248	1285	1324
Ingresos netos	11319	11659	12008	12369	12740
Diseño de jardines para nuevos desarrollo y corporativos					
N° de contratos	66	68	70	72	74
Precio promedio	1100	1100	1100	1100	1100
Ventas brutas	72600	74778	77021	79332	81712
(-) Costo de ventas	31680	32630	33609	34618	35656
(-) Salarios de dos jardineros eventuales	924	952	980	1010	1040
Ingresos netos	39996	41196	42432	43705	45016
Ingresos Totales	81929	95290	113244	137900	172404
Gastos fijos					
Sueldo Administrador	7800	7800	8190	8190	8190
Renta del terreno	9600	9600	9600	9600	9600
Luz	300	300	300	300	300
Agua	500	500	500	500	500
Suministro de gasolina y aceites	1500	1500	1500	1500	1500
Gastos variables					
Artículos de limpieza	240	480	920	1840	3640
Recompra de plantas, tierra y fertilizantes	64736	67973	71371	74940	78687
Mantenimiento de maquinaria y equipo	232	244	256	269	282
Gastos de transporte	2640	2772	2911	3056	3209
Servicio de radiotelefonía (1)	960	989	1018	1049	1080
Servicio telefónico con internet	1140	1174	1209	1246	1283
Gastos totales	89648	93332	97776	102490	108272
Flujo Neto de Caja	-7719	1958	15468	35410	64132

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Evaluación financiera del negocio

VALOR ACTUAL NETO

$$\text{VAN} = - 51.391 + \frac{- 7.719}{(1+0,13)^1} + \frac{1.958}{(1+0,13)^2} + \frac{15.468}{(1+0,13)^3} + \frac{35.410}{(1+0,13)^4} + \frac{64.132}{(1+0,13)^5}$$

$$\text{VAN} = - 51.391 + - 6.831 + 1.533 + 10.720 + 21.718 + 34.808$$

$$\text{VAN} = - 51.391 + 61.948$$

$$\text{VAN} = 10.557$$

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa que nos permite igualar la ecuación corresponde a 17,60%.

Lo que nos deja como resultado lo siguiente:

$$P = \frac{- 7.719}{(1+I)^1} + \frac{1.958}{(1+I)^2} + \frac{15.468}{(1+I)^3} + \frac{35.410}{(1+I)^4} + \frac{64.132}{(1+I)^5}$$

$$51.391 = - 6.564 + 1.416 + 9.511 + 18.515 + 28.514$$

$$51.391 = 51.391$$

Tabla N° 4.46
Periodo de recuperación de la inversión empresa de viveros y jardines

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	INGRESOS ACUMULATIVOS
0	- 51.391	
1	- 7.719	- 7.719
2	1.958	- 5.761
3	15.468	9.706
4	35.410	45.117
5	64.132	109.248

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

$$\text{PRI} = \frac{51.391 - 7.719}{64.131} + 4$$

$$\text{PRI} = \frac{59.110}{64.131} + 4$$

$$\text{PRI} = 0,92 + 4$$

$$\text{PRI} = 4,92$$

$$0,92 = 11,04 \text{ Meses}$$

$$0,04 = 1,2 \text{ Días}$$

$$\text{PRI} = 4 \text{ años, 11 meses y 1 día}$$

En base a los resultados el proyecto es viable, ya que el valor del VAN es positivo (\$10557), el TIR es superior a la tasa de descuento (17,60% frente a 13%).

4.1.10 Escuela de deportes

Descripción del negocio

Consiste en crear un centro de capacitación y entretenimiento para niños, jóvenes y adultos, donde se ofrece servicios de clases en distintos deportes, renta de canchas y entretenimiento mediante la actividad física.

Mercado Objetivo

Este tipo de servicios se enfoca a residencias, condominios, edificios, oficinas y constructoras, ofreciendo el mantenimiento de espacios verdes, diseño y aprovechamiento de áreas y producción de jardines.

Tabla N° 4.47
Presupuesto de inversión inicial escuela de deportes

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Depósito del terreno 3000 m ²	1 mes	1.600	1.600
Habilitación canchas de futbol	1 vez	41.175	41.175
Obra civil (oficinas, baños y vestidores)	1 vez	20.000	20.000
Anuncio exterior	1 unid.	1.200	1.200
Accesorios para canchas de tenis y basketball	1 unid.	6.000	6.000
Equipo de computo	2 unid.	950	1.900
Inversión en stock de balones, pelotas y raquetas	1 unid.	1.320	1.320
Permisos y licencia de funcionamiento	2 unid.	1.250	2.500
Anuncio exterior para canchas	2 unid.	850	1.700
Material de promoción (volantes)	1000 unid.	0	150
Total Inversión inicial aprox.			77.545

Elaborado por: Karla Sofia Quiroz Defaz

Determinación de los sueldos y salarios

Para determinar los sueldos y salarios se parte de un sueldo básico para cada cargo, además se toma en cuenta los pagos de los décimos tercero y cuarto, se tiene en cuenta para descargar de los gastos los fondos de reserva y el aporte patronal, además se les reconoce beneficios adicionales como son alimentación, seguro médico privado y un aguinaldo en navidad. Se obtiene los siguientes resultados.

Crecimiento de los ingresos y de los costos o gastos

Para el incremento de los ingresos se ha establecido una tasa del 10%, mientras que el crecimiento de los gastos se ha considerado con una tasa del 5% pero no en todos los gastos, sino en los que están sujetos a incidencia de factores externos.

