



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

*Administración de Empresas*  
Facultad Ciencias Administrativas



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLE Y COMERCIO**

**CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE GRADO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA.**

**TEMA:**

Creación de una microempresa en venta de materiales de construcción en la ciudad de Manta

**AUTOR**

Falcones Miranda Bryan Alexander

**TUTOR:**

Eco. Cesar Raul Alarcon Chavez

**MANTA – MANABI – ECUADOR**

**AÑO LECTIVO**

2024 (1)

 <b>Uleam</b> <small>ELOY ALFARO DE MANABÍ</small>	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO:</b> <b>CERTIFICADO DE TUTOR(A).</b>	<b>CÓDIGO:</b> PAT-04-F-004
	<b>PROCEDIMIENTO:</b> TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	<b>REVISIÓN:</b> 1 Página 1 de 1

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias administrativas, contables y comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

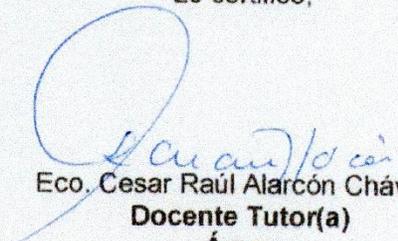
Haber dirigido y revisado el trabajo de integración Curricular bajo la autoría del estudiante Falcones Miranda Bryan Alexander, legalmente matriculado en la carrera de Ciencias Administrativas, período académico 2024-2025, cumpliendo el total de 410 horas, bajo la opción de titulación de emprendimiento, cuyo tema del proyecto es "CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EN VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE MANTA".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, 22 de julio de 2024.

Lo certifico,

  
Eco. Cesar Raúl Alarcón Chávez.

**Docente Tutor(a)**

**Área:**

**Nota 1:** Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

**Nota 2:** Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Falcones Miranda Bryan Alexander, con cédula de identidad N°**1314535400**, declaro que el presente trabajo de titulación: “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EN VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE MANTA”. cumple con los requerimientos que la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



**Falcones Miranda Bryan Alexander**  
**C.I.: 1314535400**  
**E-mail: e1314535400@live.uleam.edu.ec**  
**Telf. 0994075656**



# TESIS 2024-1 FALCONES BRYAN

1%  
Textos sospechosos



1% Similitudes  
0% similitudes entre comillas  
< 1% entre las fuentes mencionadas  
0% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: TESIS 2024-1 FALCONES BRYAN.docx  
ID del documento: 579a0f6dcb8841cb8e6762cd0ebf3da2dc2539bd  
Tamaño del documento original: 116,13 kB

Depositante: Cesar Alarcón Chávez  
Fecha de depósito: 19/7/2024  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 19/7/2024

Número de palabras: 9306  
Número de caracteres: 62.517

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes de similitudes

### Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://polodelconocimiento.com/qjs/index.php/es/artic/view/1572/0">polodelconocimiento.com</a>   Ventajas Competitivas en los Hoteles 5 estrellas de la ... <a href="https://polodelconocimiento.com/qjs/index.php/es/artic/view/1572/0">https://polodelconocimiento.com/qjs/index.php/es/artic/view/1572/0</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)
2	<a href="https://es.linkedin.com/pulse/qué-son-la-tendencias-de-mercado-y-cómo-se-analiza-n">es.linkedin.com</a>   ¿Qué son la tendencias de mercado y cómo se analizan? <a href="https://es.linkedin.com/pulse/qué-son-la-tendencias-de-mercado-y-cómo-se-analiza-n">https://es.linkedin.com/pulse/qué-son-la-tendencias-de-mercado-y-cómo-se-analiza-n</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)
3	<a href="http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/63428/1/Poder_Mercado.pdf">rua.ua.es</a> <a href="http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/63428/1/Poder_Mercado.pdf">http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/63428/1/Poder_Mercado.pdf</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7870/1/UJ/PSE-RCP-2019-Vol.7-No.1-006.pdf">repositorio.upse.edu.ec</a> <a href="https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7870/1/UJ/PSE-RCP-2019-Vol.7-No.1-006.pdf">https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7870/1/UJ/PSE-RCP-2019-Vol.7-No.1-006.pdf</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (27 palabras)
2	<b>Final, Tesis, AvilaNohelia (1).docx</b>   Final, Tesis, AvilaNohelia (1) #94413 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
3	<a href="https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rc/pl/artic/view/276/314">incyt.upse.edu.ec</a>   Vista de Estudio de caso: Diamante de la Competitividad de Po... <a href="https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rc/pl/artic/view/276/314">https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rc/pl/artic/view/276/314</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (17 palabras)
4	<b>COMPILATIO TESIS FINAL - MAYLIN GARCÍA BORJA - EMPRENDIMIENTO...</b> #264946 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)

### Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	<a href="https://ccm.org.ec/index.php/afiliacion/">https://ccm.org.ec/index.php/afiliacion/</a>
2	<a href="https://www.ecuadorlegalonline.com/modelos/contratos/modelo-contrato-trabajo-plazo-fijo/">https://www.ecuadorlegalonline.com/modelos/contratos/modelo-contrato-trabajo-plazo-fijo/</a>
3	<a href="https://www.gob.ec/gadmc-manta/tramites/emision-licencia-unica-anual-funcionamiento-comercial-industrial-financiero-profesional-canton-manta">https://www.gob.ec/gadmc-manta/tramites/emision-licencia-unica-anual-funcionamiento-comercial-industrial-financiero-profesional-canton-manta</a>
4	<a href="https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7088/6773">https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7088/6773</a>
5	<a href="https://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/aviso-de-entrada-y-salida">https://www.iess.gob.ec/en/web/empleador/aviso-de-entrada-y-salida</a>



## APROBACIÓN DEL TRABAJO

El tribunal de grado aprueba el trabajo de graduación, sobre el tema “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EN VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE MANTA.”, elaborado por la Sr, Falcones Miranda Bryan Alexander estudiante de la carrera Administración de Empresas, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio.

Para constancia firman:

Ing. Guadamud Vera Jessica Geoconda,

Presidente del tribunal

Ing. Cano Lara Evelyn Dyann

Miembro del tribunal 1

Ab. Cárdenas Medina Carlos Stalin

Miembro del tribunal 2

Eco. Cesar Raul Alarcon Chavez

Docente tutor

## TABLA DE CONTENIDO

CERTIFICADO DE TUTOR.....	II
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....</b>	<b>III</b>
CERTIFICADO DE COPILATIO .....	IV
APROBACIÓN DEL TRABAJO.....	V
AGRADECIMIENTO.....	XV
DEDICATORIA.....	XVI
RESUMEN EJECUTIVO .....	XVII
Abstract .....	XVIII
<b>1. ORGANIZACIÓN ESTRATEGICA .....</b>	<b>19</b>
1.1. Visión.....	19
1.2. Objetivos.....	19
1.2.1. Objetivo general.....	19
1.2.2. Objetivos específicos .....	19
1.3. Actividad del negocio .....	20
1.4. Oportunidad de negocio detectada.....	20
1.5. Organigrama Estructural y Funcional .....	21
1.5.1. Organigrama estructural.....	21
1.5.2. Organigrama funcional .....	22
1.6. Descripción del equipo emprendedor y su equipo directivo.....	22



1.6.1. Equipo, Formación y Experiencia .....	24
1.7. Alianzas Estratégica.....	27
1.8. Análisis FODA .....	27
1.8.1. Puntos fuertes .....	29
1.8.2. Puntos débiles .....	30
1.8.3. Oportunidades .....	30
1.8.4. Amenazas.....	31
1.8.5. Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA .....	32
1.9. Legal jurídico fiscal .....	38
1.9.1. Antecedentes de la empresa y las partes constituyentes.....	38
1.9.2. Aspectos legales (forma jurídica de la empresa, forma jurídica de trabajo con alianzas).	39
1.9.3. Equipo directivo. ....	42
1.9.4. Modalidad contractual (emprendedor y empleado) .....	43
1.9.5. Permisos y licencias necesarios para el funcionamiento y venta de productos.	46
1.9.6. Cobertura de responsabilidades (seguros). ....	48
1.9.7. Patentes marca y otros tipos de registros (protección legal).....	50
2. MERCADO .....	50
2.1. Investigación de mercado. ....	50
2.1.1. Binomio producto-mercado.....	51



2.1.2.	Segmentación.....	52
2.1.3.	Perfil de consumidor.....	52
2.1.4.	Tamaño actual y proyectado.....	52
2.1.5.	Tendencia de Mercado.....	65
2.1.6.	Factores de riesgo.....	66
2.1.7.	Ingresos en base al análisis de mercado.....	67
2.2.	Análisis de la competencia.....	68
2.2.1.	Descripción de la competencia. (Competidores Claves).....	68
2.2.2.	Comparación con la competencia.....	69
2.2.3.	Ventaja competitiva.....	70
2.2.4.	Barreras de entradas.....	71
2.2.5.	Análisis 5 fuerza de Porter.....	72
2.3.	Precio.....	73
2.3.1.	Variable para la fijación de precio.....	73
2.3.2.	Determinación de precio.....	75
2.4.	Distribución y localización.....	76
2.5.	Estrategia de promoción.....	77
2.5.1.	Clientes claves.....	77
2.5.2.	Estrategia de captación al cliente.....	77
3.	OPERACIONES.....	78



3.1.	Producto.....	79
3.1.1.	Descripción del producto.....	79
3.1.2.	Diseño del producto.....	80
3.1.3.	Aspectos diferentes.....	81
3.2.	Proceso productivo.....	82
3.2.1.	Proceso de elaboración .....	82
3.2.2.	Capacidad instalada o tamaño.....	83
3.2.3.	Tecnología necesaria para la producción .....	84
3.2.4.	Cronograma de producción.....	85
3.2.5.	Control de calidad.....	87
3.3.	Equipos e infraestructura necesaria.....	87
3.4.	requerimiento de mano de obra.....	89
3.5.	Requerimiento de insumos de producción.....	91
3.6.	Seguridad industrial y medio ambiente.....	92
3.6.1.	Normativa de prevención de riesgo .....	92
3.6.2.	Normativa ambiental.....	93
4.	FINANCIERO.....	94
4.1.	Sistema de cobros y pagos .....	94
4.1.1.	Sistemas de cobros.....	94
4.1.2.	Sistemas de pagos.....	94



4.2.	Presupuesto de ingreso y costo .....	95
4.2.1.	Presupuesto de ingresos.....	95
4.2.2.	Presupuesto de costo.....	95
4.2.3.	Estado de proforma de pérdidas y ganancia.....	99
4.2.4.	Análisis de punto de equilibrio .....	100
4.3.	Inversiones .....	102
4.3.1.	Análisis de inversiones .....	102
4.3.2.	Cronograma de inversiones.....	103
4.4.	Plan de financiamiento.....	104
4.4.1.	El costo del proyecto y su financiación .....	104
4.4.2.	Fuentes y uso de fondos.....	108
4.4.3.	Estado de balance general.....	110
5.	EVALUACIÓN.....	112
5.1.	Costo de oportunidad .....	112
5.2.	Valor actual neto o valor presente neto.....	113
5.3.	Tasa interna de retorno.....	114
5.4.	Periodo de recuperación de la inversión .....	114
5.5.	Retorno de la inversión ROI.....	115
6.	ANEXO.....	116
	Bibliografía.....	120

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla. 1</b> .....	24
<b>Tabla. 2</b> .....	26
<b>Tabla. 3</b> .....	28
<b>Tabla. 4</b> .....	32
<b>Tabla. 5</b> .....	34
<b>Tabla. 6</b> .....	35
<b>Tabla. 7</b> .....	36
<b>Tabla. 8</b> .....	37
<b>Tabla. 9</b> .....	52
<b>Tabla. 10</b> .....	53
<b>Tabla. 11</b> .....	53
<b>Tabla. 12</b> .....	54
<b>Tabla. 13</b> .....	56
<b>Tabla. 14</b> .....	57
<b>Tabla. 15</b> .....	58
<b>Tabla. 16</b> .....	59
<b>Tabla. 17</b> .....	60
<b>Tabla. 18</b> .....	61
<b>Tabla. 19</b> .....	62
<b>Tabla. 20</b> .....	63



<b>Tabla. 21</b> .....	64
<b>Tabla. 22</b> .....	65
<b>Tabla. 23</b> .....	67
<b>Tabla. 24</b> .....	68
<b>Tabla. 25</b> .....	69
<b>Tabla. 26</b> .....	74
<b>Tabla. 27</b> .....	75
<b>Tabla. 28</b> .....	77
<b>Tabla. 29</b> .....	83
<b>Tabla. 30</b> .....	85
<b>Tabla. 31</b> .....	88
<b>Tabla. 32</b> .....	89
<b>Tabla. 33</b> .....	90
<b>Tabla. 34</b> .....	91
<b>Tabla. 35</b> .....	92
<b>Tabla. 36</b> .....	95
<b>Tabla. 37</b> .....	95
<b>Tabla. 38</b> .....	96
<b>Tabla. 39</b> .....	97
<b>Tabla. 40</b> .....	98
<b>Tabla. 41</b> .....	99
<b>Tabla. 42</b> .....	100
<b>Tabla. 43</b> .....	101

<b>Tabla. 44</b> .....	102
<b>Tabla. 45</b> .....	102
<b>Tabla. 46</b> .....	103
<b>Tabla. 47</b> .....	104
<b>Tabla. 48</b> .....	104
<b>Tabla. 49</b> .....	105
<b>Tabla. 50</b> .....	107
<b>Tabla. 51</b> .....	108
<b>Tabla. 52</b> .....	110
<b>Tabla. 53</b> .....	112
<b>Tabla. 54</b> .....	113
<b>Tabla. 55</b> .....	114
<b>Tabla. 56</b> .....	115
<b>Tabla. 57</b> .....	116

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura. 1</b> .....	21
<b>Figura. 2</b> .....	22
<b>Figura. 3</b> .....	56
<b>Figura. 4</b> .....	57
<b>Figura. 5</b> .....	58
<b>Figura. 6</b> .....	59
<b>Figura. 7</b> .....	60

<b>Figura. 8</b> .....	61
<b>Figura. 9</b> .....	62
<b>Figura. 10</b> .....	63
<b>Figura. 11</b> .....	64
<b>Figura. 12</b> .....	70
<b>Figura. 13</b> .....	76
<b>Figura. 14</b> .....	100
<b>Figura. 15</b> .....	101

#### INDICE DE IMAGEN

<b>Imagen. 1</b> .....	34
<b>Imagen. 2</b> .....	35
<b>Imagen. 3</b> .....	36
<b>Imagen. 4</b> .....	37
<b>Imagen. 5</b> .....	76
<b>Imagen. 6</b> .....	80
<b>Imagen. 7</b> .....	82

## **AGRADECIMIENTO**

En esta constancia deseo expresar mis más profundos agradecimiento a dios en todo momento por las fortalezas y guía que es.

A mis queridos padres Falcones Delgado Daniel y Miranda PARRALES Martha, quienes con su cariño incondicional apoyo y sacrificio han sido la base fundamental de mi vida, por creer en mi en todo momento y por brindarme todas las herramientas necesarias para alcanzar mis metas.

A mis amigos Joshua Cordero, Zully Delgado y Dayana Delgado quienes han estado a mi lado en los momentos difíciles su amistad, compañía, comprensión y paciencia que me han tenido en los años que compartimos aula, sus consejos han sido constante inspiración y alegría en esta etapa universitaria estoy agradecido con ustedes chicos.

Un agradecimiento especial a los docentes de la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativa por compartir sus conocimientos y experiencia, guiándome a través de mi formación académica, un agradecimiento a mi tutor el Eco. Cesar Raul Alarco Chávez por su compromiso fundamental para la culminación de este trabajo.

Y finalmente, todos aquellos que de una u otra manera han contribuido les expreso mis sinceros agradecimientos.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mi padre Daniel Falcones, quien ha sido una fuente constante de inspiración y apoyo incondicional, gracias su esfuerzo y dedicación desde que era pequeño he podido elegir este tema por él, sus consejos y ejemplo de perseverancia han sido fundamental en mi vida.

A mi madre, Martha Isabel, quien siempre ha estado presente en cada una de mis actividades. Su amor, comprensión y constante comunicación han sido un pilar en mi camino académico. Gracias por ser mi mayor soporte emocional y por motivarme a seguir adelante en cada paso de este viaje.

A ambos, les debo mi gratitud eterna por ser mis guías y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles. Esta tesis es un reflejo de todo lo que he aprendido y logrado gracias a ustedes. Y por último a mis hermanos por ayudarme y apoyarme les agradezco y que sus metas se cumplan a futuros.

## **CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EN VENTA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE MANTA**

### **RESUMEN EJECUTIVO.**

En el siguiente informe de emprendimiento con la finalidad en la creación de una microempresa de venta de materiales de construcción donde se da la pertinencia en ofrecer productos y asesoramiento en la utilización de los productos ofertados dando cavidad a la confianza de los clientes.

Se presentarán los objetivos establecidos por la empresa poniendo especial atención en las relaciones con nuestros colaboradores y stakeholders, destacándose como una empresa comprometida con el cuidado del medio ambiente junto al esfuerzo por brindar atenciones altamente profesionales, ofreciendo sistemas de asesoramiento integral a los clientes garantizando una experiencia de alta cálida y servicios.

Para la cual se utilizó la recolección de datos mediante una serie de estrategia en la utilización de herramientas TIC dando así resultados esperados referente al alcance del mercado y del mismo modo si tienen el conocimiento de cada material, es adecuado para las elaboraciones de infraestructura. Demostrando resultados óptimos, que la microempresa es rentable juntos a las combinaciones de estrategias realizadas e incrementado la fidelización del cliente, visualizando un crecimiento constante donde el proyecto demuestra un retorno positivo sobre nuestra inversión inicial realizada para su instalación evidenciando que no solo cubre los costos operativos, sino que genera beneficio.

**Palabras claves:** emprendimiento, construcción, economía, ganancia, ambiental

## **Abstract**

In the following entrepreneurship report with the purpose of creating a micro-enterprise selling construction materials where the relevance of offering products and advice on the use of the products offered is given, giving rise to the trust of customers.

The objectives established by the company will be presented, paying special attention to the relationships with our collaborators and stakeholders, standing out as a company committed to caring for the environment along with the effort to provide highly professional attention, offering comprehensive advisory systems to clients guaranteeing a high warm experience and services.

For which data collection was used through a series of strategies in the use of ICT tools, thus giving expected results regarding the scope of the market and in the same way whether they have the knowledge of each material is suitable for the development of infrastructure. Demonstrating optimal results, that the microenterprise is profitable together with the combinations of strategies carried out and increased customer loyalty, visualizing constant growth where the project demonstrates a positive return on our initial investment made for its installation, showing that it not only covers operating costs, but it generates profit.

Keywords: entrepreneurship, construction, economy, profit, environment

## **1. ORGANIZACIÓN ESTRATEGICA**

### **1.1. Visión.**

En el 2038, MateConstruct se rige como el referente indiscutible en ventas y asesoramientos de materiales de construcción en Manabí, con su liderazgo se cimenta en la excelencia de sus productos y servicios que trascenderá las expectativas del mercado, atribuyendo no solo a su calidad sobresaliente sino también al compromiso y dedicación excepcional de sus colaboradores.

### **1.2. Objetivos**

#### **1.2.1. Objetivo general.**

Desarrollar una microempresa que otorga crecimiento constante y sostenible en el mercado priorizando la satisfacción del cliente mediante un servicio excepcional, adoptando tecnologías innovadoras en su gestión y venta.

#### **1.2.2. Objetivos específicos.**

- Implementar un sistema de control de calidad que asegure que todos los productos o servicios cumplan con los estándares definidos.
- Capacitar al personal en técnicas y prácticas de mejora continua para asegurar la excelencia en la entrega de productos o servicios.
- Explorar y adoptar nuevas tecnologías de venta, como plataformas de comercio electrónico o aplicaciones móviles.
- Establecer alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones para obtener conocimientos y recursos adicionales que fortalezcan el negocio.

- Desarrollar un plan financiero detallado que contemple ingresos, costos, inversiones y rentabilidad esperada.

### **1.3. Actividad del negocio**

El objeto de estudio se centra en el proceso de desarrollo y sostenibilidad de una microempresa en el mercado, con un enfoque en la implementación de asesoramientos personalizados, esto implica analizar las necesidades específicas de la microempresa y cómo influye en su crecimiento, en la eficiencia operativa y capacidad para mantenerse competitiva. Se examinan las estrategias de personalización, su impacto en la toma de decisiones empresariales y cómo estas contribuyen a la estabilidad financiera y expansión sostenible de la microempresa en un entorno de mercado dinámico. Es de conocimiento que los materiales disponibles en el mercado están formulados para ser utilizados de diversas maneras, pero muchas veces los consumidores carecen del conocimiento necesario para su preparación adecuada. Por lo tanto, los clientes como los contratistas deben considerar cuidadosamente la calidad de los materiales que utilizan en un área sísmica como el Ecuador, es crucial emplear materiales de la más alta calidad para construir edificaciones resistentes a los terremotos.

De esta necesidad surge la idea de establecer una microempresa que no solo ofrezca materiales de construcción de alta calidad, sino que también brinde asesoramiento sobre la preparación adecuada de dichos materiales para garantizar un mejor servicio y la construcción de estructuras sismo-resistentes.

### **1.4. Oportunidad de negocio detectada**

Esta iniciativa emprendedora busca establecer una microempresa en Manta dedicada a la venta de materiales de construcción su objetivo principal es ofrecer una visión más completa del mercado en términos de venta y distribución de productos, centrándose en innovar el proceso de

distribución. No solo se trata de vender, sino también de proporcionar asesoramiento a los clientes sobre los materiales más adecuados para sus proyectos de construcción o renovaciones.

Durante el período de estudio, se observó que muchos clientes compran productos sin tener en cuenta sus necesidades específicas. Aquí se pretende asesorar para ofrecer una mejor comprensión a los clientes, recomendando productos que se ajusten a sus requerimientos, en calidad y precio. Además, se busca orientar sobre cómo usar estos materiales para ganarse la confianza de la clientela.

Para comprender mejor el desempeño del mercado, se llevaron a cabo encuestas para recopilar información y realizar un análisis de mercado más preciso esto permitió identificar el segmento al que se debe dirigir la empresa para alcanzar los objetivos planteados en el emprendimiento. Es importante resaltar que esta propuesta tiene un amplio alcance en la sociedad moderna, ya que está en una zona sísmica, por lo que se enfoca en ofrecer materiales y recomendaciones para construir infraestructuras resistentes a desastres naturales, como los terremotos, para mantener edificaciones preparadas ante posibles catástrofes.

## 1.5. Organigrama Estructural y Funcional.

### 1.5.1. Organigrama estructural.

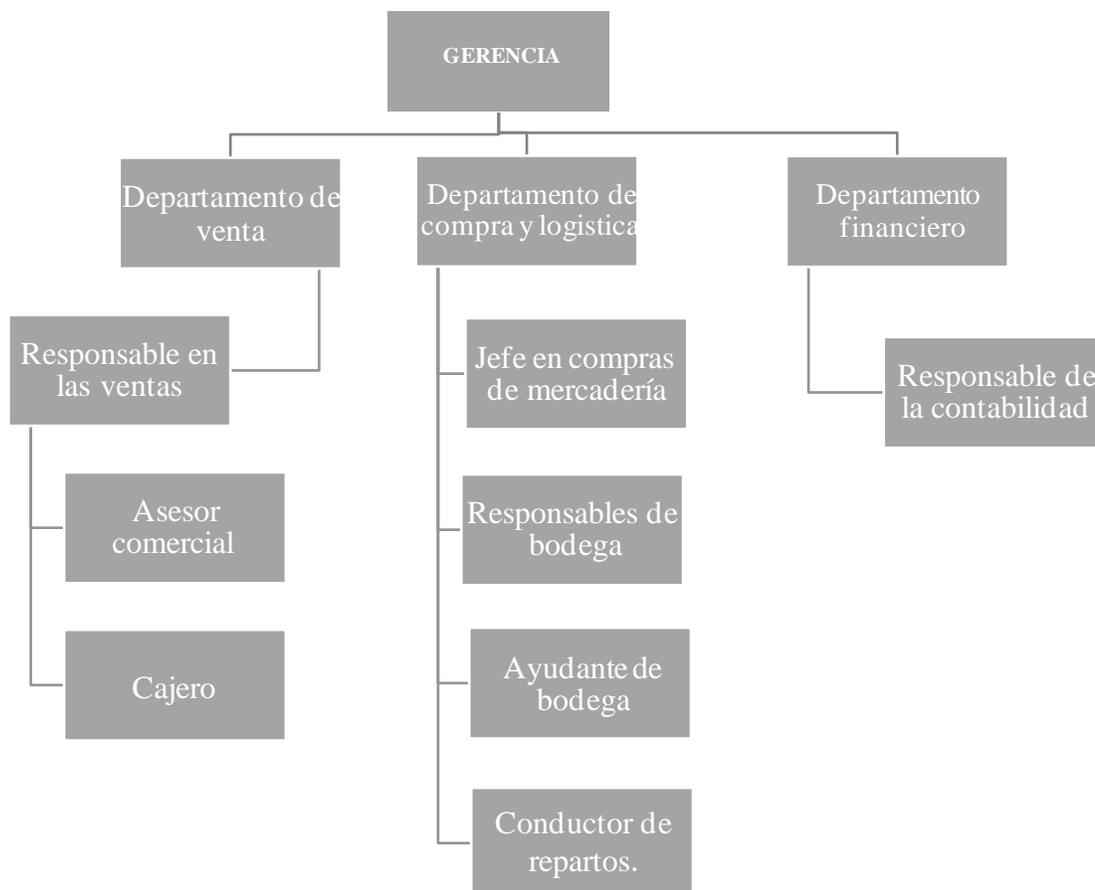
**Figura. 1**



*Nota 1: Elaborado por Alexander Falcones.*

### 1.5.2. Organigrama funcional

Figura. 2



*NOTA 2: Elaborado por Alexander Falcones*

### 1.6. Descripción del equipo emprendedor y su equipo directivo.

#### Gerencia

- **El Gerente** será la persona encargada en direccionar los objetivos de la empresa y cumplir las metas predichas teniendo la capacidad de razonar, liderar entre otras actitudes de un líder que ayudará prevalecer que el emprendimiento sea fructífero manteniendo la planeación organización dirección y control de total la actividad que realicen de la misma manera se

encargará de las contrataciones de personal y el control e inspección de sus finanzas contables.

### **Departamento de venta**

- **El Asesor comercial** es la persona encargada en distribuir más ampliamente los productos que se vendan en el local juntos con los asesoramientos requeridos de las diferentes marcas que satisfaga las necesidades del consumidor.
- **El Cajero** es la persona que se encarga del registro de salida del producto en la empresa dando así el control de comercializar el bien en un ingreso.

### **Departamento de compra**

- **El jefe en compra** es la persona con las cualidades de poder negociar los diferentes productos que se compraran a los proveedores llegando a contratos de compras en donde ambas partes tenga beneficios mutuos además se encargara de las futuras compras que se asociara la empresa.
- **Responsable de bodega** es la persona encargada del almacenamiento y el control de los productos que lleguen a la empresa teniendo el control de los materiales de esa forma utilizando los métodos kaizen para un mejor control de las entradas
- **Conductor de repartos** encargado de realizar el transporte y entrega de las diferentes mercaderías que se comercializan de una manera segura, rápida y efectiva.

### **Departamento financiero**

- **El responsable contable** es la persona encargada de los registros de entradas y salida del dinero llevando el control financiero de la empresa.

### 1.6.1. Equipo, Formación y Experiencia.

**Tabla. 1**

*Equipos vinculados*

<b>Nombre</b>	<b>conocimientos</b>	<b>Aportes</b>	<b>Contactos</b>	<b>Objetivos comunes</b>
Alexander Falcones <b>(Gerente)</b>	Experto en el área gestión empresarial, financiera y logística.	Encargado de la parte administrativa y la toma de decisiones, gestor en contratación del personal y aporte en el control financiero.	Conocedor de diferentes redes de comercialización.	Trabaja en conjuntos con el departamento financiero y logístico.
José Delgado <b>(Asesor comercial)</b>	Conocedor programas informáticos, contabilidad financiera manejo de las tendencias de mercado y habilidades de negociación de ventas.	Su función es la de poder comercializar el producto llegando al convencimiento y asesoramiento.		Trabaja en conjunto al departamento financiero y logístico.
Zully delgado	Experto habilidades lingüísticas,	Cumple la función de receptor y entregar entre		Trabaja en conjunto al asesor comercial y bodega.



<b>(Cajera)</b>	gestión y manejo de caja.	otras actividades con el dinero de las ventas.		
Sebastián Rivas <b>(jefe en compra)</b>	Experto en estudio de mercado, habilidades de negociación, gestión de inventarios y elaboración de contratos en compras.	Cumple la función de negociar y verificar a los proveedores los productos de muy buenas calidades que se ofertaran.		Trabaja en conjunto al gerente, el departamento financiero y el área de logística.
Johan Miranda <b>(jefe de bodega)</b>	Conocer de programas informáticos intermedio, registro y control de Kardex.	Encargados de desembarcar, guardar entre otras actividades en la bodega.	Mantiene relaciones con diferentes proveedores que se encuentra en el mercado	Trabaja en conjunto al departamento de ventas
Erick PARRALES <b>(Ayudante de bodega)</b>	Conocer de programas informáticos intermedio, registro y control de Kardex.	Encargados de desembarcar, guardar entre otras actividades en la bodega.		Trabaja en conjunto al departamento de ventas
Rodolfo Villavicencio <b>(Transportista)</b>	Habilidades lingüística y	Realizar la entrega y el		Trabaja en conjunto con bodega

	experiencia en transporte.	transporte de la mercadería	
Dayana delgado (Contadora)	Habilidades contables y auditoría, contabilidad de costo y tributaria.	Encargada de la parte contable de la Empresa.	Trabaja en conjunto al gerente y caja.

*NOTA 3. Elaborado por Alexander Falcones.*

**Tabla. 2**

*Formación y Experiencia*

<b>cargo</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Formación</b>	<b>¿conocimiento del tipo empresarial?</b>
<b>(Gerente)</b>	2 años de habilidades de gestión empresarial, contabilidad y comercio.	Lcdo. en Ciencias Administrativas	Conocimiento en administración, de inventarios
<b>(Asesor comercial)</b>	3 años en aporte de asesor y ventas	Lcdo. en Márketing, administración o afines.	Conocimiento en la gestión y movimientos del mercado
<b>(Cajera)</b>	1 año de experiencia en manejo en contabilidad básica y manejo en caja	Lida. en Ciencias administrativas o afines.	Conocimiento en venta
<b>(jefe en compra)</b>	3 años de conocimiento en negociación y compras	Lcdo. en Márketing, mercadotecnia o economista.	Conocimiento en el mercado
<b>(jefe de bodega)</b>	1 año de experiencia en bodega.	Bachilleres contables, ingeniería industrial, administración o afines	
<b>(Ayudante de bodega)</b>	1 año de experiencia en el área de logística	Lcdo. en ingeniería industrial	

<b>(Transportista)</b>	6 años de experiencia en transporte y entrega	Licencia profesional y bachiller técnico.	Conocimiento de las de las diferentes vías en manta
<b>(Contadora)</b>	3 años de experiencia en servicios contables	Lcda. En Contabilidad y Auditoría.	Conocimiento en transmites bancarios, gestión financiera y contable.

*NOTA 4. Elaborado por Alexander Falcones*

### **1.7. Alianzas Estratégica.**

Teniendo previsto la estrategia para poder comercializar es unos de los factores de lograr mejorar las ventas de la empresa de lo cual se hace mención en la alianza estratégica “La administración estratégica puede ser un proceso mecánico, basado en el análisis del entorno, o un proceso orgánico, donde los gerentes consideran los recursos internos únicos e inimitables al formular sus estrategias.” (Hernández, 2010)

Se planean una serie de estrategias para avanzar y mantener un flujo constante dinámico, estas estrategias incluyen la formación de alianzas con diversos consumidores del sector de la construcción, estableciendo acuerdos de distribución para asegurar la confianza del cliente al ofrecer productos de alta calidad disponibles de inmediato.

### **1.8. Análisis FODA.**

Tenemos presente que el análisis FODA es esencial para cualquier empresa por eso según la Doctora Sarli Rosana Ruth no explica que “Se trata de evaluar tanto las fortalezas y debilidades internas de una organización como las oportunidades y amenazas externas, proporcionando así un diagnóstico completo de su situación.” (Ruth, 2015)

Al interpretar el Foda podemos verificar las diferentes situaciones consiguiendo un equilibrio entre las fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas.

**Tabla. 3**

*FODA del emprendimiento*

<b>Fortaleza</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>F1. Gran alcance en el crecimiento de mercado locales.</p> <p>F2. Experiencia y conocimiento en diferentes productos de construcción.</p> <p>F3. Formación continua de productos innovadores</p> <p>F4. Cartera de cliente potenciales.</p>	<p>O1. Crecimiento del sector en área de construcción.</p> <p>O2. Eficiente gestión de adquisición y almacenamiento.</p> <p>O3. Excelentes ubicaciones estratégicas en áreas favorables.</p> <p>O4. Adaptaciones de tecnologías y facilidad de importar instrumentos desde china.</p>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenaza</b>
<p>D1. No contar con sistema propio de movilidad.</p> <p>D2. No disponer con un flujo de capital para herramientas innovadoras.</p> <p>D3. Dependencia de pocos proveedores claves.</p>	<p>A1. La Gran cantidad de competencia emergentes</p> <p>A2. Cambiante o inestabilidad en el valor de los productos.</p> <p>A3. Vulnerabilidad en las regulaciones gubernamentales</p> <p>A4. Reducción en las actividades del sector de la construcción a nivel local</p>

*NOTA 5. Elaborado por Alexander Falcones.*

### 1.8.1. Puntos fuertes

**F1. Gran alcance en el crecimiento del mercado locales.** Sabemos que en la actualidad Manta es una ciudad en desarrollo lo cual genera grandes oportunidades de ventas y alcanzar posicionarse de manera efectiva.

**F2. Experiencia y conocimiento en diferentes productos de construcción.** Sabiendo las necesidades y tener conocimiento lograremos llegar a los objetivos propuesto de manera eficiente entregando a los consumidores mercadería dentro de sus perspectivas.

**F3. Formación continua de productos innovadores.** Al manejar productos y llegar a una estabilidad en el mercado, las preparaciones en la innovación logran que el sector llegue a tener diferentes perspectivas de nuevos productos que se utilicen en naciones avanzadas.

**F4. Cartera de cliente potenciales.** Al conocer diferentes profesionales ya posicionado en el mercado lograra que el emprendimiento prospere y también alcanzar de la misma manera a los profesionales emergentes de las diferentes intuiciones educativas.

Este proyecto emprendedor está enfocado en atender las necesidades de una amplia gama de personas, desde clientes particulares, ingenieros y contratistas especializados en construcción en la ciudad de Manta, se busca mejorar la calidad de vida y seguridad de los consumidores, llegando a satisfacer los requerimientos específicos en este campo.

Junto al objetivo de lograr un crecimiento sostenible y continuo, apoyándose en las implementaciones de tecnologías innovadoras que no solo beneficien a la empresa sino también aporten al desarrollo del país.

### 1.8.2. Puntos débiles

**D1. No contar con sistema propio de movilidad.** Es uno de los puntos que podría perjudicarnos en el desarrollo por estar fijado en un tercero que se encargue de la movilidad de la entrega en su mercadería.

**D2. No disponer con un flujo de capital para herramientas innovadoras.** Al tener limitaciones para lograr de manera rápida y factible un crédito de mayor margen, incluir herramientas nuevas sería un poco más tardado alcanzar

**D3. Dependencia de pocos proveedores claves.** Al ser una empresa emergente disponer de un solo proveedor lograría que nuestro inventario llegue tener falta de mercadería por diferentes cuestiones como retrasos de entregas de pedidos entre otras.

Se sabe que al comenzar todo emprendimiento pasa por un proceso de crecimiento al no tener experiencia en el manejo de volúmenes de mercadería podría aparecer inconvenientes en sus registros. Otro factor agregado es que siendo emergente no se podrá contar con tecnología innovadora al inicio conformándose con herramientas básicas para subsistir.

### 1.8.3. Oportunidades

**O1. Crecimiento del sector en área de construcción.** Tenemos que tener en cuenta que en una ciudad en crecimiento en donde día a día realizan remodelaciones y construcciones con frecuencia por eso un potencial mercado competente.

**O2. Eficiente gestión de adquisición y almacenamiento.** En donde gestionamos de manera efectiva las adquisiciones con puntos cerca de proveedores, el almacenamiento de manera eficiente y una gran oportunidad de distribución.

**O3. Excelentes ubicaciones estratégicas en áreas favorables.** Manta cuenta con varios sectores favorables para poder instalarse en sectores cercanos a calles principales.

**O4. Adaptaciones de tecnologías y facilidad de importar instrumentos desde china.** Nos adaptamos de manera eficiente a los cambios en tecnologías como es innovaciones implementar sistemas de gestión modernos de la misma manera lograr llegar a tecnología innovadoras como las energías renovables con la facilidad de importar productos futuros desde china sin demasiadas restricciones.

Los proveedores abarcan una gran oportunidad en el emprendimiento, al poder tener diferente punto de recaudación de materiales tantos procesados o los que no tienen proceso alguno permite realizar contratos de venta de productos de gran calidad a buen precio, otras opciones apreciadas son convenios para eventos con productos para demostración dando a los consumidores las propiedades y características de cada producto en primer plano.

#### **1.8.4. Amenazas**

**A1. La gran cantidad de competencia emergentes.** Como pueden ser establecidas las ferreterías que vende productos de forma minorista como herramientas, para reparaciones y mantenimiento.

**A2. Cambiante o inestabilidad en el valor de los productos.** Los precios de los materiales en cierta medida son inestables, como puede ser el valor del hierro que es la materia prima de los proveedores para la fabricación de sus estructuras metálica.

**A3. vulnerabilidad en las regulaciones gubernamentales.** Ecuador estas sujetas regulaciones gubernamentales que cambian con el tiempo que están relacionadas a permisos,

estándares de calidad o impuestos las cuales están sujetas a modificaciones por parte del gobierno que pueden afectar los costos.