Tabla N° 4.48
Calculo de sueldos y salarios para la escuela de deportes

RUBROS	Entrenador	Arbitro	Administrador
A) SUELDO BASICO			
Sueldo Básico mensual	600	292	350
N° de empleados	1	1	1
Meses del año	12	12	12
Sueldo Básico al año	7.200	3.504	4.200
B) BENEFICIOS LEGALES:			
Décimo tercero	600	292	350
Décimo cuarto	600	292	350
Fondo de reserva	600	292	392
Aporte patronal	874	426	571
Sub total :	2.674	1.301	1.663
C) BENEFICIOS ADICIONALES:			
Refrigerio/Almuerzo (2,00)	-	-	504
Seguros privado del personal	-	-	408
Aguinaldo navideño	100	-	50
Sub total :	100	-	962
SUELDO TOTAL ANUAL	9.974	4.805	6.825
SUELDO MENSUAL	831	400	569
SUELDO POR SERVICIO	312	13	

Sueldo por hora **5,19**

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 4.49
Flujo de caja primer año escuela de deportes

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 1
Por clases													
N° de alumnos / servicios dados	20	25	35	35	40	45	48	55	65	70	80	100	618
Precio promedio	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Ventas brutas	800	1000	1400	1400	1600	1800	1920	2200	2600	2800	3200	4000	24720
(-) Costo de ventas (entrenador 1 o 2)	312	312	312	312	624	624	624	624	624	936	936	795	7035
Ingresos netos	488	688	1088	1088	976	1176	1296	1576	1976	1864	2264	3205	17685
Por alquiler de canchas													
N° de pedidos	24	24	24	36	36	36	48	48	48	48	48	48	468
Precio promedio	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Ventas brutas	1008	1008	1008	1512	1512	1512	2016	2016	2016	2016	2016	2016	19656
(-) Costo de ventas	48	48	48	72	72	72	96	96	96	96	96	96	936
(-) Salarios de un arbitro	120	120	120	180	180	180	240	240	240	240	240	240	2340
Ingresos netos	840	840	840	1260	1260	1260	1680	1680	1680	1680	1680	1680	16380
Por alquiler para entretenimiento													
N° de servicios	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	46
Precio promedio	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Ventas brutas	240	240	240	240	240	320	320	320	320	400	400	400	3680
(-) Costo de ventas	15	15	15	15	15	20	20	20	20	25	25	25	230
Ingresos netos	225	225	225	225	225	300	300	300	300	375	375	375	3450
Ingresos Totales	1553	1753	2153	2573	2461	2736	3276	3556	3956	3919	4319	5260	37515
Gastos fijos													
Salario Administrador	569	569	569	569	569	569	569	569	569	569	569	569	6828
Renta del terreno	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9600
Luz	15	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	290
Agua	45	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	504
Gastos variables													
Articulos de limpieza		20		20		20		20		20		20	120
Recompra de pelotas y accesorios	250		250		250		250		250		250		1500
Mantenimiento de canchas						400						400	800
Servicio de radiotelefonía (1)	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Servicio telefónico con internet	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840
Gastos totales	1829	1606	1836	1606	1836	2006	1836	1606	1836	1606	1836	2006	21442
Flujo Neto de Caja	-276	147	317	967	625	730	1440	1950	2120	2313	2483	3254	16073

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Tabla N° 4.50
Flujo de caja proyectado escuela de deportes

CONCEPTO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Por clases					
N° de alumnos / servicios dados	618	680	748	823	905
Precio promedio	40	40	41	42	43
Ventas brutas	24720	27192	30659	34547	38907
(-) Costo de ventas (entrenador 1 o 2)	7035	7035	7035	7035	7035
Ingresos netos	17685	20157	23624	27512	31872
Por alquiler de canchas					
N° de pedidos	468	491	516	542	569
Precio promedio	42	42	46	46	46
Ventas brutas	19656	20639	23838	25030	26281
(-) Costo de ventas	936	983	1032	1084	1138
(-) Salarios de un arbitro	2340	2457	2580	2709	2844
Ingresos netos	16380	17199	20226	21237	22299
Por alquiler para entretenimiento					
N° de servicios	46	48	51	53	56
Precio promedio	80	80	81	82	83
Ventas brutas	3680	3864	4108	4367	4641
(-) Costo de ventas	230	242	254	266	280
Ingresos netos	3450	3623	3854	4100	4361
Ingresos Totales	37515	40979	47704	52850	58532
Gastos fijos					
Salario Administrador	6828	7169	7528	7904	8299
Renta del terreno	9600	10080	10584	11113	11669
Luz	290	305	320	336	352
Agua	504	529	555	583	612
Gastos variables					
Artículos de limpieza	120	126	132	139	146
Recompra de pelotas y accesorios	1500	1575	1654	1736	1823
Mantenimiento de canchas	800	840	882	926	972
Servicio de radiotelefonía (1)	960	1008	1058	1111	1167
Servicio telefónico con internet	840	882	926	972	1021
Gastos totales	21442	22514	23639	24821	26063
Flujo Neto	16073	18465	24065	28029	32470

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Evaluación financiera del negocio

VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = - 77.545 + \frac{16.073}{(1+0,13)^1} + \frac{18.465}{(1+0,13)^2} + \frac{24.065}{(1+0,13)^3} + \frac{28.029}{(1+0,13)^4} + \frac{32.470}{(1+0,13)^5}$$

$$VAN = - 77.545 + 14.224 + 14.461 + 16.678 + 17.190 + 17.623$$

$$VAN = - 77.545 + 80.177$$

$$VAN = 2.632$$

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa que nos permite igualar la ecuación corresponde a 14,22%, lo que nos deja como resultado lo siguiente:

$$P = \frac{16.073}{(1+I)^1} + \frac{18.465}{(1+I)^2} + \frac{24.065}{(1+I)^3} + \frac{28.029}{(1+I)^4} + \frac{32.470}{(1+I)^5}$$

$$77.545 = 14.072 + 14.153 + 16.149 + 16.468 + 16.702$$

$$77.545 = 77.545$$

Tabla N° 4.51
Periodo de recuperación de la inversión escuela de deportes

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	INGRESOS ACUMULATIVOS
0	- 77.545	
1	16.073	16.073
2	18.465	34.538
3	24.065	58.603
4	28.029	86.632
5	32.470	119.101

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

$$PRI = \frac{77.545 - 16.073}{32.470} + 3$$

$$PRI = \frac{61.472}{32.470} + 3$$

$$PRI = 1,89 + 3$$

$$PRI = 4,89$$

$$0,89 = 10,68 \text{ meses}$$

$$0,68 = 20,4 \text{ días}$$

$$PRI = 4 \text{ años, } 10 \text{ meses y } 20 \text{ días}$$

En base a los resultados el proyecto es viable, ya que el valor del VAN es positivo (\$2.632), el TIR es superior a la tasa de descuento (14.22% frente a 13%).