**A4. Reducción en las actividades del sector de la construcción a nivel local.** Si la economía local experimenta una recesión o periodos bajos afectaría por parte de los ciudadanos que la demanda de remodelar o construir nuevas propiedades disminuya.

Los factores que se debe mencionar acerca del emprendimiento son la subida inexplicable de ciertos productos en específicos entre ellos todo lo de hierro dando consigo una inconformidad en los precios de venta de tal manera los consumidores tendrían problemas en la obtención del material por su inestabilidad.

#### 1.8.5. Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA.

**Tabla. 4**

*Matriz de estrategia FODA.*

<p><b>MATRIZ FODA.</b></p>	<p><b>FORTALEZAS.</b></p> <p><b>F1.</b> Gran alcance en el crecimiento de mercado locales.</p> <p><b>F2.</b> Experiencia y conocimiento en diferentes productos de construcción.</p> <p><b>F3.</b> Formación continua de productos innovadores</p> <p><b>F4.</b> Cartera de cliente potenciales.</p>	<p><b>DEBILIDADES.</b></p> <p><b>D1.</b> No contar con sistema propio de movilidad.</p> <p><b>D2.</b> No disponer con un flujo de capital para herramientas innovadoras.</p> <p><b>D3.</b> Dependencia de pocos proveedores claves.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES.</b></p> <p><b>O1.</b> Crecimiento del sector en área de construcción.</p>	<p><b>ESTRATEGIA FO</b></p>	<p><b>ESTRATEGIA DO</b></p>

<p><b>O2.</b> Eficiente gestión de adquisición y almacenamiento.</p> <p><b>O3.</b> Excelentes ubicaciones estratégicas en áreas favorables.</p> <p><b>O4.</b> Adaptaciones de tecnologías emergentes</p>	<p>Relación mixta de F1 Y O1</p> <p>Relación mixta de F4 Y O4</p>	<p>Relación mixta de D3 Y O3</p> <p>Relación mixta de D2 Y O4</p>
<p><b>AMENAZAS.</b></p> <p><b>A1.</b> Gran cantidad de competencia emergentes</p> <p><b>A2.</b> Cambiante o inestabilidad en el valor de los productos.</p> <p><b>A3.</b> Vulnerabilidad en las regulaciones gubernamentales.</p> <p><b>A4.</b> Reducción en las actividades del sector de la construcción a nivel local.</p>	<p><b>ESTRATEGIA FA</b></p> <p>Relación mixta de F4 Y A1</p> <p>Relación mixta de F1 Y A4</p>	<p><b>ESTRATEGIA DA</b></p> <p>Relación mixta de D2 Y A1</p>

**NOTA 6. Elaborado por:** Alexander Falcones

**Imagen. 1**

<b>MATRIZ MIXTA FO - ÉXITO</b> 0 - Bajo, 5 - Medio, 10 - Alto		<b>FORTALEZAS</b>				
		Gran alcance en el crecimiento de mercado locales.	Experiencia y conocimiento de construcción	Formación continua de productos innovadores	Carrera de cliente potenciales	<b>SUMATORIA</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>F1</b>	<b>F2</b>	<b>F3</b>	<b>F4</b>	<b>TOTAL</b>
O1	Crecimiento del sector en área de construcción.	10	10	10	10	40
O2	Eficiente gestión de adquisición y almacenamiento.	10	5	5	10	30
O3	Excelentes ubicaciones estratégicas en áreas favorables.	10	10	5	10	35
O4	Adaptaciones de tecnologías y facilidad de importar instrumentos desde china.	5	10	5	10	30
<b>SUMATORIA</b>		35	35	25	40	

Son Mayores	20
La de más Relación	40

*NOTA 7. Elaborado por Alexander Falcones*

**Tabla. 5**

*Objetivos estratégicos FO*

Relación mixta	Objetivo estratégico
<b>F1 O1</b>	Desarrollar alianzas estratégicas con actores locales expandiendo mercado y fortaleciendo posición.
<b>F4 O4</b>	Expandir y mejorar la eficiencia operativa, que optimicen la experiencia de compra y la gestión de inventarios.

*NOTA 8. Elaborado por Alexander Falcones*

**Estrategias realizadas**

F1 O1 Crear asociaciones locales con profesionales para crecer y fortalecer nuestra empresa tomando posición.

F4 O4 Ampliar la eficiencia operativa mediante un sistema SAP para la gestión de inventarios.

**Imagen. 2**

<b>MATRIZ MIXTA FA - DESGASTE</b> 0 - Bajo, 5 - Medio, 10 - Alto		<b>FORTALEZAS</b> Gran alcance en el crecimiento de mercado locales. Experiencia y conocimiento en diferentes productos de construcción. Formación continua de productos innovadores. Cartera de cliente potenciales. <b>SUMATORIA</b>				
		F1	F2	F3	F4	TOTAL
<b>AMENAZAS</b>						
A1	Gran cantidad de competencia emergentes .	5	0	5	10	20
A2	Cambiante o inestabilidad en el valor de los productos.	5	0	0	5	10
A3	Vulnerabilidad en las regulaciones gubernamentales	5	0	0	5	10
A4	Reducción en las actividades del sector de la construcción a nivel local.	10	5	5	5	25
<b>SUMATORIA</b>		25	5	10	25	

Son Mayores	12.5
La de más Relación	25

*NOTA 9. Elaborado por Alexander Falcones*

**Tabla. 6**

*Objetivos estratégicos FA*

Relación mixta	Objetivo estratégico
<b>F4 A1</b>	Diferenciarse en un enfoque personalizado fortaleciendo la fidelización a través de programas exclusivos.
<b>F1 A4</b>	Desarrollar condiciones mediante diversificación de producto e implementar financiamientos accesibles antes fluctuaciones.

*NOTA 10. Elaborado por Alexander Falcones*

**Estrategias realizadas**

F4 A1 Desarrollar programas propios para otórgalo a nuestros clientes fortaleciendo de esa manera la fidelización.

F1 A4 Disponer de productos de similares de diferentes marcas en la empresa y tener en mente lo financiamiento accesibles.

**Imagen. 3**

<b>MATRIZ MIXTA DA - RIESGO</b> 0 - Bajo, 5 - Medio, 10 - Alto		<b>AMENAZAS</b> Gran cantidad de competencia emergentes. Cambiante o inestabilidad en el valor de los productos. Vulnerabilidad en las regulaciones gubernamentales. Reducción en las actividades del sector de la construcción a nivel local.				
		A1	A2	A3	A4	TOTAL
<b>DEBILIDADES</b>						
D1	No contar con sistema propio de movilidad.	5	0	0	0	5
D2	No disponer con un flujo de capital para herramientas innovadoras.	10	5	0	0	15
D3	Dependencia de pocos proveedores claves.	5	5	5	0	15
<b>SUMATORIA</b>		20	10	5	0	

Son Mayores	7.5
La de más Relación	15

*NOTA 11. Elaborado por Alexander Falcones*

**Tabla. 7**

*Objetivos estratégicos DA*

Relación mixta	Objetivo estratégico
<b>D2 A1</b>	Optimizar recurso y mejorar servicios para diferenciarse compitiendo eficazmente contra empresas emergentes.

*NOTA 12. Elaborado por Alexander Falcones*

**Estrategias realizadas**

D2 A1 Al no disponer de capital para llegar a grandes innovaciones la optimización de recurso y mejorando cada tiempo nuestros servicios a nuestros clientes ayudaría a diferenciarnos de las empresas emergentes.

**Imagen. 4**

<b>MATRIZ MIXTA DO - ADAPTACIÓN O- Bajo, 5 - Medio, 10 - Alto</b>		<b>DEBILIDADES</b>			
		No contar con sistema propio de movilidad. No disponer con un flujo de capital para herramientas innovadoras. Dependencia de pocos proveedores claves. <b>SUMATORIA</b>			
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>D1</b>	<b>D2</b>	<b>D3</b>	<b>TOTAL</b>
O1	Crecimiento del sector en área de construcción.	5	0	5	10
O2	Eficiente gestión de adquisición y almacenamiento.	10	5	5	20
O3	Excelentes ubicaciones estratégicas en áreas favorables.	5	5	10	20
O4	Adaptaciones de tecnologías y facilidad de importar instrumentos desde china.	5	10	5	20
<b>SUMATORIA</b>		25	20	25	

Son Mayores	10
La de más Relación	20

*NOTA 13. Elaborado por Alexander Falcones*

**Tabla. 8**

*Objetivos estratégicos DO*

Relación mixta	Objetivo estratégico
D3 O3	Diversificar bases de proveedores fortaleciendo la cadena de suministro.
D2 O4	Maximizar la eficiencia operativa mediante implementaciones graduales de tecnologías dependiendo de la capacidad financiera de la empresa.

*NOTA 14. Elaborado por Alexander Falcones*

**Estrategias realizadas**

D3 O3 Disponer de varios proveedores de tal manera lograr una estabilidad en mercadería para la venta.

D2 O4 Introducir mediante pase el tiempo tecnología según nuestra capacidad de inversión.

## **1.9. Legal jurídico fiscal.**

### **1.9.1. Antecedentes de la empresa y las partes constituyentes.**

El emprendimiento iniciará actividades como sociedad anónima (S.A.) donde, la ley de compañías del Ecuador, lo rige, en la que podemos verificar en el artículo 143 de la ley que establece disposiciones relacionadas con la constitución de la junta general de accionistas que la conformaran

Art. 143.- la compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones, las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de la sociedades o compañías mercantiles anónimas. (SERCOP, 2017)

Para el conformarla se presentarán cuatro socios accionista que integrarán con el siguiente porcentaje de aportación.

**Primer inversionista mayoritario:** Falcones Miranda Bryan Alexander.

- Un aporte de inversión del 25%

**Segundo Inversionista:** Delgado Quijije Marcelo Leonel

**Tercer Inversionista:** Delgado Ponce Roberto Daniel

- Un aporte de inversión del 15% cada uno.

**Cuarto inversionista:** Miranda Parrales Martha Isabel

- Un aporte de inversión del 6%

### **1.9.2. Aspectos legales (forma jurídica de la empresa, forma jurídica de trabajo con alianzas).**

En los aspectos legales se tendrá consideraciones, desde la elección adecuada de la estructura empresarial hasta la protección de propiedad, contratos comerciales, obligaciones fiscales y cumplimiento normativo. Estos elementos no solo proporcionan un marco legal sólido para la operación del negocio, sino que también contribuyen a la mitigación de riesgos y conflictos potenciales que podrían surgir en el camino.

#### **Inscripción de la compañía.**

La inscripción en la superintendencia de compañías se necesita:

Realizar el registro en la página oficial de la superintendencia de compañía seleccionando el tipo de empresa conformada y sociedad.

#### **Estructuración legal**

**Registrar un nombre:** este proceso implica llevar a cabo el registro en la Superintendencia de compañías, donde se debe verificar cuidadosamente que no exista ninguna otra empresa utilizando el nombre que seleccionara.

**Redactar los estatutos:** este documento, es esencial para la regulación de la sociedad, debe ser elaborado y validado mediante la firma de un abogado.

**Elevar a escritura pública:** Este procedimiento implica acudir a un notario público con la reserva del nombre.

**Aprobar el estatuto:** Presentar la escritura pública ante la Superintendencia de Compañías para su evaluación y aprobación mediante resolución.

**Publicar en un diario:** La Superintendencia de Compañías proporcionará 4 copias de la resolución y un resumen para su publicación en un periódico de circulación nacional.

**Obtener los permisos municipales:** En el municipio donde se establece la empresa, se debe realizar el pago de la Patente Municipal y solicitar el certificado de cumplimiento de obligaciones.

**Inscribir la compañía:** Todos los documentos mencionados anteriormente se presentarán en el registro mercantil del cantón donde se constituye la empresa para su inscripción en la sociedad.

**Realizar la junta general de accionistas:** Esta reunión inaugural tiene como propósito designar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.) según lo establecido en los estatutos.

**Obtener los documentos habilitantes:** Con la inscripción en el Registro Mercantil y en la Superintendencia de Compañías, se proporcionarán los documentos necesarios para abrir el Registro Único de Contribuyente (RUC) de la empresa.

**Inscribir el nombramiento del representante:** En el Registro Mercantil, se registra el nombramiento del administrador de la empresa designado en la junta de accionistas, adjuntando su aceptación por escrito.

**Obtener el RUC:** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI) mediante el llenado del formulario correspondiente, la presentación de la

escritura de constitución, nombramientos, copias de cédulas y papeletas de votación de los socios, y una carta de autorización del representante legal.

**Obtener la carta para el Banco:** Con el RUC, la Superintendencia de Compañías emite una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, permitiendo el acceso a los fondos depositados.

### **Permisos del cuerpo de bomberos para la instalación.**

Para poder presidir de forma legal el emprendimiento es necesario tener permisos legales por parte del cuerpo de bomberos de maná, por tal motivo los requisitos designados para lograr el objetivo son los siguientes:

- En caso de que otra persona desee realizar el trámite, será necesario contar con una autorización escrita, además de copias de la cédula tanto del autorizante como de la persona designada.
- Se debe llevar una copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) que indique la dirección exacta del negocio.
- Para personas jurídicas, se requiere tener en la carpeta de documentación una copia vigente del nombramiento del representante legal.
- Es necesario presentar una copia del sueldo otorgado por el Municipio de la ciudad.
- Se debe llevar una copia de una plantilla que incluya los servicios básicos como luz, agua e internet.
- En el caso de artesanos en Ecuador, se solicita una copia de la calificación artesanal.
- Además, se requerirá la presentación de la copia de la factura de compra del extintor.

### **Requisitos para integras la cámara de comercio de manta.**

La cámara de (comercio, 2024) nos da los requisitos necesarios para poder se afiliado de ella misma la cuales son:

- Llenar la solicitud establecida en la página oficial lo cual integra, en los datos de la empresa nombre o razón social, numero de RUC, la actividad comercial, el capital autorizado dirección.
- En los datos de representante legal, nombres y apellidos, cedula de ciudadanía, profesión, estado civil, dirección domiciliaria, correo electrónico y número de teléfono.
- Copia de cedula o pasaporte.
- Una foto tamaño carnet.
- Copia del registro único del contribuyente (RUC).

#### **1.9.3. Equipo directivo.**

Debemos tener en cuenta nos ayudara a crecer como empresa en donde la página web de Montaner “Su responsabilidad es asegurar que todos los miembros de la empresa cumplan con los objetivos establecidos. En resumen, su función profesional consiste en realizar acciones específicas para alcanzar las metas empresariales definidas.” (Montaner, 2018).

Es decir que el equipo directivo son las partes principales que lograran que el emprendimiento llegue a progresar de tal manera cumpliendo sus objetivos y progresando continuamente.

#### 1.9.4. Modalidad contractual (emprendedor y empleado)

Para poder prevenir cualquier inconveniente es importante mantener un contrato legal entre un empleador y un empleado que establezca los términos y condiciones de empleo “El documento que se establecerá es el contrato a plazo fijo, se destaca por poseer un período que abarca desde el inicio hasta la conclusión, limitado a un máximo de tres años, y es esencial que quede registrado por escrito.” (Ecuadorlegal, 2023)

### CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte ....., a través de su representante legal, ..... (**en caso de personas jurídicas**); en su calidad de **EMPLEADOR** y por otra parte el señor \_\_\_\_\_ portador de la cédula de ciudadanía # \_\_\_\_\_ su calidad de **TRABAJADOR**. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO FIJO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

#### **PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO:**

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de..... (Nota explicativa: Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, secretaria), revisados los antecedentes del(de la) señor(a)(ita)

....., éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, el EMPLEADOR y el TRABAJADOR (a) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

**SEGUNDA. - JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS. -**

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar ocho horas diarias por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal desde las..... hasta las....., en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por el EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita del EMPLEADOR.

(Nota: Especificar horario de acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo. Ejemplo: De lunes a viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

**TERCERA. - REMUNERACIÓN. -**

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de .....DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$ ..., 00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

#### **CUARTA. - DURACIÓN DEL CONTRATO:**

El presente contrato tendrá una duración de \_\_\_\_\_(Puede estipularse un plazo no inferior a un año ni superior a dos años). (Es facultativo estipular un periodo de prueba de hasta 90 días conforme lo establecido en el Art. 15 del Código de Trabajo).

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

#### **QUINTA. - LUGAR DE TRABAJO. -**

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en..... (Dirección), en la ciudad de .....(Quito), provincia de..... (Pichincha), para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

#### **SEXTA. - Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:**

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

#### **SEPTIMA. LEGISLACIÓN APLICABLE**

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

#### **OCTAVA. - JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA. -**

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

#### **NOVENA. - SUSCRIPCIÓN. -**

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de.....el día \_\_\_ del mes de \_\_\_ del año \_\_\_\_\_

**EL EMPLEADORA**  
(a)

**EL TRABAJADOR**

C.C.

#### **1.9.5. Permisos y licencias necesarios para el funcionamiento y venta de productos.**

- **Patente municipal.**

Según el municipio nos indica que para obtener una patente para el funcionamiento es primordial seguir que: “El procedimiento se orienta a todas las personas, ya sean individuos o entidades legales, tanto nacionales como extranjeras, públicas o privadas, que necesiten obtener la autorización para operar un establecimiento comercial, industrial, financiero o profesional en el cantón Manta.” (Gob.ec, 2023)

### **Requisitos de funcionamiento**

- Obtener el certificado de Uso de Suelo correspondiente para cada establecimiento.
- Realizar la Declaración del Impuesto a la Renta.
- Obtener y mantener vigente el Permiso de Funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Realizar la Declaración y efectuar el pago correspondiente de la patente municipal.
- Obtener la aprobación del aval ambiental requerido.
- Cumplir con el pago de la tasa de licencia de funcionamiento.
- No tener deudas pendientes con el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD).

### **Permisos ambientales.**

Los permisos para cada actividad incluido la autorización ambiental para la conducción de vehículos con materiales peligrosos como no peligrosas en el área geográfica del cantón Manta se la tienen que realizar en el municipio en donde nos indica que: “El proceso está diseñado para individuos y empresas privadas que realicen el transporte de sustancias peligrosas y no peligrosas utilizando vehículos debidamente autorizados, dentro de los límites geográficos del cantón.” (Municipio de manta, 2023)

Teniendo en cuenta que es un documento con bases legales según estipula su código legal en la edición especial N 920 con registro oficial 2, los requisitos para obtener dicho permiso son los siguiente:

- Documento de identidad.
- Inspección técnica del automóvil.
- Registro del vehículo.

- Imagen del automóvil.
- Abonar la cantidad correspondiente conforme a la normativa actual.

Para considerar la extracción de recursos se necesitan permisos para poder llevar de manera legal las extracciones, para tal caso se necesita utilizar el documento U.A.P. Formulario No. 003-MDMQ-UAP

- Original y dos réplicas de la solicitud estándar.
- Copia de la cédula de identidad y del certificado de votación.
- Certificación que indique que el dueño de la propiedad en la ribera asegura que las operaciones de extracción de material no afectarán sus construcciones, instalaciones y cultivos (si la extracción se realiza en ríos navegables).
- Reproducción autenticada del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.) y del nombramiento del representante legal, en el caso de entidades jurídicas.
- Permiso del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, en caso de tratarse de extranjeros.
- Presentar todos los documentos organizados en una carpeta de fibra, con separadores.