4.2 Resumen del análisis o evaluación de los planes de negocio

Tabla N° 4.52
Comparativo de las evaluaciones financieras de los negocios

NEGOCIO	VAN	TIR		PRI	FACTIBLE		
					SI	NO	
EMPRESA DE SEGURIDAD	1.003	13,5%	>	13,0%	4 años, 6 meses y 18 días	X	
CENTRO DE YOGA	9.926	26,9%	>	13,0%	3 años, 4 meses y 16 días	X	
FLORERÍA	86	13,1%	>	13,0%	4 años, 9 meses y 21 días	X	
SALÓN DE EVENTOS	27.310	24,4%	>	13,0%	3 años, 10 meses y 16 días	X	
COMIDA SALUDABLE	2.580	15,5%	>	13,0%	4 años, 2 meses y 8 días	X	
GIMNASIO	229	13,1%	>	13,0%	4 años, 10 meses y 2 días	X	
LAVADO DE AUTOS	4.486	14,9%	>	13,0%	4 años, 8 meses y 1 días	X	
TIENDA DE ARTESANÍAS	1.619	16,7%	>	13,0%	4 años, 3 meses y 14 días	X	
VIVERO Y JARDINERIA	10.557	17,6%	>	13,0%	4 años, 11 meses y 1 días	X	
ESCUELA DE DEPORTES	2.632	14,2%	>	13,0%	4 años, 10 meses y 20 días	X	

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Se puede apreciar que entre la lista de negocios propuestos existen unos más rentables que otros, por ejemplo algunos superan en gran medida las expectativas, ya que en las tres evaluaciones son ampliamente factibles, sin embargo existe un grupo de negocios como la empresa de seguridad, la florería y el gimnasio que a pesar de ser factibles, resultaría menos atractivos, ya que por ejemplo al evaluarlos con la TIR podemos apreciar claramente que superan la tasa de descuento, sin embargo, la superan muy limitadamente, lo cual nos indica la factibilidad más no un gran atractivo.

Como se puede apreciar en todos los ejemplos anteriores existen muy buenas oportunidades al emprender en negocios de cualquier tipo, ya que los beneficios son mayores que los costos, es decir que en todos los casos se logra utilidades, sin embargo es importante señalar que para lograr ventas con niveles adecuados es necesario la aplicación de estrategias y un adecuado uso del marketing para que se pueda promover los servicios o productos en el negocio que se incursione.

4.2.- Punto de Equilibrio proyectos más rentables

“El punto de equilibrio es una técnica que nos permite encontrar el punto, en el cual los ingresos son iguales a los gastos, es decir aquel punto en que en que la empresa no pierde ni gana.”¹

Es el volumen productivo donde los ingresos permiten cubrir los costos. Es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables.

“A partir del punto de equilibrio, cada unidad adicional vendida genera utilidad y el estudio debe considerar, que una empresa no siempre trabaja a su capacidad máxima, y la estructura de sus costos y gastos varía de acuerdo al volumen de producción, donde existen rubros, que se mantienen constantes, a estos se denominan costos fijos”.²

Para determinar el punto de equilibrio del estudio se utilizó las siguientes fórmulas, aplicadas a cada uno de los tipos de producto en forma porcentual a su aporte a los ingresos:

Punto de equilibrio en dólares:

$$P.E(Dolares) = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos totales}}}$$

Punto de equilibrio en unidades:

$$Q = \frac{CF}{Pvu - CVu}$$

Costos fijos: Son aquellos en los que la empresa debe incurrir sin importar cual sea su volumen de ventas, su valor se mantiene independientemente de los cambios efectuados en los niveles de producción.

¹ Econ. Costales Bolívar, Diseño y Elaboración de proyectos, pág. 75

² Gavilanes Bolívar, Diseño y evolución de proyectos de inversión, II Edición.

Costos variables: Son aquellos que fluctúan de acuerdo al volumen de producción, es decir que si la empresa no desarrolla su actividad productiva, el costo variable será igual a cero.

Costos totales: Son aquellos conformados por la suma de los costos fijos y los variables.

4.2.1.-Punto de equilibrio Centro de Yoga

En primer lugar se establecen los costos tanto fijos como los costos variables del proyecto, y tenemos:

Tabla N° 4.53
Costo fijo, variable y totales unificados

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Honorarios	36.231	20.696	15.535
Renta del local	400	400	
Luz	25	25	
Internet	35	35	
Salario recepcionista	265	265	
Teléfono	75		75
Artículos de limpieza	30		30
Impresión publicitaria	2.285		2.285
TOTAL	39.346	21.421	17.925

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

En el Centro de Yoga se pueden definir dos tipos de servicios, el primero las clases en el propio Centro y el segundo servicio hace referencia a las clases en empresas, para ello se desagregan los costos en función al aporte de ventas de cada servicio, se tienen los siguientes resultados:

Tabla N° 4.54
Aporte de servicios a los costos

TIPO DE PRODUCTO	% DE APORTE A LOS INGRESOS	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Clases en el centro	69%	27148,74	14780,49	12368,25
Clases en empresas	31%	12197,26	6640,51	5556,75