#### **1.9.6. Cobertura de responsabilidades (seguros).**

##### **Registro en el Instituto Ecuatoriano de Seguro social (IESS)**

El empleador debe inscribir al trabajador en el Seguro General Obligatorio desde el primer día de trabajo y notificar su ingreso al IESS en los primeros quince días, según el Art. 73 de la Ley de Seguridad Social. (IESS, 2023)

##### **1. Acceder al Portal del IESS:**

- Visitar el sitio web oficial del IESS ([www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec)).

- Buscar la sección destinada a empleadores o empleadoras.

## **2. Registro en el Sistema:**

- Dentro de la sección para empleadores, buscar la opción de registro o inscripción.
- Completar los datos requeridos para crear una cuenta de empleador. Esto puede incluir información sobre la empresa, datos fiscales, información del representante legal, etc.

## **3. Generar la Clave de Acceso:**

- Generar una clave de acceso para poder realizar trámites en línea. Sigue las instrucciones proporcionadas para este proceso.

## **4. Inscribir a los Empleados:**

- Después de registrarse como empleador, se debe de inscribir a los empleados en el sistema del IESS. Proporcionando la información necesaria sobre cada trabajador, como nombres, números de cédula, entre otros.

## **5. Obligaciones Mensuales:**

- Una vez registrados los empleados, es importante cumplir con las obligaciones mensuales, como la declaración y pago de aportes al IESS.

## **6. Actualización de la Información:**

- Mantener actualizada la información y realiza los trámites necesarios cuando haya cambios en la estructura de la empresa o en el personal.

## **7. Consulta de Normativa Vigente:**

- Asegurar de estar al tanto de la normativa y requisitos vigentes en el IESS. Esto puede cambiar, así que consulta las últimas actualizaciones.

### **1.9.7. Patentes marca y otros tipos de registros (protección legal).**

#### **Protección en Marcas registradas**

Constituyen una forma esencial de protección para los signos distintivos que singularizan productos o servicios, abarcando elementos como nombres, logotipos, lemas o combinaciones de los mismos. Este tipo de registro otorga a los titulares el derecho exclusivo de emplear la marca en relación con los productos o servicios claramente especificados en la solicitud de registro correspondiente.

Esta exclusividad no solo salvaguarda la identidad distintiva de la marca, sino que también confiere a los titulares la capacidad de gestionar y resguardar su reputación comercial, estableciendo un terreno legal sólido para la diferenciación y el reconocimiento en el mercado.

## **2. MERCADO.**

### **2.1. Investigación de mercado.**

Según Ángel Nogales nos hace referencia sobre el estudio de mercado en que nos indica “La investigación de mercados es útil porque aporta información que reduce la incertidumbre sobre el comportamiento y las reacciones en un entorno, combinando variables y elementos con la experiencia adquirida.” (Nogales, 2004)

### **2.1.1. Binomio producto-mercado.**

En el dinámico mundo de las ventas de materiales de construcción, el binomio producto adquiere un papel crucial al considerar las constantes actualizaciones de nuevos productos, la clave reside en anticiparse a las demandas del mercado de construcción, abrazando las últimas innovaciones tecnológicas que no solo mejoran la calidad de los materiales, sino que también optimizan los procesos constructivos. Este enfoque proactivo no solo genera satisfacción en gran parte del mercado, sino que también posiciona a la empresa como un referente en el sector. Sin embargo, la planificación va más allá de la innovación, ya que la ubicación geográfica en el cinturón de fuego suscita la necesidad de contemplar factores como la resistencia sísmica de los productos. Con un pensamiento enfocado en la seguridad y durabilidad, la empresa se convierte en un aliado confiable para proyectos en áreas propensas a sismos. Este binomio producto se ve potenciado aún más en áreas en desarrollo y remodelación, donde la versatilidad de los materiales y su capacidad para adaptarse a las crecientes necesidades de construcción juegan un papel fundamental en el éxito de los proyectos. En síntesis, el binomio producto se rige como el motor que impulsa el liderazgo empresarial, fusionando la anticipación de necesidades, la satisfacción del mercado y la responsabilidad en la seguridad estructural

### 2.1.2. Segmentación.

**Tabla. 9**

*Tabla de tipos de variables*

<b>Tipo de variable</b>	
Geográfica	<b>Zona:</b> Ecuador. <b>Tamaño de la zona:</b> Manta- Manabí.
Demográfica	<b>Edad:</b> Mayores de 18 años. <b>Sexo:</b> ambos. <b>Profesión:</b> profesionales como no profesional en el área constructiva.
Económica	<b>Nivel de ingresos:</b> indiferente
Comportamiento	<b>Momento de uso:</b> disponga de la necesidad. <b>Actitud hacia producto:</b> innovadora.

*Elaborado por: Alexander Falcones.*

### 2.1.3. Perfil de consumidor.

La investigación de segmentación se hará en Ecuador, concretamente en la provincia de Manabí, con un enfoque dirigido a los ciudadanos de Manta. Se orientará hacia personas mayores de 18 años, tanto profesionales como no profesionales, que tengan la necesidad de adquirir los productos.

La propuesta incluirá precios accesibles en el mercado, garantizando así la comodidad financiera de los consumidores, además se buscará un público con iniciativa para innovar y utilizar de manera eficiente los productos ofrecidos.

### 2.1.4. Tamaño actual y proyectado.

La siguiente población a las cual se le aplicara la técnica prevista es a la ciudad de manta en donde se tomará muestra del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEN 2010) lo cual nos indica:

**Tabla. 10**

*Población de Manta.*

<b>Género</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Hombres</b>	111 403	49,19%
<b>Mujeres</b>	115 074	50,81%
<b>Total</b>	<b>226 477</b>	<b>100%</b>

*Fuente: (INEN 2010)*

*NOTA 15. Elaborado por Bryan Falcones*

Como se evidencia, la población de la ciudad de Manta alcanza un total de 226,477 habitantes de ambos géneros, distribuidos en un 49.19% para los hombres, equivalentes a 111,403 personas, y un 50.81% para las mujeres, con un total de 115,074 individuos.

**Tabla. 11**

*Clasificación por edades*

<b>Clasificación por edad</b>	<b>Cantidad</b>
<b>18 a 30</b>	48 420
<b>30 a mas</b>	82 981
<b>Total</b>	<b>131 401</b>

*Fuente: INEN 2010*

*NOTA 16. Elaborado por Alexander Falcones*

Al examinar la tabla 3 sobre la población de Manta, se distingue la segmentación de los encuestados, dividiéndolos en dos grupos: aquellos de 18 a 30 años, con una cifra de 48,420 individuos, y los mayores de 30 años, con 82,981 personas. Estos grupos forman 131,401 individuos que constituyen nuestro público objetivo.

#### **2.1.4.1. Tamaño de muestra**

En el proyecto para poder localizar mejor la información se tomará una pequeña cantidad

de muestra en la ciudad de manta mediante las encuestas por la misma Pedro López (2004) nos da información sobre la muestra en la que nos indica que “Una muestra es una parte específica de la población o universo en el que se realizará la investigación hay métodos como fórmulas y lógica para determinar el tamaño de la muestra la muestra debe ser representativa de toda la población.” (pág. 69)

En resumen, el tamaño de muestra es una consideración crítica en la investigación y el análisis de datos es decir que afecta a la validez al momento de generar los resultados la elección de un tamaño de muestra es apropiada implicar una consideración cuidadosamente la representatividad, la precisión, el tamaño, la confianza y recursos disponibles.

**Tabla. 12**

*Cálculo de la muestra.*

---

**Fórmula para el cálculo de la muestra**

---

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

---

n = Cantidad de la muestra

Z = Percentil nivel de confianza en porcentaje de la muestra (95% = 0.95/2 = 0.4750 = 1.96)

p = Probabilidad de ocurrencia (0.5)

q = Probabilidad de no ocurrencia (1-0.5 = 0.5)

N = Tamaño de la población (226 477)

E = Error de muestreo (0.5)

---

*NOTA 17. Elaborado por Alexander Falcones*

Formulación del ejercicio para poder saber a cuantas encuestas se deben tener como referencia en la población seleccionada de 131 401 habitantes de la ciudad de manta.

$$n = \frac{1.96^2 (0.05)(0.5)(131\ 401)}{131\ 401(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 (0.25)(131\ 401)}{131\ 401(0.0025) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{(126,197.5204)(329.4629)}{}$$

$$n = 383$$

---

*Nota 18. Elaborado por Alexander Falcones*

Al examinar el cálculo de la fórmula utilizando la cantidad de personas seleccionadas de la tabla correspondiente, obtenemos un resultado específico que indica que se deben llevar a cabo 383 encuestas en la ciudad de Manta para poder realizar el análisis correspondiente.

Dichas encuestas nos ayudaran para tomar decisiones que se tomen en cuentas las siguientes consideraciones como la identificación del mercado objetivos, sus preferencias es decir su visión en la aceptación de un producto, o identificar áreas o servicios que se puedan mejorar entre otras variables. Al ser una herramienta fundamental para poder realizar informes y respaldar los procesos en las tomas de decisiones al crear un emprendimiento permitiendo comprender a los clientes potenciales y tomar decisiones fundamentales

### 2.1.4.2. Exposición y análisis de los resultados

#### 1. Indique su género.

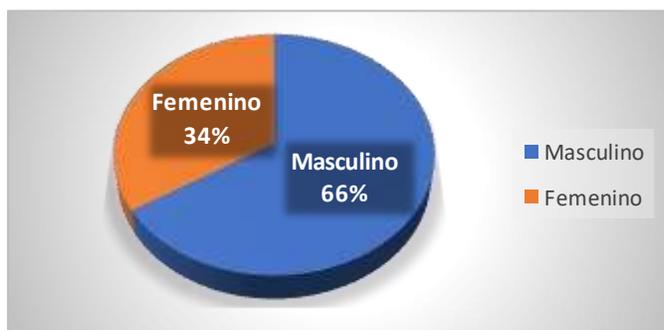
**Tabla. 13**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	253	66%
Femenino	129	34%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 19. Elaborado por Alexander Falcones*

**Figura. 3**



*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 20. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** Al observar los resultados de la encuesta se puede evidenciar un gran porcentaje de la población tanto masculina como femenina que se encarga de las compras de materiales de este tipo, despendiendo principalmente de sus trabajos o profesiones que desempeñen.

Como se evidencia en la tabla 13 de géneros que fueron objeto de las encuestas, se observa que el 66% de las respuestas corresponden al género masculino, con un total de 253 encuestas completadas, mientras que el género femenino representa el 34%, con un total de 129 encuestas respondidas. Esto señala que hay una predominancia de participantes masculinos en el ámbito de la adquisición de materiales.

2. ¿Cree usted poder distinguir la calidad de los productos que hay en el mercado para mejorar la consistencia de las construcciones?

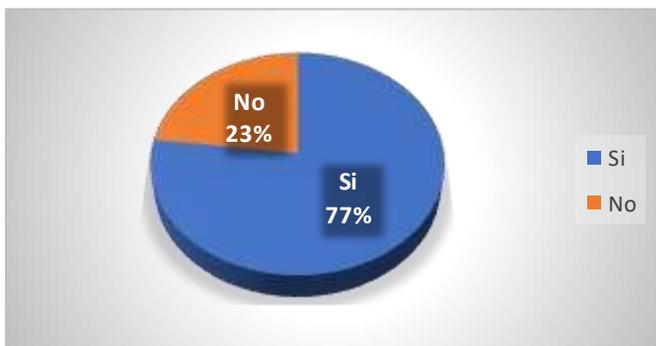
Tabla. 14

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	296	77%
No	87	23%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 21. Elaborado por Alexander Falcones*

Figura. 4



*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 22. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** El conocimiento fundamental en este campo abarca una amplia variedad de enfoques, que van desde técnicas empíricas hasta aquellas fundamentadas en teorías o cátedras, los encuestados proporcionaron respuestas basadas en su comprensión de los productos actualmente disponibles en el mercado, el 77% de ellos afirmó estar familiarizado con estos productos lo que equivale a 296 encuestados, mientras que el 23% indicó no tener conocimiento representado por 87 encuestados. Esto sugiere que hay un nivel considerable de conciencia sobre el mercado en cuestión.

3. Teniendo en cuenta al momento de comprar materiales de construcción. ¿Cuáles son los factores que observa a primera vista en el local?

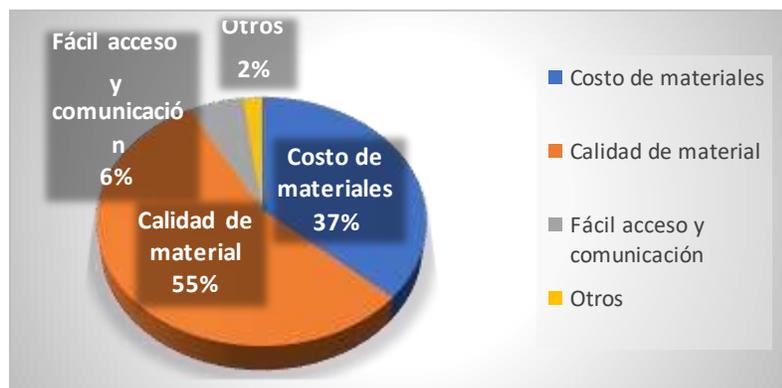
Tabla. 15

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Costo de materiales	141	37%
Calidad de material	213	56%
Fácil acceso y comunicación	22	6%
Otros	7	2%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 23. Elaborado por Alexander Falcones*

Figura. 5



*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 24. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** La percepción del cliente resulta fundamental y en este contexto nos centramos en diversas variables identificadas por el consumidor, destacando en mayor medida la calidad de los materiales, que obtuvo un significativo 56% según los resultados de 213 encuestas, asimismo el costo de los materiales fue evaluado con un porcentaje del 37% representando 141 encuestas, en un contexto más reducido, un 6% es decir 22 encuestas consideraron la facilidad de acceso a información y la comunicación por parte de la entidad, finalmente un 2% equivalente a 7 encuestas, se orientó hacia otras opiniones.

4. ¿Usted le gustaría que al momento de su compra le den asesoramientos de que materiales recomendados y como se utiliza para un mejor resultado en las construcciones?

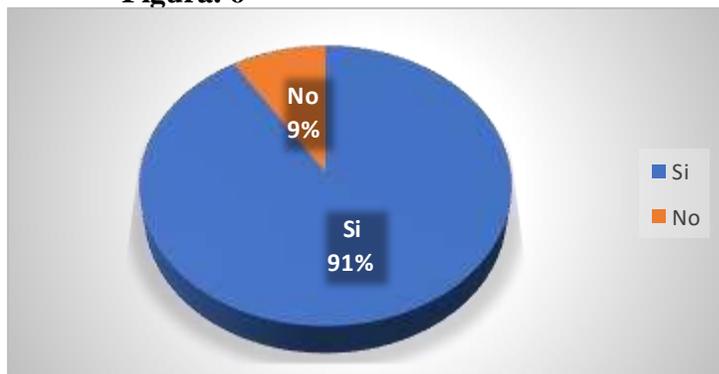
**Tabla. 16**

Variable	frecuencia	Porcentaje
Si	348	91%
No	35	9%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 25. Elaborado por Alexander Falcones*

**Figura. 6**



*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 26. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación** Recibir orientación por parte de la entidad genera una mayor satisfacción y eficacia al cliente, según la encuesta, el 91% de los participantes, es decir, 348 personas, manifestaron su intención de buscar asesoramiento, mientras que el restante 9% indicó que no lo necesitaría.

Aunque las tendencias siguen mejorando, surgen nuevos productos. Esta encuesta revela que, aunque los consumidores conocen los nombres de los materiales, lo más importante para su comodidad es recibir una buena atención y una alta calidad en el servicio al cliente.

5. Recordando el 16 de abril del 2016 usted ¿Cree que uno de los principales factores de que las construcciones se desplomaran fue?

Tabla. 17

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mal uso de materiales en la construcción	135	35%
Materiales de baja calidad en las diferentes edificaciones	117	31%
Materiales inadecuados en las edificaciones	131	34%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a la población de Manta.

*Nota 27.* Elaborado por Alexander Falcones

Figura. 7



*Fuente:* Encuesta a la población de Manta.

*Nota 28.* Elaborado por Alexander Falcones

**Explicación:** El evento del 16 de abril revela que todas las construcciones, ya sea que se hayan derrumbado o dañado, así como los edificios recientes, presentan un análisis centrado en el uso de materiales. Un 35%, equivalente a 135 encuestados, señala este aspecto como un factor relevante durante el suceso. Por otro lado, un 31%, es decir, 117 personas, expresan que la calidad deficiente de los materiales utilizados es la principal causa, mientras que un 34% atribuye los problemas a la elección de materiales inapropiados.

6. Teniendo en cuenta la gran variedad de productos para la construcción que se encuentra en el mercado. ¿Usted compraría productos que sean eco amigables?

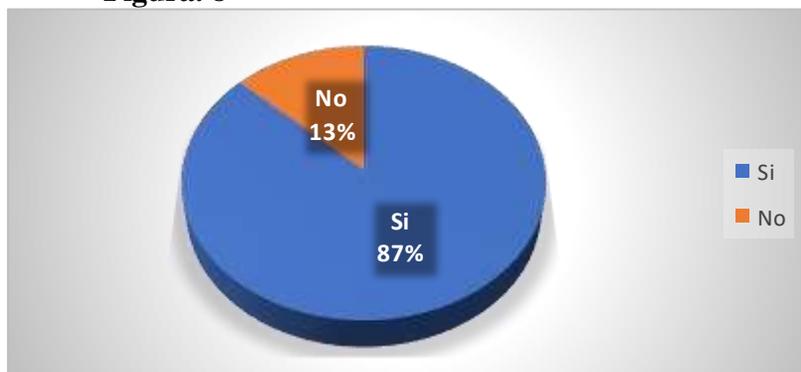
**Tabla. 18**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	334	87%
No	49	13%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 29. Elaborado por alexander Falcones*

**Figura. 8**



*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 30. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** En la era actual, todas las empresas buscan que sus productos sean respetuosos con el medio ambiente, en este sentido un 87% de los encuestados, es decir, 334 personas afirman que sí consideran estas características, mientras que el 13% restante indica que no.

Numerosos materiales pueden ser perjudiciales para el cuero humano. Por ello, la mayoría de las empresas se esfuerzan por mejorar sus productos para que sean ecoamigables, con el fin de demostrar un compromiso con la preservación del medio ambiente y tener en cuenta su impacto en el entorno.

7. Teniendo cuenta que para una mayor resistencia y cuidado de las varillas para las construcciones. ¿Qué tipo de arena usted compraría?

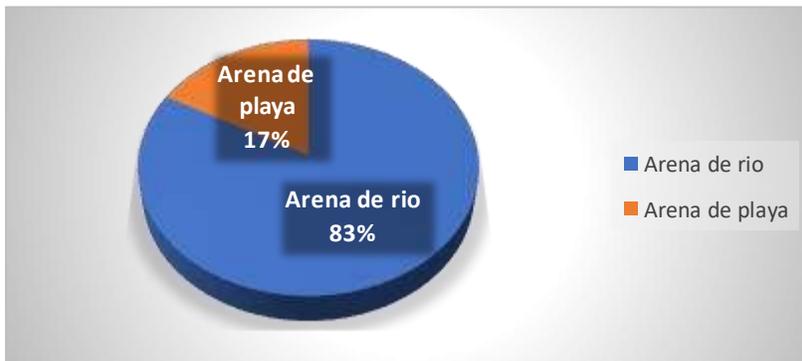
Tabla. 19

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Arena de rio	316	83%
Arena de playa	67	17%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 31. Elaborado por Alexander Falcones*

Figura. 9



*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 32. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** Los resultados de la encuesta indican que el 83%, equivalente a 316 encuestados, favorece la adquisición de arena de ríos por considerarla superior, mientras que el 17% restante sigue optando por la arena de playa.