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

A continuación se procede a realizar el cálculo del punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidades y su respectiva representación gráfica para cada servicio:

SERVICIO DE CLASES EN EL CENTRO DE YOGA

PUNTO DE EQUILIBRIO DÓLARES

$$P.E. = \frac{14.780}{1 - \frac{12.368}{39.800}}$$

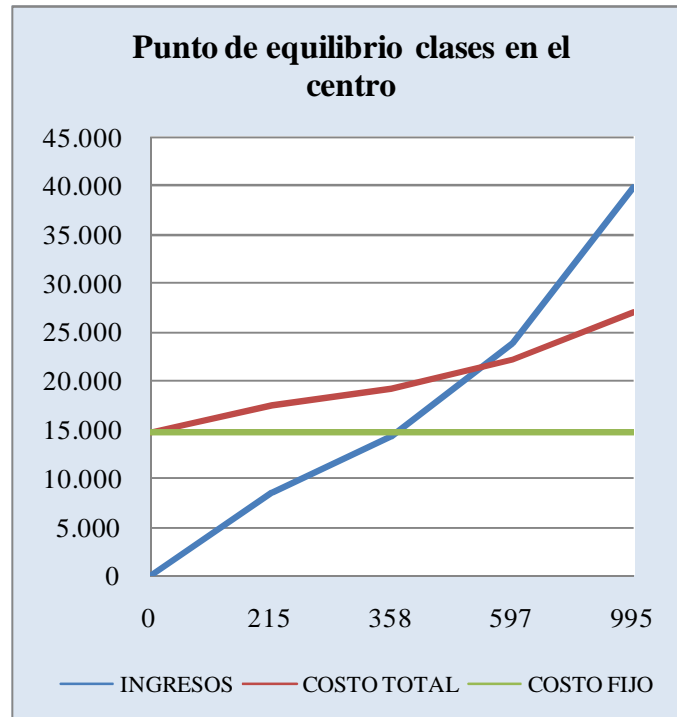
$$P.E. = \frac{14.780}{1 - 0,31} = \frac{14.780}{0,69} = \mathbf{21.445}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$P.E. = \frac{14.780}{40 - 12}$$

$$P.E. = \frac{14.780}{28} = \mathbf{536}$$

Figura N° 4.1
Punto de equilibrio servicio de clases en el centro de yoga



Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

En el caso del Centro de Yoga para las clases en el propio sitio, se puede establecer que el punto de equilibrio se da cuando las ventas llegan a un valor de 21.455 dólares, lo que le significa un total de 536 servicios al año, lo que deja un promedio de 44 servicios al mes.

SERVICIO DE CLASES DE YOGA EN EMPRESAS

PUNTO DE EQUILIBRIO DÓLARES

$$P.E. = \frac{6.641}{1 - \frac{5.557}{17.875}}$$

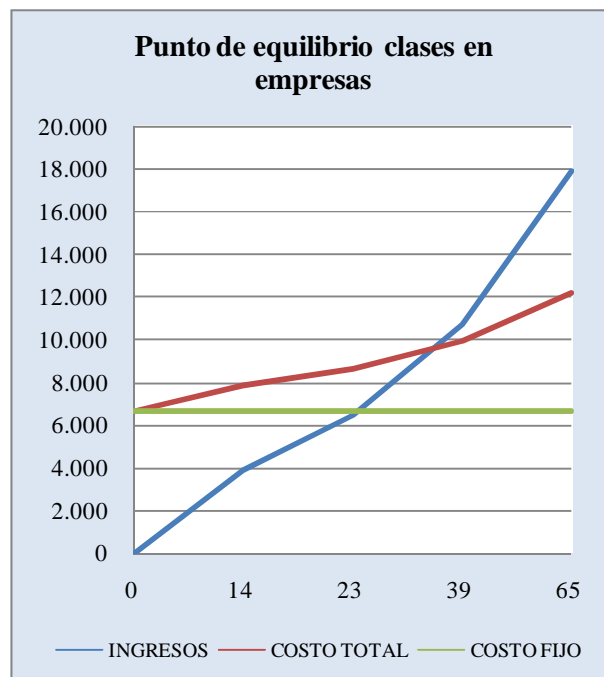
$$P.E. = \frac{6.641}{1 - 0,31} = \frac{6.641}{0,69} = \mathbf{9.636}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$\text{P.E.} = \frac{6.641}{275 - 85}$$

$$\text{P.E.} = \frac{6.641}{190} = 35$$

Figura N° 4.2
Punto de equilibrio servicio de clases de yoga en empresas



Elaborado por: Karla Sofia Quiroz Defaz

En el caso del Centro de Yoga para las clases en empresas, se puede establecer que el punto de equilibrio se da cuando las ventas llegan a un valor de 9.636 dólares, lo que le significa un total de 35 servicios al año, lo que deja un promedio de 3 servicios al mes.

4.2.2.-Punto de equilibrio Salón de Eventos

A continuación se establecen los costos tanto fijos como los costos variables del proyecto, y tenemos:

Tabla N° 4.55
Costos fijos, variables y totales unificados

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Consumo de agua	420	420	
Luz	300	300	
Internet	420	420	
Salario capitán	2.250	2.250	
Salario meseros	13.500	13.500	
Salario Chef	4.500	4.500	
Salario subchef	2.250	2.250	
Salario ayudante de cocina	1.350	1.350	
Salario posillero	1.800	1.800	
Salario guardias	3.375	3.375	
Teléfono	465		465
Gas	225		225
Mantenimiento jardín	540		540
Artículo de limpieza	1.200		1.200
Transporte	450		450
Planchado blancos	1.800		1.800
Presupuesto para roturas	2.160		2.160
TOTAL	24.990	30.165	6.840

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

En este caso el servicio que se presenta es único, es decir que el proyecto asume un total de 200 pax por evento, en tal virtud los resultados son los siguientes:

PUNTO DE EQUILIBRIO DÓLARES

$$P.E. = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{C.V.}{I.T.}}$$

$$P.E. = \frac{30.165}{1 - \frac{6.840}{60.000}}$$

$$P.E. = \frac{30.165}{1 - 0,11} = \frac{30.165}{0,89} = \mathbf{34.046}$$

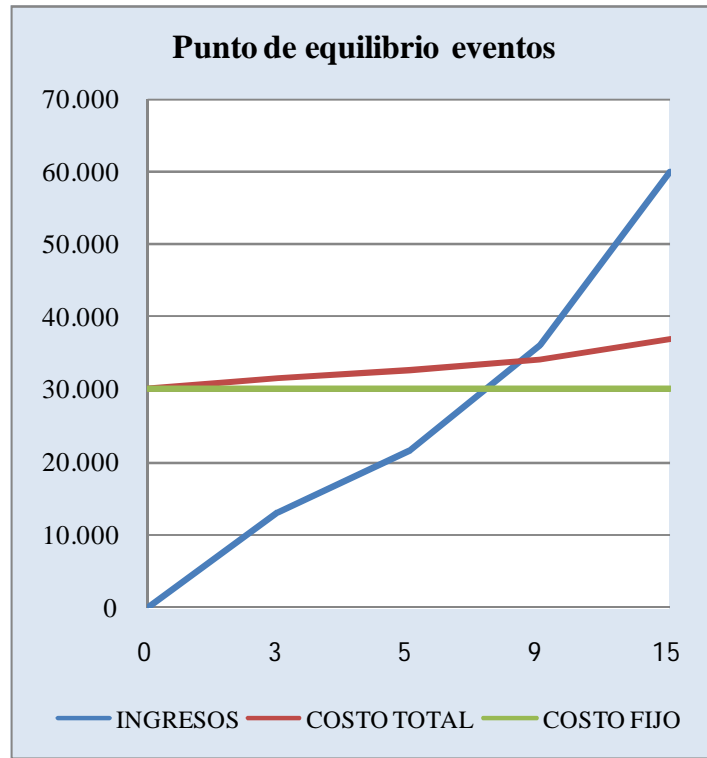
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$P.E. = \frac{\text{Costos fijos}}{P.V. \text{ unit} - C.V. \text{ unit}}$$

$$P.E. = \frac{30.165}{4.000 - 456}$$

$$P.E. = \frac{30.165}{3.544} = \mathbf{9}$$

Figura N° 4.3
Punto de equilibrio salón de eventos



Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

En el caso del Salón de Eventos, se puede establecer que el punto de equilibrio se da cuando las ventas llegan a un valor de 34.046 dólares, lo que le significa un total de 9 servicios al año, lo que deja un promedio de menos de 1 servicio por mes.

4.3.3.-Punto de equilibrio Viveros y Jardines

A continuación se establecen los costos tanto fijos como los costos variables del proyecto, y tenemos:

Tabla N° 4.56
Costos fijos, variables y totales unificados

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Costo de ventas plantas, macetas	11.940		11.940
Costo de ventas mant. Residencial	8.910		8.910
Salarios de dos jardineros fijos	12.796	12.796	
Costo de ventas fertilizantes y agroquímicos	1.176	1.176	
Costo de ventas diseño jardines	31.680		31.680
Salarios de dos jardineros eventuales	924		924
Sueldo Administrador	7.800	7.800	
Renta del terreno	9.600	9.600	
Luz	300	300	
Agua	500	500	
Suministro de gasolina y aceites	1.500	1.500	
Artículos de limpieza	240		240
Recompra de plantas, tierra y fertilizantes	64.736		64.736
Mantenimiento de maquinaria y equipo	232		232
Gastos de transporte	2.640		2.640
Servicio de radiotelefonía	960		960
Servicio telefónico con internet	1.140		1.140
TOTAL	157.074	33.672	123.402

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

En la empresa de Viveros y Jardines se pueden definir cuatro dos tipos de productos o servicios, el primero venta de plantas, el segundo hace referencia al mantenimiento residencial, el tercer es mantenimiento en empresas y el cuarto y último se refiere al diseño de jardines, para ello se desagregan los costos en función al aporte de ventas de cada producto o servicio, se tienen los siguientes resultados:

Tabla N° 4.57
Costos fijos, variables y totales unificados

TIPO DE PRODUCTO	% DE APORTE A LOS INGRESOS	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Plantas	32%	50.264	10.775	39.489
Mantenimiento residencial	11%	17.278	3.704	13.574
Mantenimiento empresas	8%	12.566	2.694	9.872
Diseño de jardines	49%	76.966	16.499	60.467

Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

VENTA DE PLANTAS

PUNTO DE EQUILIBRIO DÓLARES

$$P.E. = \frac{10.775}{1 - \frac{39.489}{47.760}}$$

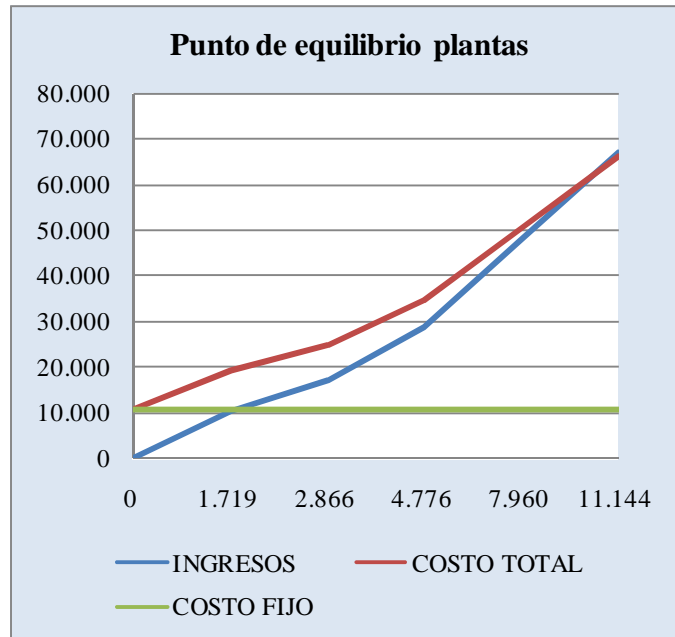
$$P.E. = \frac{10.775}{1 - 0,83} = \frac{10.775}{0,17} = \mathbf{62.217}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$P.E. = \frac{10.775}{6 - 5}$$