Al analizar los datos recopilados en las encuestas, se puede concluir que la población considera que la arena de los ríos, al tener un bajo porcentaje de sal, contribuiría a la preservación de las infraestructuras echas de hierro, por lo que la mayoría prefiere esta opción, sin embargo, otro segmento de la población argumente que al encontrarse en una zona costera la arena de playa es la más común que se utiliza.

**8. Le gustaría que la empresa le ayudara con el transporte por las compras de materiales pesados o de gran volumen.**

**Tabla. 20**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	335	87%
No	48	13%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 33. Elaborado por Alexander Falcones*

**Figura. 10**



*Fuente: Encuesta a la población de Manta.*

*Nota 34. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** Al recibir el servicio de entrega a domicilio en grandes cantidades, se cumpliría la necesidad del cliente según el 87% es decir, 335 encuestados que afirmaron que sí, mientras que el 13% restante indicó que no es indispensable.

Es decir, el servicio de entrega a domicilio es indispensable para satisfacer las necesidades de los clientes. Ofrecerlo no solo sería beneficioso para la empresa, sino que también permitiría lograr una buena imagen como emprendimiento. A través de esta encuesta, podemos diseñar estrategias que incluyan la implementación de este servicio y la creación de políticas que lo respalden, asegurando así su eficacia y solidez.

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza con más frecuencia a la hora de informarse de un producto?

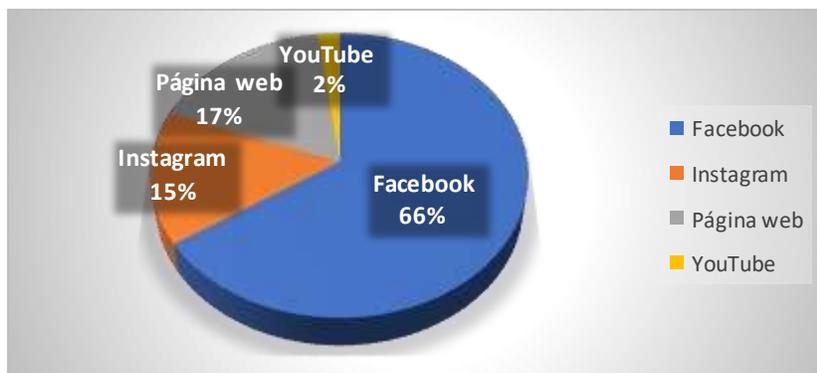
Tabla. 21

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	250	65%
Instagram	57	15%
Página web	67	17%
YouTube	9	2%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Encuesta a la población de Manta.

*Nota 35.* Elaborado por Alexander Falcones

Figura. 11



*Fuente:* Encuesta a la población de Manta.

*Nota 36.* Elaborado por Alexander Falcones

**Explicación:** En la actualidad, la difusión rápida y sencilla se logra a través de los medios tecnológicos según los encuestados Facebook lidera con un 65%, es decir, 250 participantes seguido por Instagram con el 15%, representado por 57 personas, las páginas web oficiales de las empresas cuentan con un 17%, totalizando 67 encuestados, mientras que YouTube tiene un 2%, con la participación de 9 individuos.

### 2.1.4.3. Análisis de

#### demanda Tabla. 22

*Resolución de análisis en demanda*

<b>Participación de mercado esperado por los inversionistas alcanzar</b>		<b>36%</b>
		Objetivo estratégico.
<b>Unidades de viviendas de manta</b>	650.13	13%
<b>Presupuestó de compra</b>	95	\$
<b>Semana</b>	6	X día
<b>Total</b>	\$370,574.10	
<b>Participación de mercado</b>	\$133,406.68	36%

*Nota 37. Elaborado por Alexander Falcones*

#### **Explicación.**

Teniendo en cuenta que se perciben aproximadamente 5000 unidades de infraestructuras y viviendas en manta, se busca alcanzar el 13% de esta cantidad, lo que equivale a 650.13 unidades. Las personas de la ciudad adquieren con un presupuesto de \$95 por los 6 días de la semana que es laboral, lo que suma un total de \$370,574.10 en ventas, con una participación de mercado del 36% este se traduce en \$133,406.68 en ingresos.

### 2.1.5. Tendencia de Mercado.

Actualmente, los materiales son cruciales en el avance y desarrollo continuo de las ciudades en el tiempo. Se puede prever un aumento significativo en su demanda, especialmente con la aparición de innovaciones tecnológicas en el sector. Estas innovaciones incluyen herramientas y procesos que no solo optimizan la eficiencia en la producción, sino que también contribuyen a la seguridad y el bienestar de los trabajadores.

Según (Linkedin, 2021) “Las tendencias de mercado son cambios persistentes en comportamientos o actitudes que impactan ampliamente en varias industrias. En esencia, son modificaciones en las preferencias o hábitos de ciertos grupos de personas.”

Al saber que todo está cambiante tanto la naturaleza influyente y persistente de la población es ese comportamiento, que hacen que las demandas de los productos tengan impactos significativos y generalizados en varias industrias, donde se observa las tendencia y preferencias que el consumidor indique que es de su gusto.

#### **2.1.6. Factores de riesgo.**

Para poder progresar con nuestro emprendimiento debemos tener previsto los factores de riesgo que pueden suceder entre ellas al observar tres factores de riesgo que podrían suceder en el transcurso de las operaciones comerciales, las cuales encontramos:

- **La competencia** al tener competidores ya establecido puede dificultar el crecimiento, pero se puede proveer ejecutando de manera efectivas las estrategias ya previstas.
- **La volatilidad de los precios** aquí es debido a factores como la oferta y la demanda, los precios junto con los cambios de las políticas pueden llegar a afectar los márgenes de beneficios y requerir a una gestión cuidadosa de los costos.
- **La gestión de los inventarios** es crucial en el emprendimiento se tiene que tener en cuenta que los excedentes pueden llegar a tener costos adicionales de almacenamiento, mientras que los niveles bajos en el inventario pueden llegar a las perdidas en las ventas obteniendo de esa manera clientes insatisfechos.

### 2.1.7. Ingresos en base al análisis de mercado.

**Tabla. 23**

*Ingresos por ventas, mediante la tabla de crecimiento*

TASA DE		4%	4%	4%	4%	
CRECIMIENTO						
INGRESOS POR	PRECI	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTA \$	O					
Ladrillo o bloques	\$ 0.16	\$ 41.57	\$ 43.24	\$ 44.97	\$ 46.76	\$ 48.63
Piedra	\$ 113.33	\$ 50,480.45	\$ 52,499.67	\$ 52,599.65	\$ 56,783.64	\$ 59,054.99
Arena	\$ 113.33	\$ 54,687.15	\$ 56,874.64	\$ 59,149.62	\$ 61,515.61	\$ 63,976.23
Varilla de hierro #10	\$ 9.38	\$ 4,874.48	\$ 5,069.46	\$ 5,272.23	\$ 5,483.12	\$ 5,702.45
Varillas de hierro # 12	\$ 13.50	\$ 9,521.04	\$ 9,901.88	\$ 10,297.96	\$ 10,709.88	\$ 11,138.27
Cemento	\$ 8.24	\$ 7,034.81	\$ 7,316.20	\$ 7,608.85	\$ 7,913.20	\$ 8,229.73
Alambre	\$ 25.33	\$ 6,581.58	\$ 6,844.85	\$ 7,118.64	\$ 7,403.38	\$ 7,699.52
clavos	\$ 1.00	\$ 185.60	\$ 193.02	\$ 200.74	\$ 208.77	\$ 217.12
<b>total</b>		<b>\$133,406.68</b>	<b>\$138,742.94</b>	<b>\$144,292.66</b>	<b>\$150,064.37</b>	<b>\$156,066.94</b>

*Nota 38. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** en la tabla 23 de ingresos por ventas de Mateconstruct se refleja los precios por unidades, al realizar el cálculo correspondiente se obtiene un valor inicial \$133,406.68 para el primer año. Para los años siguientes, se ha establecido un incremento anual del 4% sobre el valor del año anterior, este aumento asegura un crecimiento constante en los ingresos proyectados de la empresa.

## 2.2. Análisis de la competencia.

### 2.2.1. Descripción de la competencia. (Competidores Claves).

**Tabla. 24**

*Descripción de competidores*

<b>EMPRESA</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>PRODUCTOS</b>
<b>DISVECA</b>	Manta en la avenida 4 de noviembre 27JV+WVG.	Materiales variados para la construcción
<b>CONSTRUCTORA CIUDAD RODRIGO.</b>	Detrás de gasolinera PETROVELCA, Vía Manta - Jaramijó, 130204.	Materiales variados para la construcción
<b>DISENSA</b>	Ubicados en diferentes puntos en la ciudad de manta.	Materiales variados para la construcción
<b>CONSTRUCED</b>	Costa Azul 28PG+J3 Manta	Materiales variados para la construcción
<b>METALHIERRO</b>	avenida 113 y calle 116, Manta 130203	Materiales variados para la construcción

*Fuente: Google maps.*

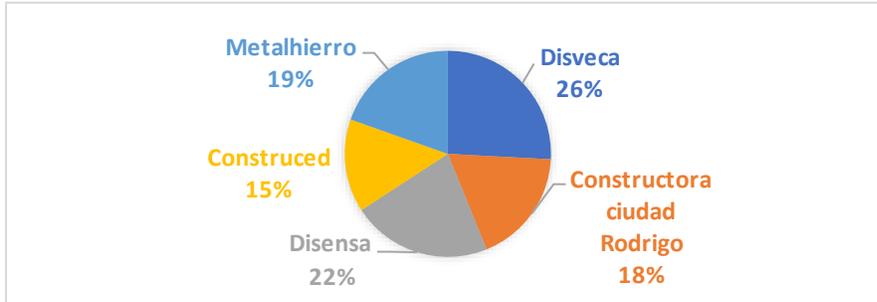
*Nota 39. Elaborado por Alexander Falcones*

En esta área tiene una competencia fuerte, puesto que tiene una gran integración en el mercado por medidas de tiempo y reconocimiento uno de los grandes ejemplos que se puede mencionar es Disveca, Disensa, Metalhierro, Ciudad Rodrigo, Construced ellos ofertan estos tipos de materiales en grandes proporciones.

### 2.2.2. Comparación con la competencia.

Figura. 12

Porcentaje de participación de los competidores



Nota 40. Elaborado por Alexander Falcones

Tabla. 25

Tabla de comparación de las competencias

Grupos	subgrupos	DISVECA	CONSTRUCTORA CIUDAD RODRIGO.	DISENSA	METALHIERRO	CONSTRUCED
Producto /servicio	Calidad	✓	✓	✓	✓	✓
	Garantía	✓	✓	✓	✓	X
	Diseños	✓	✓		✓	✓
Precios	Listados	✓	✓	✓	✓	✓
	Descuentos	X	X	✓	✓	X
promociones	En ventas	✓	✓	✓	✓	✓
	Publicidad	✓	✓	✓	✓	X
	Márketing directo	X	X	✓	✓	X
Distribución	Canales de Transporte	✓	✓	✓	✓	✓
Medios	Redes	X	✓	✓	✓	X
	Internet	X	✓	X	✓	X

Nota 41. Elaborado por Alexander Falcones

### 2.2.3. Ventaja competitiva.

Según (cedeño, 2019) “El diamante de Porter es un modelo desarrollado por el economista Michael Porter, es un modelo que analiza por qué una nación tiene ventajas competitivas frente a la competencia global.”

Este modelo incluye cuatro elementos: condiciones de los factores, condiciones de la demanda, industrias relacionadas y de apoyo, y estructura y rivalidad”

**Figura. 13**

*Diamante de Porter en MateConstruct S.A.*



*Nota 42. Elaborado por Alexander Falcones*

#### Análisis por área

- 1) **Condiciones de los factores. (Infraestructura de logística eficiente)** Implementa una red de distribución ágil y altamente eficiente con el fin de garantizar una entrega puntual de

los materiales de construcción a los clientes, optimizando así el proceso logístico y asegurando la satisfacción del cliente mediante un servicio confiable y oportuno.

- 2) **Estructura, estrategia y rivalidad. (Innovación continua)** Permanecer actualizado sobre las nuevas tendencias que surgen en el sector de la construcción y procurar de manera continua innovar los productos, servicios y procedimientos con el fin de destacarte frente a la competencia, asegurando así una posición distintiva.
- 3) **Condiciones de la demanda. (Segmentación de mercado)** Reconoce los nichos de mercado más lucrativos y personalizar tanto la oferta como estrategia de mercadeo para atender de manera precisa las demandas particulares de cada segmento, maximizando así el potencial de rentabilidad y fortaleciendo la posición competitiva del mercado.
- 4) **Industrias de soporte relacionadas (Alianzas estratégicas)** Desarrollar colaboraciones estratégicas con contratistas, arquitectos, promotores inmobiliarios y otros profesionales del sector de la construcción con el objetivo de expandir la base de clientes y mejorar la presencia en el mercado, aprovechando así nuevas oportunidades de crecimiento y consolidando la posición como referente en la industria.

#### **2.2.4. Barreras de entradas.**

Las barreras de entrada son obstáculos que impiden que logren entrar una empresa aun mercado, las cuales aquellas barreras pueden se naturales, tecnológicas, legales o estratégicas. Según Vela (Meléndez, 2017) “Este concepto se refiere a una eficaz evaluación de dos aspectos claves en el sector: nivel de competencia y rentabilidad”

### **2.2.5. Análisis 5 fuerza de Porter.**

Según (Porter, 2014) nos indica que “La estructura de un sector se define por su competitividad y rentabilidad, sin verse afectada por el tipo de productos o servicios, su fase de desarrollo, nivel tecnológico o regulación aplicable.”

#### **2.2.5.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.**

Dado el contexto actual, la entrada de nuevas empresas competidoras en el mercado de ventas de materiales de construcción es considerablemente elevada debido a la creciente demanda para el desarrollo de infraestructuras. Esta necesidad impulsa a los ciudadanos a emprender proyectos de construcción, reparación y renovación, lo que genera una alta demanda de materiales en el mercado.

#### **2.2.5.2. Rivalidad entre competidores existentes.**

Considerando la variedad de empresas ya establecidas en el sector de ventas de materiales de construcción, la calificación promedio es simplemente aceptable debido a la competencia presente en el mercado. Sin embargo, para destacarse, es imperativo que estas empresas perfeccionen constantemente sus estrategias de ventas con el fin de marcar la diferencia y sobresalir en un entorno altamente competitivo.

#### **2.2.5.3. Desarrollo de productos y servicios sustitutos.**

La puntuación en cuanto al desarrollo de productos se sitúa en un nivel bajo, dado que la mayoría de los productos disponibles en el mercado presentan estándares y procesos de fabricación bien establecidos. La diferencia principal radica en la calidad del servicio, donde la calificación es promedio. Cada empresa debe buscar innovar en la experiencia de atención al cliente y en sus estrategias de ventas para destacar en este aspecto.

#### **2.2.5.4. Poder de negociación del proveedor.**

Dada la abundancia de empresas distribuidoras en el mercado de materiales de construcción, las posibilidades de negociación para establecer contratos de compra son diversas y amplias. Esto permite explorar múltiples enfoques para asegurar un suministro constante de productos para la venta.

#### **2.2.5.5. Poder de negociación del cliente.**

En este punto, se contemplan estrategias para captar la atención de los clientes. Entre ellas, se considera ofrecer productos con descuentos significativos o incluso de forma gratuita productos al adquirir ciertas cantidades. Además, se planea organizar sorteos periódicos en los que los clientes puedan ganar premios al realizar compras. Estas acciones buscan atraer la atención del público objetivo. Se prevé enfocarse en brindar un servicio excepcional a los clientes para convencerlos y satisfacer sus necesidades de manera efectiva.

### **2.3. Precio.**

#### **2.3.1. Variable para la fijación de precio**

Tomando en cuenta la investigación realizada, el precio que se fijará considerando varias variables claves que incluye los costos, precios de competencia demanda de mercado y percepción de los clientes, estas variables ayudan a fomentar competitividad y rentabilidad de las cuales se observaran a continuación la tabla 26 variable de fijación de precios:

**Tabla. 26**

*Variable de fijación de precio*

<b>Variable</b>	<b>Descripción</b>
<b>Costo de la mercadería</b>	En este punto se debe tener en cuenta los costos variables que se registran de la misma manera que los costos fijos realizando seguimiento en la gestión financiera sabiendo que los costos variables fluctúan y tener un constante análisis ayudara a tomar decisiones.
<b>Precio de competidores</b>	Analizar los precios de nuestro competidores nos ayudara a determinar las acciones necesarias para competir exitosamente, esto nos permitirá desarrollar estrategias de ventas efectivas que nos posicionen mejor en el mercado.
<b>Valor percibido por los clientes</b>	Sabemos que los clientes consideran tanto la calidad como el precio al realizar sus compras, buscando productos que ofrezcan una buena relación calidad precio o promociones que le resulten beneficiosas.
<b>Sensibilidad de la demanda</b>	Realizar estudios periódicos es fundamental para analizar cualesquiera variables y saber la perspectiva de los clientes respecto a los productos ofrecidos.
<b>Estrategia de posicionamiento</b>	Este apartado se refiere a las promociones que realiza cada organización, las cuales dependiendo de las estrategias implementadas se puede lograr un alcance y posicionamientos favorable.
<b>Estrategia de marketing y objetivos</b>	Una excelente estrategia de marketing que considera la competitividad entre los costos y clientes, con objetivos dirigidos a aumentar la participación.