$$P.E. = \frac{10.775}{1} = \mathbf{10.369}$$

Figura N° 4.4
Punto de equilibrio plantas



Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

En el caso de la venta de plantas, se puede establecer que el punto de equilibrio se da cuando las ventas llegan a un valor de 62.217 dólares, lo que le significa un total de 10.369 plantas al año, lo que deja un promedio de 864 plantas por mes.

MANTENIMIENTO RESIDENCIAL

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

$$P.E. = \frac{3.704}{1 - \frac{13.574}{16.500}}$$

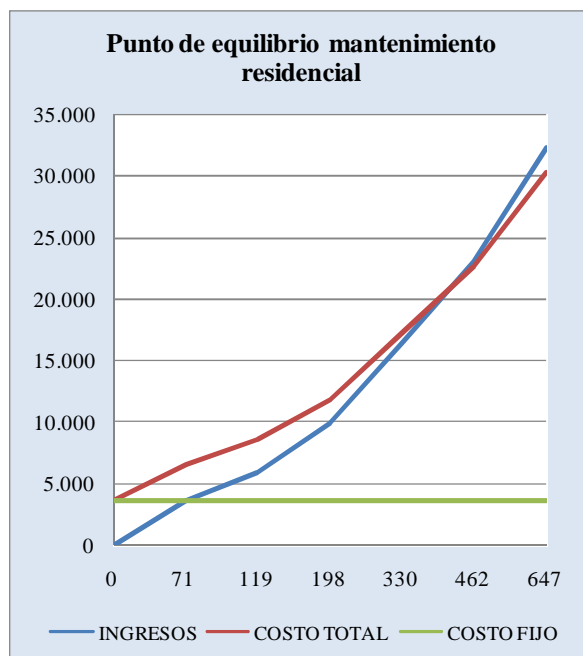
$$P.E. = \frac{3.704}{1 - 0,82} = \frac{3.704}{0,18} = \mathbf{20.888}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$P.E. = \frac{3.704}{50 - 41}$$

$$P.E. = \frac{3.704}{9} = \mathbf{418}$$

Figura N° 4.5
Punto de equilibrio mantenimiento residencial



Elaborado por: Karla Sofia Quiroz Defaz

Para el mantenimiento residencial, se puede establecer que el punto de equilibrio se da cuando las ventas llegan a un valor de 20.888 dólares, lo que le significa un total de 418 servicios al año, lo que deja un promedio de 34 servicios por mes.

MANTENIMIENTO EN EMPRESAS

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

$$P.E. = \frac{2.694}{1 - \frac{9.872}{12.495}}$$

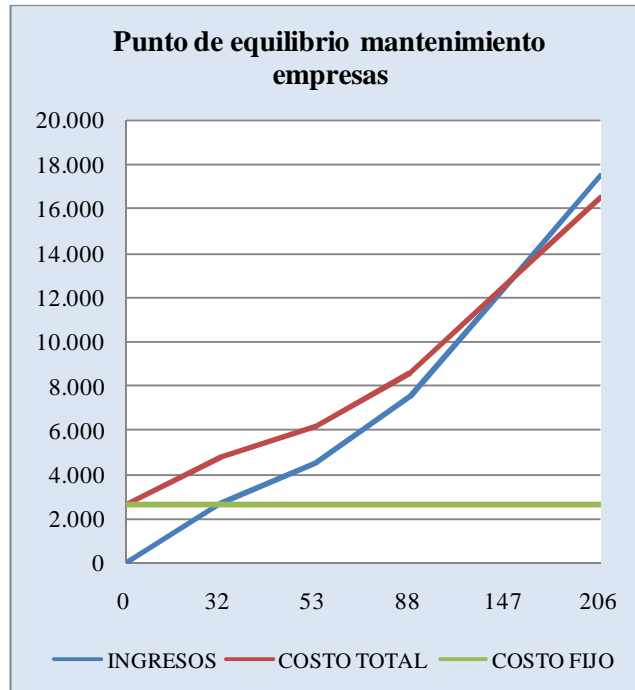
$$P.E. = \frac{2.694}{1 - 0,79} = \frac{2.694}{0,21} = \mathbf{12.833}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$P.E. = \frac{2.694}{85 - 67}$$

$$P.E. = \frac{2.694}{18} = 151$$

Figura N° 4.6
Punto de equilibrio mantenimiento empresas



Elaborado por: Karla Sofia Quiroz Defaz

Para el mantenimiento en empresas, se puede establecer que el punto de equilibrio se da cuando las ventas llegan a un valor de 12.833 dólares, lo que le significa un total de 151 servicios al año, lo que deja un promedio de 13 servicios por mes.

DISEÑO DE JARDINES

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

$$P.E. = \frac{16.499}{1 - \frac{60.467}{71.500}}$$

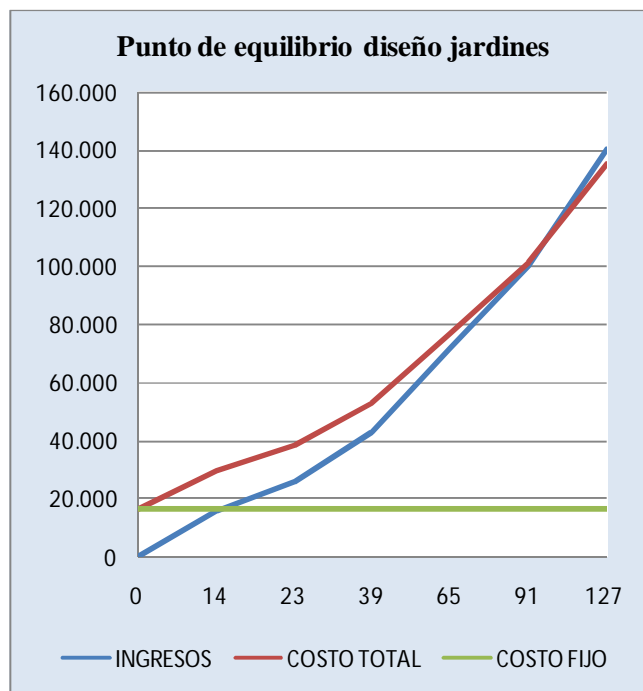
$$P.E. = \frac{16.499}{1 - 0,85} = \frac{16.499}{0,15} = 106.924$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$P.E. = \frac{16.499}{1.100 - 930}$$

$$P.E. = \frac{16.499}{170} = 97$$

Figura N° 4.7
Punto de equilibrio diseño de jardines



Elaborado por: Karla Sofía Quiroz Defaz

Para el diseño de jardines, se puede establecer que el punto de equilibrio se da cuando las ventas llegan a un valor de 106.924 dólares, lo que le significa un total de 97 servicios al año, lo que deja un promedio de 8 servicios por mes.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.1 CONCLUSIONES

- El sector del Valle de los Chillos es una zona con un elevado potencial para el desarrollo de nuevas alternativas de negocios, principalmente por su elevado crecimiento urbano reflejado en la gran cantidad de áreas de construcción nuevas.
- Casi la mitad de la población de la zona de Sangolquí desearía emprender algún tipo de negocio, en lugar de tener algún tipo de relación de dependencia, debido a que consideran que una actividad propia sería mucho más rentable.
- Existen principalmente dos zonas claras con elevado potencial para el desarrollo de nuevos negocios, estas son: El sector de San Rafael, y la zona de Selva Alegre, ambas ubicadas en las afueras de Sangolquí.
- La mayor cantidad de negocios de pequeña escala resultan viables, debido a la amplitud del crecimiento tanto de población como de vivienda en la zona, lo cual permite abarcar grupos importantes de consumidores que no se encuentran aglomerados en una sola zona.
- La colocación de un Centro de Yoga y un Salón de Eventos resulta un negocio altamente rentable en el Sector de Sangolquí, ya que su evaluación financiera muestra los mejores resultados de todos los negocios.
- La apertura de negocios como empresas de Seguridad Privada y de Gimnasios son menos recomendados, ya que su inversión es elevada y sus evaluaciones financieras a pesar de ser viables son las más ajustadas de todas.

- En los actuales momentos la mayoría de las instituciones financieras cuentan con algún tipo de financiamiento enfocado directamente a PYMES o microempresas, en especial las Cooperativas que resultan ser las instituciones de mayor confianza para el ahorro y el crédito de las personas de la zona de Sangolquí y sus alrededores.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda el emprendimiento de nuevas alternativas de negocio en el sector del Valle de los Chillos, ya que existen muchas probabilidades de éxito producto del amplio crecimiento en la zona.
- Es importante la creación de programas de emprendimiento por parte de la empresa privada y pública, ya que existe un gran interés de la colectividad por este tipo de actividades propias.
- Es importante para quienes desean emprender en los actuales momentos procurar ubicarse en zonas donde se tiene proyectado un elevado crecimiento de población y vivienda para obtener mejores resultados.
- Es adecuado el emprendimiento en negocios de escala pequeña, ya que estos resultan más viables, debido a que su inversión es mucho más baja y existen menos gastos operativos y administrativos, lo que facilita el logro de utilidades en el mediano plazo.
- Se recomienda la investigación sobre el emprendimiento de negocios como son los centros de Yoga y Salones de Eventos, ya que resulta muy adecuado realizar inversión en este tipo de actividades.

- Se sugiere evitar la inversión en negocios relacionados con la Seguridad Privada y Actividad Física como los gimnasios, ya que en la zona ya existen una gran cantidad de este tipo de negocios y adicionalmente su inversión es elevada y toma mucho más tiempo la recuperación de la inversión en general.
- Quien desee solicitar un crédito para arranque de un negocio, sería adecuado que se apoye en instituciones financieras públicas o privadas y evite a toda costa el acudir a los llamados “chulqueros”, ya que al existir gran cantidad de alternativas legales es más factible que así lo haga.

BIBLIOGRAFÍA

Banco Interamericano de Desarrollo, “La Microempresa en Ecuador: perspectivas, desafíos, lineamientos de apoyo”, Septiembre 2007

USAID, “Estudio Microempresas y Microfinanzas en Ecuador”

Plan Nacional Para el Buen Vivir 2009-2013, Diagnóstico, Micro, Pequeña y Mediana empresa

BID, DataGov, Market System

Banco Interamericano de Desarrollo, “La Microempresa en Ecuador: perspectivas, desafíos, lineamientos de apoyo”, Septiembre 2007

Ley Fomento de la Pequeña Industria, Art 17

Ley de Creación, Promoción y Fomento de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Art 5, Art 8, Art 24

Disposición derogatoria octava, registro oficial suplemento 242 de 29 diciembre del 2007 La ley reformativa para la equidad tributaria del Ecuador

MORENO, Tania, PEMEX INC. Edición 1082, febrero del 2010

HERNANDEZ, Roberto, FERNANDEZ, Carlos, BAPTISTA Pilar, Metodología de la investigación, Quinta Edición, Mc Graw Hill, 2010.

ARIAS, Galicia, Fernando, op. Cit.