*Nota 43. Elaborado por Alexander Falcones*

### 2.3.2. Determinación de precio

**Tabla. 27**

*Determinación de precios de productos*

PRODUCTO	MATERIA	UNIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO X MEDIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
					PRECIO	PRECIO	PRECIO	PRECIO	PRECIO
						1.54%	1.54%	1.54%	1.54%
<b>Ladrillo o bloques</b>	MATERIAL	1	UNIDAD	\$ 0.12	\$ 0.16	\$ 0.16	\$ 0.16	\$ 0.17	\$ 0.17
<b>Piedra</b>	MATERIAL	1	METROS CUADRADOS	\$ 10.62	\$ 113.33	\$ 115.08	\$ 116.85	\$ 118.65	\$ 120.47
<b>Arena</b>	MATERIAL	1	METROS CUADRADOS	\$ 10.62	\$ 113.33	\$ 115.08	\$ 116.85	\$ 118.65	\$ 120.47
<b>Varilla de hierro #10</b>	MATERIAL	1	UNIDAD	\$ 7.50	\$ 9.38	\$ 9.52	\$ 9.67	\$ 9.82	\$ 9.97
<b>Varillas de hierro # 12</b>	MATERIAL	1	UNIDAD	\$ 10.80	\$ 13.50	\$ 13.71	\$ 13.92	\$ 14.13	\$ 14.35
<b>Cemento</b>	MATERIAL	1	UNIDAD	\$ 7.00	\$ 8.24	\$ 8.37	\$ 8.50	\$ 8.63	\$ 8.76
<b>Alambre</b>	MATERIAL	1	UNIDAD	\$ 19.00	\$ 25.33	\$ 25.72	\$ 26.12	\$ 26.52	\$ 26.93
<b>Clavos</b>	MATERIAL	1	LIBRAS	\$ 0.70	\$ 1.00	\$ 1.02	\$ 1.03	\$ 1.05	\$ 1.06

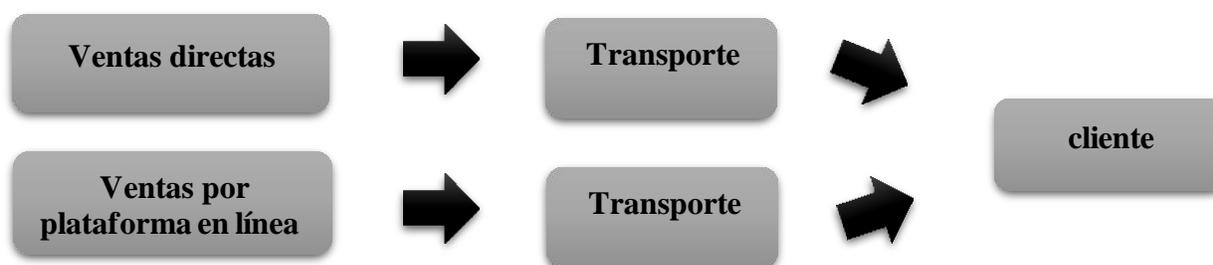
*Nota 44. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** En la tabla 27 que aborda la determinación de precios, se detallan los productos más consumidos mostrando las cantidades en unidades y sus costos de adquisición. de la misma manera reflejan los precios del año 1 con un incremento proyectado del 1.54% para los siguientes periodos.

## 2.4. Distribución y localización

Para garantizar una estrategia de venta optima, es crucial diversificar los canales de distribución manteniendo así relaciones solidad con los clientes entre ellas podemos implicar las ventas directas, plataformas en línea. Además, sostener una comunicación constante y efectiva con los clientes otorgando ofertas que mejora la satisfacción y fortalece la fidelidad y el crecimiento sostenible.

**Figura. 14**

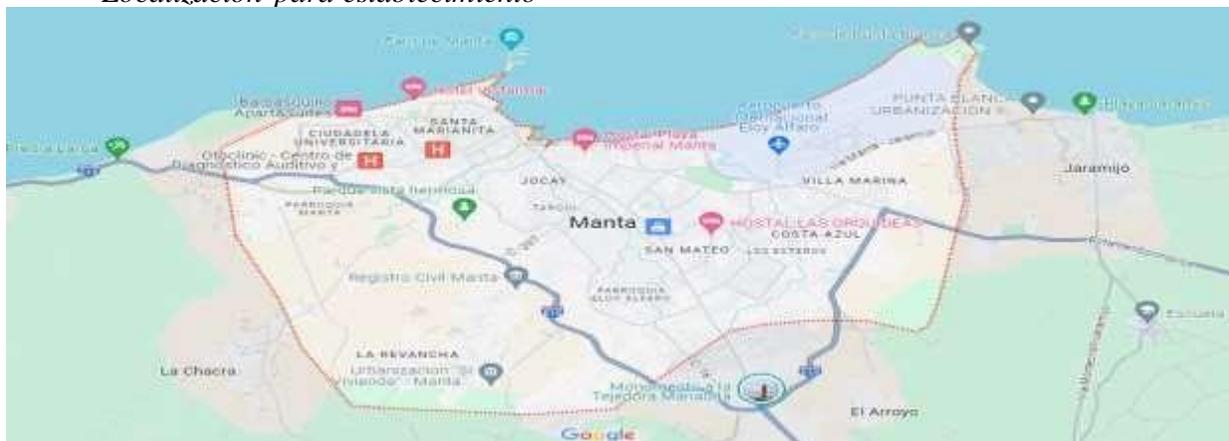


*Nota 45. Elaborado por Alexander Falcones*

El negocio estará situado estratégicamente en una zona de fácil acceso para transporte y cercana a vías principales al no contar con un área específico se pone en su localización a la población destinada que es manta.

**Imagen. 5**

*Localización para establecimiento*



*Nota 46. Obtenido de Google maps*

## 2.5. Estrategia de promoción.

### 2.5.1. Clientes claves.

En el proyecto de emprendimiento dedicado a la venta de materiales en construcción, los clientes claves representaran una fuente significativa de ingresos y lograr un potencial crecimiento. Estos pueden incluir a varios socios potenciales, entre ellos maestros contratistas, arquitectos, e ingenieros entendiendo sus necesidades específicas de esa manera agregando valor como empresa.

### 2.5.2. Estrategia de captación al cliente.

Para lograr resultados se implementarán estrategias reconocidas y efectivas entre ellas la publicidad directa y mediante internet que en global todo lo que provenga de la misma.

**Tabla. 28**

<b>Publicidad directa</b>	<b>Estrategia</b>
<b>Precio</b>	Ofreciendo ofertas por inicio de temporadas a productos seleccionados.
<b>Promoción</b>	Realizar eventos en entregar folletos para Márketing de pre inicio e inicio de las instalaciones del emprendimiento.
<b>Publicidad mediante internet</b>	<b>Estrategia</b>
<b>Precio</b>	Agregar ofertas especiales por cada mes o para fechas festivas en internet.
<b>Distribución</b>	Agregar una plataforma sencilla y fácil de compra.
<b>Promoción</b>	Utilizar medios visuales modernos como influencers reconocido, creadores de contenidos y por medios digitales más visibles.

*Nota 47. Elaborado por Alexander Falcones*

### **3. OPERACIONES.**

En este proyecto es de suma importancia el análisis nos permite evaluar situaciones dentro de la empresa de esa manera llegar a estrategias que nos permiten sobrellevarlas llegando a resultado óptimos.

Según un comentario en LinkedIn (SAMPIMSA, 2023) “La administración de operaciones supervisa y controla actividades empresariales para asegurar eficiencia en la producción, optimización de los recursos y cumplimiento de metas comerciales establecidas”

Por tal razón se puede mencionar que en este siglo las tecnologías son unos de los factores predominante, en la actualidad con ellos se realizan comunicados de cualquier objeto o situación que ocurra, llegando ser indispensable para la vida cotidiana, como resultado se pueden utilizar las siguientes herramientas TIC que ayudarían a transmitir información tanto de los productos como ofertas que pueden surgir, de esa manera mantener a la audiencia informada.

Entre esas aplicaciones encontraremos Facebook, YouTube, Instagram, Tiktok y WhatsApp del mismo modo tener una página web que mantenga información del emprendimiento para que cualquier persona tenga a disponibilidad información de esta.

Los recursos físicos mencionados cuentan con los materiales tangibles que ayudaron al emprendimiento florecer y logran las metas dispuestas, entre ellas podemos mencionar el espacio donde se establecerá y el lugar de almacenaje de los materiales de mayor volumen, igual que el equipamiento que ayudan a sus almacenamientos junto al control de registro.

### 3.1. Producto

#### 3.1.1. Descripción del producto

Se toman las consideraciones que existen una gran línea de productos destinados a la elaboración de edificaciones por esa razón se hará referencia de algunos a continuación.

- **Cemento:** concentración de caliza y arcillas utilizado como mezcla para formar el concreto existentes en diferente concentrado de varias marcas las cuales se utilizarán Holcim, Manabí, selva alegre de 50, 30 y 25 kg.
- **Varillas de acero:** se las encuentra en diferentes medidas para cada finalidad de edificaciones entre ellas encontramos según números de tamaño, varillas de 3, 5, 6, 8, 10, 12
- **Arena:** la arena se puede agregar de los dos tipos tanto arena de mar o como de río en las cuales se diferencia con el contenido de salinidad que en ellas se encuentra.
- **Piedra ripio:** Material de alta resistencia y durabilidad a la erosión conformada de rocas fragmentadas de varios tamaños por lo general de medida de 1 cm a 10 cm de grosor
- **Ladrillos o bloques:** piezas prefabricadas con elementos hormigón de las cuales se puede observar diferentes características tamaños, tipos, dimensiones, ranuras entre otros, con medidas en bloques de 15 cm (15 x 20 x 40) y 7 cm (7 x 20 x 40) en ladrillos de maleta de (26 x 13 x 7) y burrito (24 x 12 x 8)
- **Alambres** Material metálico caracterizado por ser largo y flexible hecho principalmente de diversos metales acero cobre aluminio entre otros.
- **Clavos** material duradero hecho de acero de diferentes medidas y pesos.

### 3.1.2. Diseño del producto

#### Imagen. 6



**Nombre del emprendimiento:** MateConstruct

**Eslogan:** confianza que construye sueño

*Nota 48. Elaborado por Alexander Falcones*

Se puede decir que el nombre MateConstruct está orientado a un escenario en los servicios a personas que requieran construir sus casas o edificaciones cumpliendo con los requerimientos que el cliente desee manteniendo la fiabilidad y confianza. Ellas están divididas en dos partes Mate en la cual enfoca a la palabra materiales y construct a construcción.

El eslogan "confianza que construye sueños" transmite una poderosa combinación de seguridad y aspiraciones, al centrarse en la palabra confianza ella resalta la importancia de la fiabilidad y la transparencia, sugiriendo que la empresa es un socio en el que los clientes pueden depender con certeza es esa confianza que se convierte en la base sólida sobre la cual se pueden edificar los sueños y aspiraciones sean personales o profesionales dando un mensaje que no solo promete seguridad y apoyo, sino que también compromiso con el crecimiento y éxito de los clientes.

En resumen "confianza que construye sueños" es una afirmación que encapsula una visión optima y proactiva, orientada en la fiabilidad y aspiraciones, no solo comunica valores fundamentales, sino que también inspira y motiva a sus clientes alcanzar sus metas con respaldo seguro.

### 3.1.3. Aspectos diferentes

El emprendimiento engloba seguridad, que lo denota en su eslogan confianza que construye sueño debemos que tener en cuenta que ser empresa con lleva muchos desafíos por tal motivo debemos de tener en cuenta los siguientes aspectos que nos ayudaría:

**Servicio al cliente:** ofrecer políticas de devoluciones o reembolsos que sean claras, justa y flexibles para aumentar confianza al cliente de esa manera poder contralar el stock de los materiales por cualquier inconveniente que disponga.

**Innovación y tecnología:** El emprendimiento podría implementar tecnología con realidad aumentada para visualizar como quedarán los materiales en obra para que el cliente tenga una manera de tener ideas de cómo podría quedar materiales que se podrían agregar a la cartera de materiales.

**Logística eficiente:** envíos rápidos con rastreo en tiempo real de los pedidos y entregas para optimizar una entrega eficiente que pueda lograr que el cliente quede complacido.

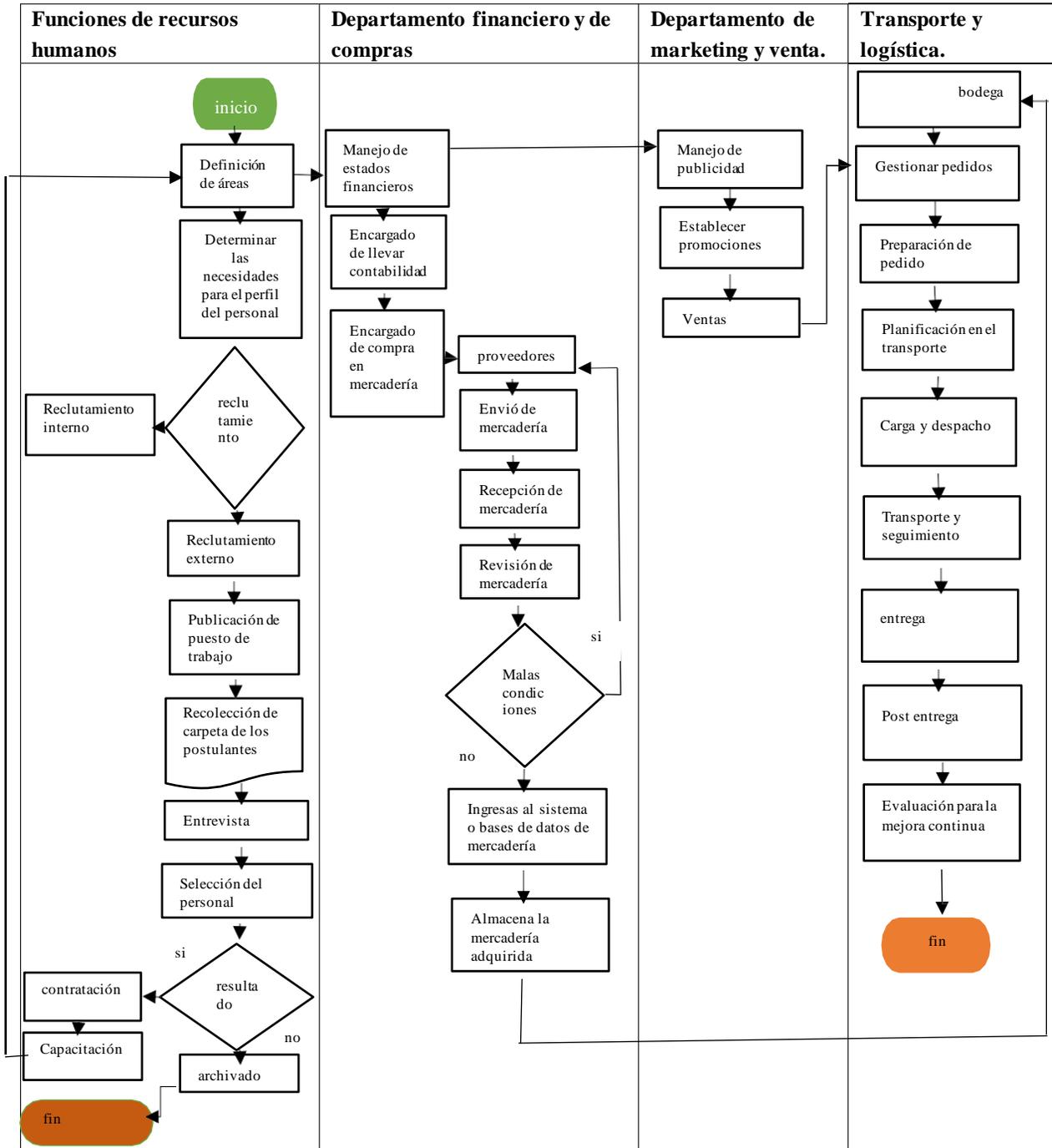
**Responsabilidad social empresarial (RSE):** proyectos de participaciones comunitarias que podrían ayudar viviendas cercanas. Igualmente, realizar contrataciones a adultos de medianas edad que varias organizaciones o empresas no le pueden ofrecer un puesto laboral.

### 3.2. Proceso productivo

#### 3.2.1. Proceso de elaboración

Imagen. 7

Flujograma de procesos



Nota 49. Elaborado por Alexander Falcones

### 3.2.2. Capacidad instalada o tamaño

**Tabla. 29**

*Capacidad instalada*

<b>TEORICA</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Productos por día (2 Personas)</b>	17	17	17	17	17
<b>6 días de trabajo a las semanas</b>	6	6	6	6	6
<b>Semanas al año (menos 15 días festivos)</b>	49	49	49	49	49
	<b>4998</b>	<b>4998</b>	<b>4998</b>	<b>4998</b>	<b>4998</b>
<b>Nominal (%TEORICA)</b>					
<b>90%</b>	<b>4498.2</b>	<b>4498.2</b>	<b>4498.2</b>	<b>4498.2</b>	<b>4498.2</b>
<b>Real (relación entre la demanda proyectada y la capacidad real)</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	74%	77%	80%	83%	87%

*Nota 50. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** Podemos observar en la tabla 29 que la capacidad instalada en el primer año resulto en 4,498.2 unidades vendidas anualmente, sabemos que si la capacidad real es inferior al 70% no estamos aprovechando eficientemente los recursos por lo que se observa el año uno y dos es superior, sin embargo, alcanzamos un 80% en el tercer año lo que indica una utilización eficiente de nuestros recursos y de esa manera ocurre con los años que siguen.

### 3.2.3. Tecnología necesaria para la producción

Para poder tener un mejor control de los ingresos y gastos es de gran utilidad utilizar programas informáticos que faciliten muchos procesos tanto de almacenamientos como los codificados de esa manera contar con el equipo necesario de esa manera comenzar utilizando programas informáticos que integren a los procesos entre se puede tomar entre ellos:

- **Programa SAP/HANA:** Que es una plataforma de memoria a tiempo real que en ellas se puede realizar varias actividades en conjunta en una sola base que incluye recursos humanos, planificación y logística.
- **Computadoras.** Que son esenciales para realizar las diferentes actividades del día entre registros de ventas y compras de mercaderías entre otras actividades que son requeridas.

### 3.2.4. Cronograma de producción

**Tabla. 30**

*Cronograma de producción o venta.*

<b>Año 1</b>	<b>X</b>	<b>enero</b>	<b>febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>abril</b>	<b>mayo</b>	<b>junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>septiembre</b>	<b>octubre</b>	<b>noviembre</b>	<b>diciembre</b>
<b>Unidades vendidas anual</b>	<b>3707</b>	309	309	309	309	309	309	309	309	309	309	309	309
<b>Año 2</b>	<b>X</b>	<b>enero</b>	<b>febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>abril</b>	<b>mayo</b>	<b>junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>septiembre</b>	<b>octubre</b>	<b>noviembre</b>	<b>diciembre</b>
<b>Unidades vendidas anual</b>	<b>3857</b>	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321	321
<b>Año 3</b>	<b>X</b>	<b>enero</b>	<b>febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>abril</b>	<b>mayo</b>	<b>junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>septiembre</b>	<b>octubre</b>	<b>noviembre</b>	<b>diciembre</b>
<b>Unidades vendidas anual</b>	<b>4011</b>	334	334	334	334	334	334	334	334	334	334	334	334

Año 4	X	enero	febrero	Marzo	abril	mayo	junio	Julio	Agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
		meses)											
<b>Unidades vendidas anual</b>	<b>4172</b>	348	348	348	348	348	348	348	348	348	348	348	348

Año 5	X	enero	febrero	Marzo	abril	mayo	junio	Julio	Agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
		meses)											
<b>Unidades vendidas anual</b>	<b>4338</b>	362	362	362	362	362	362	362	362	362	362	362	362

*Nota 51. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** En la tabla 26, podemos verificar las cantidades de ventas anuales: 3,707 en el primer año (309 mensuales), 3,857 en el segundo año (321 mensuales), 4,011 en el tercer año (334 mensuales), 4,172 en el cuarto año (348 mensuales) y 4,338 en el quinto año (362 mensuales). Estos datos reflejan un crecimiento anual continuo, con expectativas de vender una mayor cantidad cada año lo que indica que tener una mejor planificación para solventar el crecimiento de demanda esperadas.

### 3.2.5. Control de calidad

Se implementará un sistema para registrar la información de clientes confiables de la empresa, con el objetivo de mejorar su experiencia de compra. Para una observación más efectiva, se establecerán diversas muestras, incluyendo folletos que detallarán las especificaciones y el uso destinado de cada producto. Además, se introducirán innovaciones en los sistemas de control de inventarios y se llevara a cabo actividades relacionadas con el control y satisfacción tanto de los empleados como los clientes.

### 3.3. Equipos e infraestructura necesaria

Para poder operar en el establecimiento se necesita tener en cuentas los equipos en infraestructura en la cual nos vamos a regir por tal motivo se tiene que tener en constancias adecuaciones que se debería realizar:

- **Terrenos y bienes naturales:** el negocio contara con el alquiler de locales en donde se pagaría \$5.400,00 dólares al año.
- **Construcciones:** se alquilará locales para la comercialización de materiales por ende se tendrá que buscar sitios adecuados y realizar todas las adecuaciones para poder tener un espacio óptimo para la venta.
- **Mobiliario:** para poder procesar de manera eficiente los procesos que se llevara a cabo en el emprendimiento contarás con computadoras que tendrán codificados los productos según sus tipos valor y característica de la misma forma se mantendrás repisas o estanterías que muestres producto que inflijan interés a los clientes.
- **Elementos de transporte:** se contará con personal que brinde servicios de transporte entre ellas volquetas que trabajen por hora en el transporte de varios bienes en grandes medidas y camionetas que den el mismo servicio de transporte al cliente.

- **Otros elementos materiales:** varios artículos que nos ayudara a poder preservar una imagen empresarial entre ellas materiales para la limpieza y suministro de oficina.

**Tabla. 31**

*Equipos e infraestructura necesaria.*

Asunto	Descripción	Unidad de medidas	cantidad	valor unitario	total
<b>Activos intangibles</b>	Gastos de adecuación	metro cuadrado	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
<b>Maquinaria de trabajo</b>	Montacargas 3.5 Toneladas Diesel Motor Xinchai Muth	unidad	1	\$ 16,850.00	\$ 16,850.00
<b>Equipos de computación</b>	3 computadora AIO HP 22-DD2027LA Celeron	unidad	3	\$ 389.00	\$ 1,167.00
	EPSON - Impresora multifunción L3250   NEGRO	unidad	1	\$ 224.99	\$ 224.99
	Router TP-Link ER605 V2 Wired Gigabit VPN	unidad	1	\$ 59.99	\$ 59.99
	Acondicionador de aire, Americanstar	unidad	1	\$ 215.00	\$ 215.00
<b>Equipos de oficinas</b>	Dispensador de agua gris Genuine	unidad	1	\$ 60.00	\$ 60.00
<b>Muebles y enceres</b>	Escritorio de oficina	unidad	2	\$ 117.60	\$ 235.20
	Silla de oficina	unidad	2	\$ 39.99	\$ 79.98
	Counter de recepción	unidad	1	\$ 230.00	\$ 230.00
	Mueble de sala de espera	unidad	1	\$ 70.00	\$ 70.00
	Sillas	unidad	1	\$ 40.00	\$ 40.00
	Estantería para insumos	unidad	2	\$ 350.00	\$ 700.00
	Perchero estándar rodante	unidad	2	\$ 55.00	\$ 110.00
<b>TOTAL</b>				\$ 22,701.57	\$ 24,042.16

*Nota 52. Elaborado por Alexander Falcones*

### 3.4. requerimiento de mano de obra

El emprendimiento constara divididos en dos áreas la parte administrativa y la de producción entre ambas áreas constara con un total de 8 colaboradores que integraran como parte del personal que se mostrara a continuación:

**Tabla. 32**

*Requerimiento mano de obra*

Área	Cargo	Cantidad de colaboradores	Sueldo mensual
<b>Personal administrativo</b>	Gerente	1	\$500
	Asesores comerciales	1	\$450
	Jefe de compras	1	\$450
	Contador	1	\$450
	Cajera	1	\$450
<b>Personal de producción</b>	Jefe de bodega	1	\$450
	Ayudante de bodega	1	\$450
	Conductor	1	\$450
<b>Total</b>		8	\$3650

**Nota 53.** *Elaborado por Alexander Falcones*

Se tiene en constancia que cada colaborador constara con un sueldo y todos los beneficios que se le otorgara el décimo tercero y cuarto sueldo, fondos de reservas, IESS patronal y vacaciones de los cuales se demostrara un rol de pago en la siguiente tabla:

**Tabla. 33**
*Rol de pago del primer año*

<b>Personales administrativos</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Sueldos mensuales</b>	<b>Sueldo mensual por cantidad de empleados</b>	<b>Decim o 3RO</b>	<b>Decimo 4TO</b>	<b>Fondo s de reserv a</b>	<b>IESS patron al</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Egresos total sueldo mensual año 1</b>	<b>Egresos total sueldo mensual año 2 - 5</b>	<b>Año 1</b>
<b>Gerente</b>	1	\$500.00	\$ 500.00	\$41.67	\$38.33	\$41.65	\$ 55.75	\$ 20.83	\$656.58	\$ 698.23	\$ 7,879.00
<b>Asesor comercial</b>	1	\$450.00	\$ 450.00	\$37.50	\$ 37.50	\$37.49	\$ 55.18	\$ 18.75	\$593.93	\$ 631.41	\$ 7,127.10
<b>Jefe de compras</b>	1	\$450.00	\$ 450.00	\$37.50	\$ 37.50	\$37.49	\$ 55.18	\$ 18.75	\$593.93	\$ 631.41	\$ 7,127.10
<b>Contador</b>	1	\$450.00	\$ 450.00	\$37.50	\$ 37.50	\$37.49	\$ 55.18	\$ 18.75	\$593.93	\$ 631.41	\$ 7,127.10
<b>Cajera</b>	1	\$450.00	\$ 450.00	\$37.50	\$ 37.50	\$37.49	\$ 55.18	\$ 18.75	\$ 593.93	\$ 631.41	\$ 7,127.10
<b>Personal de producción</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Sueldos mensuales</b>	<b>Sueldo mensual por cantidad de empleados</b>	<b>Decim o 3RO</b>	<b>Decimo 4TO</b>	<b>Fondo s de reserv a</b>	<b>IESS patron al</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Egresos total sueldo mensual año 1</b>	<b>Egresos total sueldo mensual año 2 - 5</b>	<b>Año 1</b>
<b>Jefe de bodega</b>	1	\$450.00	\$ 450.00	\$37.50	\$37.50	\$37.49	\$ 55.18	\$ 18.75	\$593.93	\$ 631.41	\$ 7,127.10
<b>Ayudante de bodega</b>	1	\$450.00	\$ 450.00	\$37.50	\$37.50	\$37.49	\$ 55.18	\$ 18.75	\$593.93	\$ 631.41	\$ 7,127.10
<b>Conductor de reparto</b>	1	\$450.00	\$ 450.00	\$37.50	\$37.50	\$37.49	\$ 55.18	\$ 18.75	\$593.93	\$ 631.41	\$ 7,127.10

*Nota 54. Elaborado por Alexander Falcones*

### 3.5. Requerimiento de insumos de producción

**Tabla. 34**

*Costos variables*

Costos variables	Materia	Unidad	Unidad de medida	Costo unitario por medida	Costo unitario de utilización año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
							1.54%	1.54%	1.54%	1.54%
<b>Ladrillos o bloque</b>	Material	1	Unidad	\$ 0.12	\$ 0.12	\$ 31.08	\$ 32.90	\$ 34.77	\$ 36.68	\$ 38.65
<b>Piedra</b>	Material	1	Metros cuadrados	\$10.62	\$10.62	\$ 4,725.90	\$4,992.78	\$ 5,266.76	\$ 5,570.24	\$ 5,881.81
<b>Arena</b>	Material	1	Metros cuadrados	\$10.62	\$10.62	\$ 5,118.84	\$5,402.56	\$ 5,704.75	\$ 6,026.09	\$ 6,367.26
<b>Varillas de hierro 10</b>	Material	1	Unidad	\$ 7.50	\$ 7.50	\$ 3,892.50	\$ 4,112.37	\$ 4,345.82	\$ 4,585.49	\$ 4,839.48
<b>Varillas de hierro 12</b>	Material	1	Unidad	\$10.80	\$10.80	\$ 7,614.00	\$ 8,038.31	\$ 8,485.02	\$ 8,966.20	\$ 9,471.67
<b>Cemento</b>	Material	1	Unidad	\$ 7.00	\$ 7.00	\$ 5,971.00	\$ 6,304.62	\$ 6,661.53	\$ 7,035.27	\$ 7,426.38
<b>Alambre</b>	Material	1	Unidad	\$19.00	\$19.00	\$ 4,921.00	\$ 5,209.00	\$ 5,504.71	\$ 5,808.29	\$ 6,119.91
<b>Clavos</b>	Material	1	Libras	\$ 0.70	\$ 0.70	\$ 129.50	\$ 137.18	\$ 144.35	\$ 152.43	\$ 161.48
<b>Total</b>						<b>\$32,403.82</b>	<b>\$34,229.72</b>	<b>\$36,147.71</b>	<b>\$38,180.68</b>	<b>\$40,306.62</b>

*Nota 55. Elaborado por Alexander Falcones*

En la tabla siguiente registramos como costos variables la mercadería adquirida para la venta de esa manera se puede identificar el valor unitarios por unidades que se compra a proveedor, de la misma manera refleja los costos variables por cada año

**Tabla. 35**
*Costos fijos*

		1.54%	1.54%	1.54%	1.54%
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Nomina</b>	\$ 21,381.30	\$23,080.81	\$23,436.26	\$23,797.18	\$24,163.65
<b>Depreciación</b>	\$ 1,766.00	\$ 1,766.00	\$ 1,766.00	\$ 1,766.00	\$ 1,766.00
<b>Amortización</b>	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
<b>Mantenimiento de maquinaria</b>	\$ 110.00	\$ 111.69	\$ 113.41	\$ 115.16	\$ 116.93
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 24,057.30</b>	<b>\$25,758.51</b>	<b>\$26,115.67</b>	<b>\$26,478.34</b>	<b>\$26,846.59</b>

*Nota 56. Elaborado por Alexander Falcones*

### 3.6. Seguridad industrial y medio ambiente

#### 3.6.1. Normativa de prevención de riesgo

Debemos saber que en un buen clima laboral tener unas de las mejores prevenciones es esencial para una mejor seguridad tanto de nuestro cliente y colaboradores o empleados para ellos se tomara varios puntos en cuestiones:

**Las evaluaciones de riesgos:** debemos identificar los diferentes aspectos que se encuentre, evaluarlos y desarrollar medidas o planes de prevenciones basados en las evaluaciones de riesgo que se realicen.

**Formaciones y capacitaciones:** se realizará reuniones periódicas para mantener formaciones continuas sobre seguridad, de tal manera previniendo los accidentes laborales que pueden aparecer en las diferentes áreas de trabajo informando así sobre el manejo de los equipos de protección para un trabajo seguro.

**Equipos de protección personal:** Asegurar revisiones de los diferentes equipos de protección del personal ya sean cascos guantes calzados o mascarillas.

**Seguridad en el manejo de materiales:** se tomará acciones que ayuden en el almacenamiento como en la manipulación garantizando de esa manera el almacenaje de la misma evitando accidentes (caídas o colapso).

**Emergencias y primero auxilios.** Desarrollar e implementar planes de emergencia o simulacros periódicos que puedan ocurrir tanto fenómenos naturales o incendios, de esa misma manera tener equipos de primero auxilios que estén a disponibilidad inmediata en cualquier inconveniente.

### **3.6.2. Normativa ambiental**

Para preocupar tener mejores opiniones favorables como empresa el cuidado medio ambiente se debe considerar en todos los aspectos posibles y proteger la responsabilidad ambiental empresarial para ello hay que optar por los siguientes puntos:

**Emisiones o contaminaciones:** Se adoptará medidas para mantener un control del polvo o gases que sean generados por los diferentes materiales que se almacenan de la misma manera mantener un mantenimiento de la maquinaria que se utilice.

**Energías renovables:** se considerará la instalación de diferente sistema de energía renovable como paneles solares que contribuirán a una imagen ecológica.

**Normativas legales:** Para cada traslado o extracción de materiales que realice la empresa, es imprescindible contar con la documentación adecuada y los permisos correspondiente para evitar problemas.

**Gestión de impacto ambientales:** Realizar estudios para cada extracción e implementar medidas sostenibles para minimicen los impactos ambientales, demostrando así el compromiso de la empresa con la protección del medio ambiente.

## **4. FINANCIERO**

En este punto nos ayudara a tener una mejor comprensión sobre el inicio de emprendimiento es decir que en lo que respecta la parte financiera según Marcial Córdoba “La gestión financiera es crucial para toda organización, abarcando el control operativo, la búsqueda de nuevas fuentes de financiamiento, la eficacia y eficiencia en las operaciones, la fiabilidad de la información financiera y el cumplimiento normativo.” (Padilla, 2012)

### **4.1. Sistema de cobros y pagos.**

Para todas las empresas este apartado de sistemas de cobros y pagos se refiere a los diferentes métodos que se utilizan para las transacciones financieras de los que se detallara en estos.

#### **4.1.1. Sistemas de cobros**

En este sistema debemos incluir diversas opciones de cobros para adaptarse a las necesidades del cliente en lo que requiera. Entre los métodos disponibles están los de efectivos, lo más tradicional, cobros realizados por transferencias bancarias o el uso de códigos QR que están ganando popularidad y mediante tarjeta de crédito o débitos, fáciles, sencillas y seguras de cobro.

#### **4.1.2. Sistemas de pagos**

Para gestionar de manera eficiente las obligaciones financieras consideraremos dos métodos de pagos a nuestros proveedores y colaboradores, entre ellas los pagos en efectivos una transacción útil e inmediata o cuando son proveedores locales o transferencia bancaria que es la opción más preferida por su seguridad y manejo donde permite transferir fondos de forma rápida y con registros de transacciones realizadas.

## 4.2. Presupuesto de ingreso y costo

### 4.2.1. Presupuesto de ingresos

**Tabla. 36**

*Presupuesto de ingreso con crecimiento del 4% anual*

<b>INGRESOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ladrillo o bloques</b>	\$ 41.57	\$ 43.24	\$ 44.97	\$ 46.76	\$ 48.63
<b>Piedra</b>	\$ 50,480.45	\$ 52,499.67	\$ 54,599.65	\$ 56,783.54	\$ 59,054.99
<b>Arena</b>	\$ 54,687.15	\$ 56,874.64	\$ 59,149.62	\$ 61,515.61	\$ 63,976.23
<b>Varilla de hierro #10</b>	\$ 4,874.48	\$ 5,069.46	\$ 5,272.23	\$ 5,483.12	\$ 5,702.45
<b>Varillas de hierro # 12</b>	\$ 9,521.04	\$ 9,901.88	\$ 10,297.96	\$ 10,709.88	\$ 11,138.27
<b>Cemento</b>	\$ 7,034.04	\$ 7,316.20	\$ 7,608.85	\$ 7,913.20	\$ 8,229.73
<b>Alambre clavos</b>	\$ 6,581.58	\$ 6,844.85	\$ 7,118.64	\$ 7,403.38	\$ 7,699.52
	\$ 185.60	\$ 193.02	\$ 200.74	\$ 208.77	\$ 217.12
<b>TOTAL</b>	<b>\$133,406.68</b>	<b>\$138,742.94</b>	<b>\$144,292.66</b>	<b>\$150,064.37</b>	<b>\$156,066.94</b>

*Nota 57. Elaborado por Alexander Falcones*

### 4.2.2. Presupuesto de costo

**Tabla. 37**

*Presupuesto de costos Fijos y variables*

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Nomina	\$ 21,381.30	\$23,080.81	\$23,436.26	\$23,797.18	\$24,163.65
Depreciación	\$ 1,766.00	\$ 1,766.00	\$ 1,766.00	\$ 1,766.00	\$ 1,766.00
Amortización	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
Mantenimiento de maquinaria	\$ 110.00	\$ 111.69	\$ 113.41	\$ 115.16	\$ 116.93

<b>TOTAL</b>	<b>\$ 24,057.30</b>	<b>\$25,758.51</b>	<b>\$26,115.67</b>	<b>\$26,478.34</b>	<b>\$26,846.59</b>
<b>COSTO VARIABLES</b>					
Mercadería	\$32,403.82	\$34,229.72	\$36,147.71	\$38,180.68	\$40,305.62
<b>TOTAL</b>	<b>\$63,388.24</b>	<b>\$67,346.92</b>	<b>\$70,063.58</b>	<b>\$72,894.62</b>	<b>\$75,892.09</b>

*Nota 58. Elaborado por Alexander Falcones*

**Tabla. 38**

*Presupuesto de gasto*

	<b>1.54%</b>	<b>1.54%</b>	<b>1.54%</b>	<b>1.54%</b>	<b>1.54%</b>
	<b>Año</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>
<b>GASTOS FIJOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Nomina</b>	\$36,387.40	\$39,282.25	\$39,887.20	\$40,501.46	\$41,125.18
<b>Depreciación</b>	\$ 577.01	\$ 577.01	\$ 577.01	\$ 93.02	\$ 93.02
<b>Amortización</b>	\$ 34.00	\$ 34.00	\$ 34.00	\$ 34.00	\$ 34.00
<b>Luz</b>	\$ 720.00	\$ 731.09	\$ 742.35	\$ 753.78	\$ 765.39
<b>Agua</b>	\$ 180.00	\$ 182.77	\$ 185.59	\$ 188.44	\$ 191.35
<b>Internet</b>	\$ 300.00	\$ 304.62	\$ 309.31	\$ 314.07	\$ 318.91
<b>Alquiler</b>	\$ 5,400.00	\$ 5,483.16	\$ 5,567.60	\$ 5,653.34	\$ 5,740.40
<b>Publicidad</b>	\$ 180.00	\$ 182.77	\$ 185.59	\$ 188.44	\$ 191.35
<b>Materiales de limpieza</b>	\$ 180.00	\$ 182.77	\$ 185.59	\$ 188.44	\$ 191.35
<b>Suministro de oficina</b>	\$ 180.00	\$ 182.77	\$ 185.59	\$ 188.44	\$ 191.35
<b>Gastos operativos</b>	\$ 30.00	\$ 30.46	\$ 30.93	\$ 31.41	\$ 31.89
<b>TOTAL</b>	<b>\$44,168.41</b>	<b>\$47,173.68</b>	<b>\$47,890.75</b>	<b>\$48,134.86</b>	<b>\$48,874.18</b>

*Nota 59. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** al observar las tablas 36, 37 y 38 que detallan ventas, costos y gastos, se pueden concluir que obtendremos ingresos óptimos con una ganancia significativa en el primer año, estos datos reflejan un desempeño financiero favorable, asegurando rentabilidad desde el inicio del periodo y proyectando un crecimiento sostenido para la empresa.

De la misma manera sabemos que algunos activos de la empresa se van deteriorando con el tiempo de los cuales continuación se mostraran en la tabla 39 las depreciaciones realizadas como la tabla 40 las amortizaciones.