HERNANDEZ, Roberto, FERNANDEZ, Carlos, BAPTISTA Pilar, Metodología de la investigación, Quinta Edición, Mc Graw Hill, 2010.

Cetina López Wendy. VARIABLE DEPENDIENTE E INDEPENDIENTE. México 2005.

MALHOTRA, Naresh, Investigación de mercados, quinta edición, Editorial Prentice Hall, 2007.

FRACICA, Germán, Modelo de simulación en muestreo, Bogotá, Universidad de la Sabana, 2006.

BERNAL, César Augusto, Metodología de la Investigación, segunda edición, 2006.

MANTILLA Farid, Técnicas de muestreo-un enfoque investigación de mercados-2007.

GRIFFIN, Ricky; EBERT, Ronald; NEGOCIOS; 7ma Edición; Prentice Hall, México 2005.

Paúl C, Martín, Diseño y evaluación de proyectos, Editorial Sudamérica- Planeta; España.

ANEXOS

ANEXO N° 1

Diseño de la Encuesta aplicada

CUESTIONARIO PARA DETERMINAR EL COMPORTAMIENTO DE LAS PERSONAS Y SU CONOCIMIENTO SOBRE ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO EN PYMES	
<p>Por favor rellene esta pequeña encuesta. La información que nos proporcione será utilizada para conocer el comportamiento e intereses de las personas para emprender en cualquier tipo de negocio propio. La encuesta dura diez minutos aproximadamente. Gracias.</p>	
<p>Señale su género: M <input type="checkbox"/></p> <p>F <input type="checkbox"/></p>	<p>Indique su edad: <input type="text"/> años</p>
<p>1 ¿Considera usted que es mejor emprender un negocio propio o tener un empleo fijo?</p> <p>Negocio propio <input type="checkbox"/></p> <p>Empleo fijo <input type="checkbox"/></p> <p>No sabe <input type="checkbox"/></p>	<p>2 ¿Cuál considera usted que es la clave del éxito de un negocio?</p> <p>Conocimiento del negocio <input type="checkbox"/></p> <p>Estudio del mercado <input type="checkbox"/></p> <p>Gerencia involucrada <input type="checkbox"/></p> <p>Capital suficiente <input type="checkbox"/></p> <p>Trabajo duro <input type="checkbox"/></p>
<p>3 Si un pariente le pide un consejo para empezar un negocio Usted le diría que:</p> <p>Trabaje lero en una empresa del sector <input type="checkbox"/></p> <p>Redacte un plan de negocio <input type="checkbox"/></p> <p>Estudie algo de mercadeo <input type="checkbox"/></p> <p>Se olvide de la idea <input type="checkbox"/></p> <p>Aprenda algo de presupuestos <input type="checkbox"/></p>	<p>4 ¿Si decidiría iniciar un nuevo negocio en quién confiaría usted para desarrollarlo?</p> <p>En nadie <input type="checkbox"/></p> <p>En usted mismo <input type="checkbox"/></p> <p>En un socio <input type="checkbox"/></p> <p>En algunos amigos claves <input type="checkbox"/></p> <p>En sus familiares <input type="checkbox"/></p>
<p>5 ¿Cual de los siguientes atributos considera usted que es la base de un negocio propio?</p> <p>Trabajo duro y perseverancia <input type="checkbox"/></p> <p>Buenos prouctos y servicios <input type="checkbox"/></p> <p>La publicidad <input type="checkbox"/></p> <p>El conocimiento de sus fundamentos <input type="checkbox"/></p> <p>La calidad de sus empleados <input type="checkbox"/></p>	<p>6 ¿Cuál considera usted que es el principal problema de las pequeñas y medianas empresas en el sector?</p> <p>Mucho crecimiento <input type="checkbox"/></p> <p>Muy poco crecimiento <input type="checkbox"/></p> <p>Crecimiento muy rápido <input type="checkbox"/></p> <p>Crecimiento muy lento <input type="checkbox"/></p> <p>Crecimiento esporádico <input type="checkbox"/></p>
<p>7 Dentro de un negocio ¿Cuál es la mayor ventaja competitiva según su criterio?</p> <p>Experiencia <input type="checkbox"/></p> <p>Entender lo que quiere el mercado <input type="checkbox"/></p> <p>Confianza <input type="checkbox"/></p> <p>Conducir el negocio éticamente <input type="checkbox"/></p> <p>Un plan detallado <input type="checkbox"/></p>	<p>8 Si manejara un negocio propio, Usted se preocuparía por:</p> <p>Mantener registros financieros cuidadosos <input type="checkbox"/></p> <p>Estar en contacto con los clientes <input type="checkbox"/></p> <p>Estar en contacto con sus empleados <input type="checkbox"/></p> <p>Probar nuevas tecnologías <input type="checkbox"/></p> <p>Dejar un negocio perdurable y poder retirarse <input type="checkbox"/></p>
<p>9 ¿Estaría dispuesto a emprender su propio negocio en estos momentos?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>10 Tiene claro el negocio en el que quisiera emprender?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>
<p>11 ¿Desearía contar con una guía completa que le facilite la decisión sobre que negocio emprender?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>12 ¿Conoce usted que entidades financieras están apoyando con créditos a las PYMES?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>
<p>13 ¿Sabe que montos le otorga una entidad financiera para emprender un nuevo negocio o ampliar el actual?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>14 ¿Está conciente de los requisitos necesarios para poder acceder a un crédito para negocios?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>
<p>15 ¿Qué es lo que principalmente necesita un negocio para iniciar o para ampliarse?</p> <p>Dinero <input type="checkbox"/></p> <p>Investigación de mercados <input type="checkbox"/></p> <p>Soporte o ideas <input type="checkbox"/></p> <p>Tiempo <input type="checkbox"/></p>	<p>16 ¿Desearía contar con algún tipo de herramienta para informarse sobre que negocio iniciar?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>