## Depreciación

**Tabla. 39**

*Depreciación de inversión es administrativas y de producción*

<b>Inversión administrativa</b>	<b>Monto de inversión inicial</b>	<b>Tiempo de amortización</b>	<b>Valor de rescate</b>	<b>Nueva inversión</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Total, amortización</b>	<b>Valor residual</b>
<b>Equipos de computación</b>	\$1,451.98	3	\$ -	\$ -	\$483.99	\$483.99	\$ 483.99	\$ -	\$ -	\$1,451.98	\$ -
<b>Equipos de oficina</b>	\$ 275.00	10	\$ -	\$ -	\$ 27.50	\$ 27.50	\$ 27.50	\$ 27.50	\$ 27.50	\$ 137.50	\$ 137.50
<b>Mubles y enceres</b>	\$ 655.18	10	\$ -	\$ -	\$ 65.52	\$ 65.52	\$ 65.52	\$ 65.52	\$ 65.52	\$ 327.59	\$ 327.00
<b>Total</b>					<b>\$577.01</b>	<b>\$577.01</b>	<b>\$ 577.01</b>	<b>\$ 93.02</b>	<b>\$ 93.02</b>	<b>\$1,917.07</b>	<b>\$ 465,09</b>

<b>Inversión de producción</b>	<b>Monto de inversión inicial</b>	<b>Tiempo de amortización</b>	<b>Valor de rescate</b>	<b>Nueva inversión</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Total, amortización</b>	<b>Valor residual</b>
<b>Maquinarias</b>	\$16,850.00	10	\$ -	\$ -	\$1,685.00	\$1,685.00	\$1,685.00	\$1,685.00	\$1,685.00	\$8,425.00	\$8,425.00
<b>Mueble y enceres</b>	\$ 810.00	10	\$ -	\$ -	\$ 81.00	\$ 81.00	\$ 81.00	\$ 81.00	\$ 81.00	\$ 405.00	\$ 405.00
<b>Total</b>					<b>\$1,766.00</b>	<b>\$1,766.00</b>	<b>\$1,766.00</b>	<b>\$1,766.00</b>	<b>\$1,766.00</b>	<b>\$8,830.00</b>	<b>\$8,830.00</b>

*Nota 60. Elaborado por Alexander Falcones*

**Amortización**
**Tabla. 40**
*Amortización de inversión es administrativas y de producción*

<b>Inversión administrativa</b>	<b>Monto de inversión inicial</b>	<b>Tiempo de amortización</b>	<b>Valor de rescate</b>	<b>Nueva inversión</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Total, amortización</b>	<b>Valor residual</b>
<b>Activos intangibles</b>	\$170.00	5	\$ -	\$ -	\$34.00	\$34.00	\$34.00	\$34.00	\$34.00	\$170.00	\$ -
<b>Total</b>					\$34.00	\$34.00	\$34.00	\$34.00	\$34.00	\$170.00	\$ -
<b>Inversión de producción</b>	<b>Monto de inversión inicial</b>	<b>Tiempo de amortización</b>	<b>Valor de rescate</b>	<b>Nueva inversión</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Total, amortización</b>	<b>Valor residual</b>
<b>Activos intangibles</b>	\$4000.00	5	\$ -	\$ -	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$4000.00	\$ -
<b>Total</b>					\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$800.00	\$4000.00	\$ -

*Nota 61. Elaborado por Alexander Falcones*

### 4.2.3. Estado de proforma de pérdidas y ganancia

El informe financiero de estados de pérdidas y ganancia da un resumen tanto de los ingresos, costo y gastos que ocurren en un periodo ya sea trimestral o un año fiscal otorgando una visión clara de la rentabilidad de la empresa.

**Tabla. 41**

*Estados de pérdidas y ganancias*

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas	\$133,406.68	\$138,742.94	\$144,292.66	\$150,064.37	\$ 156,066.94
- Costos	\$ 56,461.12	\$ 59,988.23	\$ 62,263.38	\$ 64,659.02	\$ 67,153.21
= <b>Utilidad Bruta</b>	\$ 76,945.56	\$ 78,754.71	\$ 82,029.28	\$ 85,405.35	\$ 88,913.73
- Gastos fijos	\$ 44,168.41	\$ 47,173.68	\$ 47,890.75	\$ 48,134.86	\$ 48,874.18
- Gastos financieros	\$ 2,164.49	\$ 1,409.99	\$ 529.87	\$ 0.00	\$ 0.00
= <b>Utilidad Operacional</b>	\$ 30,612.66	\$ 30,171.04	\$ 33,608.66	\$ 37,270.49	\$ 40,039.55
- 15% participación a trabajadores	\$ 4,591.90	\$ 4,525.66	\$ 5,041.30	\$ 5,590.57	\$ 6,005.93
= <b>Utilidad antes de impuesto a la renta</b>	\$ 26,020.76	\$ 25,645.38	\$ 28,567.36	\$ 31,679.92	\$ 34,033.62
- 25% Impuesto a la Renta	\$ 6,505.19	\$ 6,411.11	\$ 7,141.84	\$ 7,919.98	\$ 8,508.40
= <b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>	\$ <b>19,515.57</b>	\$ <b>19,234.04</b>	\$ <b>21,425.52</b>	\$ <b>23,759.94</b>	\$ <b>25,525.21</b>
Pago Utilidades accionistas	\$ 9,757.78	\$ 9,617.02	\$ 10,712.76	\$ 11,879.97	\$ 12,762.61
<b>Utilidad después de repartición</b>	\$ <b>9,375.78</b>	\$ <b>9,617.02</b>	\$ <b>10,712.76</b>	\$ <b>11,879.97</b>	\$ <b>12,762.61</b>

*Nota 62. Elaborado por Alexander Falcones*

#### 4.2.4. Análisis de punto de equilibrio

Esta herramienta crucial para la planificación y toma de decisiones que nos refleja en qué punto la empresa no obtiene ni pérdida ni ganancia es decir los ingresos igualan a los costos totales.

**Tabla. 42**

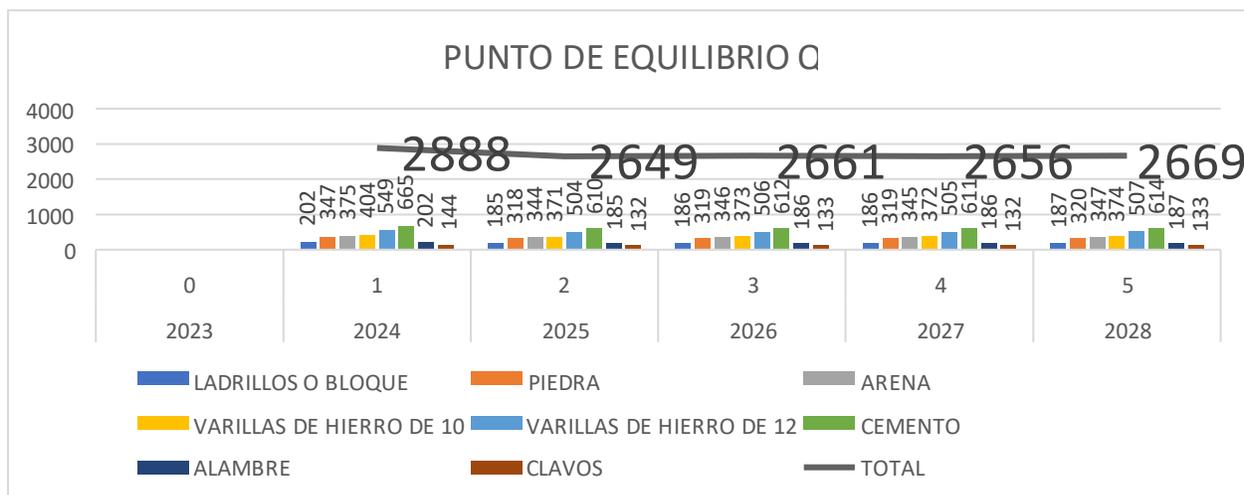
*Análisis punto de equilibrio de los 5 años*

PUNTO DE EQ \$	Año		Año		Año	
	1	2	3	4	5	
<b>Ladrillo o bloques</b>	\$ 30.37	\$ 30.17	\$ 30.77	\$ 31.19	\$ 31.81	
<b>Piedra</b>	\$ 32,972.22	\$ 36,635.71	\$ 37,363.97	\$ 37,867.98	\$ 38,628.86	
<b>Arena</b>	\$ 35,719.90	\$ 39,688.68	\$ 40,477.64	\$ 41,023.64	\$ 41,847.93	
<b>Varilla de hierro #10</b>	\$ 3,644.30	\$ 3,537.60	\$ 3,607.93	\$ 3,656.59	\$ 3,730.56	
<b>Varillas de hierro #12</b>	\$ 7,418.75	\$ 6,909.81	\$ 7,047.16	\$ 7,142.22	\$ 7,285.73	
<b>Cemento</b>	\$ 5,122.26	\$ 5,105.44	\$ 5,206.93	\$ 5,277.17	\$ 5,383.20	
<b>Alambre</b>	\$ 5,061.52	\$ 4,776.52	\$ 4,871.47	\$ 4,937.18	\$ 5,036.39	
<b>clavos</b>	\$ 144.61	\$ 134.69	\$ 137.37	\$ 139.22	\$ 142.02	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 90,113.94</b>	<b>\$ 96,818.63</b>	<b>\$ 98,743.24</b>	<b>\$ 100,075.20</b>	<b>\$ 102,086.01</b>	

*Nota 63. Elaborado por Alexander Falcones*

**Figura. 15**

*Ventas realizadas en 5 años*



*Nota 64. Elaborado por Alexander Falcones*

**Tabla. 43**

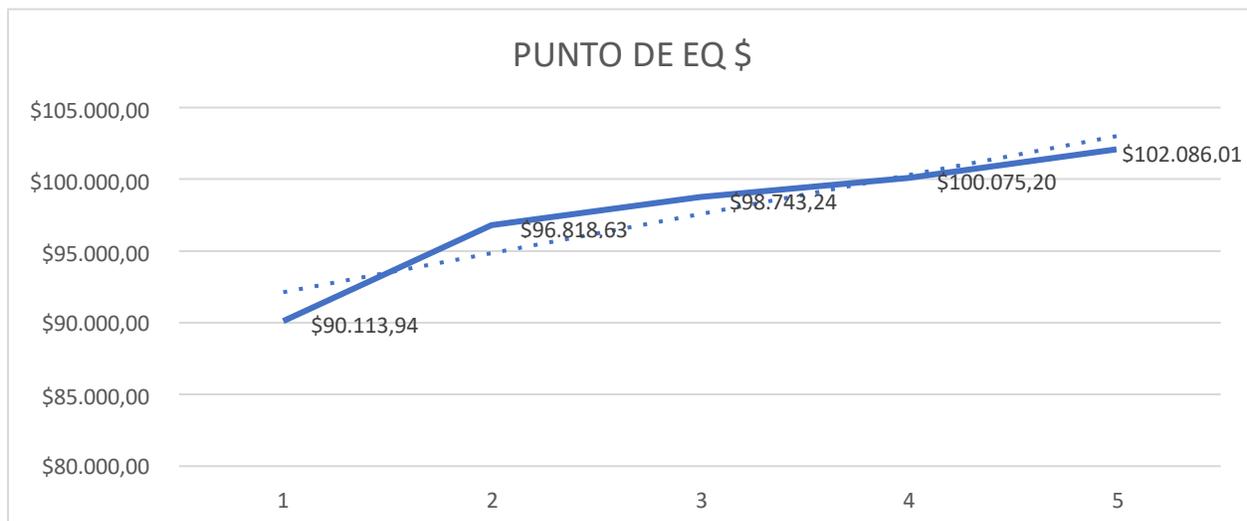
*Punto de equilibrio mostrando costos y gastos*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>CF</b>	\$ 24,057.30	\$ 25,758.51	\$ 25,115.67	\$ 26,478.34	\$ 26,846.59
<b>GF</b>	\$ 44,168.41	\$ 47,173.68	\$ 47,890.75	\$ 48,134.86	\$ 48,874.18
<b>CV</b>	\$ 32,403.82	\$ 34,229.72	\$ 36,147.71	\$ 38,180.68	\$ 40,306.62
<b>IxV</b>	\$133,406.68	\$138,742.94	\$144,292.66	\$150,064.37	\$156,066.94
<b>PE (\$)</b>	<b>\$ 90,113.94</b>	<b>\$ 96,818.63</b>	<b>\$ 98,743.24</b>	<b>\$100,075.20</b>	<b>\$102,086.01</b>

*Nota 65. Elaborado por Alexander Falcones*

**Figura. 16**

*Cantidades de punto de equilibrio*



*Nota 66. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** Cómo se puede observar en la tabla 42 y 43 referente al punto de equilibrio muestra el resultado de Punto de Equilibrio que son obtenidos de la suma de los costos fijos más gastos fijos sobre 1 menos la relación de ingresos dividido con el costo variables, obteniendo el resultado de \$ 90,113.94 del año 1 y de la misma manera los años siguientes.

### 4.3. Inversiones

Para iniciar el emprendimiento se deben realizar inversiones de inicio de los cuales debemos tener en cuentas los activos fijo y circulares que se detallaran a continuación en las siguientes tablas.

**Tabla. 44**

*Inversiones realizadas*

<b>Inversión</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Activos fijos	\$25,000.09	61%
Activos circulares	\$15,983.66	39%
<b>Total</b>	<b>\$40,983.75</b>	<b>100%</b>

*Nota 67. Elaborado por Alexander Falcones*

#### 4.3.1. Análisis de inversiones

**Tabla. 45**

*Detalle de inversiones realizadas*

<b>Inversión</b>	
<b>Activos fijos</b>	
<b>Activos tangibles</b>	
Equipos de computación	\$ 1,451.98
Equipos de oficina	\$ 275.00
Muebles y enseres	\$ 1,465.18
Maquinarias	\$16,850.00
<b>Total de activos tangibles</b>	<b>\$20,042.16</b>
<b>Activos intangibles</b>	
Permiso del cuerpo de bomberos	\$ 60.00
Permiso de funcionamiento	\$ 60.00
Patentes municipales	\$ 50.00
Gastos de adecuaciones	\$ 4,000.00
<b>Total de activos intangibles</b>	<b>\$ 4,170.00</b>
<b>Total de activos fijos</b>	<b>\$24,212.16</b>
Activo circular	
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$16,771.59</b>
<b>Total, de activos circular</b>	<b>\$16,771.59</b>

---

**Total de inversión**
**\$40,983.75**


---

*Nota 68. Elaborado por Alexander Falcones*
**4.3.2. Cronograma de inversiones**
**Tabla. 46**
*Cronograma de inversiones administrativas y operativas.*

<b>INVERSION</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>
<b>ADMINISTRATIVA</b>						
<b>ACTIVOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Equipos de computación	\$ 1,451.98	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Equipos de oficina	\$ 275.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Muebles y enseres	\$ 655.18	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Activos intangibles	\$ 170.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Capital de trabajo	\$16,771.59	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$19,323.75</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>
<b>INVERSION DE PRODUCCION</b>						
<b>ACTIVOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Maquinarias	\$16,850.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Muebles y enseres	\$ 810.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Activos intangibles	\$ 4,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
	\$ 0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$21,660.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>\$40,983.75</b>					

*Nota 69. Elaborado por Alexander Falcones*

#### 4.4. Plan de financiamiento

**Tabla. 47**

*Plan de financiamiento*

	<b>25%</b>	<b>15%</b>	<b>15%</b>	<b>6%</b>	<b>39%</b>
	<b>CAPITAL PROPIO</b>	<b>Inversionista 2</b>	<b>Inversionista 3</b>	<b>Inversionista 4</b>	<b>Financiamiento bancario</b>
<b>Inversion inicial</b>	\$40,983.75	\$10,245.94	\$6,147.56	\$2,459.02	\$15,983.66

*Nota 70. Elaborado por Alexander Falcones*

#### 4.4.1. El costo del proyecto y su financiación

**Tabla. 48**

*Costo del proyecto y su financiación*

Inversión		Inversión	
<b>Activos fijos</b>	<b>\$25,000.09</b>	Capital propio	\$10,245.94
		Inversionistas	\$14,754.15
<b>Activos circulantes</b>	<b>\$15,983.66</b>	Préstamo a largo plazo	\$15,983.66
<b>Total</b>	<b>\$40,983.75</b>	<b>total</b>	<b>\$40,983.75</b>

*Nota 71. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** como refleja la inversión total realizada es de \$40,983.75 de los cuales están dividido en 25% del capital propio es decir \$10,245.94, el 15% para el segundo y tercer accionista con \$6,147.56, el cuarto accionista con el 6% valor de \$2,459.02 y un financiamiento bancario del 39% aportado de \$15,983.66

La financiación esta realizada de \$15,983.66 con una tasa de interés del 15.50% a cuatas de 36 meses.

**Tabla. 49**
*Tabla de amortización bancaria.*

<b>PERIODO</b>	<b>CUOTA</b>	<b>C. INTERES</b>	<b>C.CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
<b>0</b>				\$ 15,983.66
<b>1</b>	-\$558.00	-\$206.46	-\$351.54	\$ 15,632.12
<b>2</b>	-\$558.00	-\$201.91	-\$356.09	\$ 15,276.03
<b>3</b>	-\$558.00	-\$197.32	-\$360.69	\$ 14,915.35
<b>4</b>	-\$558.00	-\$192.66	-\$365.34	\$ 14,550.00
<b>5</b>	-\$558.00	-\$187.94	-\$370.06	\$ 14,179.94
<b>6</b>	-\$558.00	-\$183.16	-\$374.84	\$ 13,805.10
<b>7</b>	-\$558.00	-\$178.32	-\$379.68	\$ 13,425.41
<b>8</b>	-\$558.00	-\$173.41	-\$384.59	\$ 13,040.82
<b>9</b>	-\$558.00	-\$168.44	-\$389.56	\$ 12,651.27
<b>10</b>	-\$558.00	-\$163.41	-\$394.59	\$ 12,256.68
<b>11</b>	-\$558.00	-\$158.32	-\$399.69	\$ 11,856.99
<b>12</b>	-\$558.00	-\$153.15	-\$404.85	\$ 11,452.14
<b>13</b>	-\$558.00	-\$147.92	-\$410.08	\$ 11,042.07
<b>14</b>	-\$558.00	-\$142.63	-\$415.37	\$ 10,626.69
<b>15</b>	-\$558.00	-\$137.26	-\$420.74	\$ 10,205.96
<b>16</b>	-\$558.00	-\$131.83	-\$426.17	\$ 9,779.78
<b>17</b>	-\$558.00	-\$126.32	-\$431.68	\$ 9,348.10
<b>18</b>	-\$558.00	-\$120.75	-\$437.25	\$ 8,910.85

<b>19</b>	-\$558.00	-\$115.10	-\$442.90	\$ 8,467.95
<b>20</b>	-\$558.00	-\$109.38	-\$448.62	\$ 8,019.32
<b>21</b>	-\$558.00	-\$103.58	-\$454.42	\$ 7,564.91
<b>22</b>	-\$558.00	-\$97.71	-\$460.29	\$ 7,104.62
<b>23</b>	-\$558.00	-\$91.77	-\$466.23	\$ 6,638.39
<b>24</b>	-\$558.00	-\$85.75	-\$472.25	\$ 6,166.13
<b>25</b>	-\$558.00	-\$79.65	-\$478.35	\$ 5,687.78
<b>26</b>	-\$558.00	-\$73.47	-\$484.53	\$ 5,203.24
<b>27</b>	-\$558.00	-\$67.21	-\$490.79	\$ 4,712.45
<b>28</b>	-\$558.00	-\$60.87	-\$497.13	\$ 4,215.32
<b>29</b>	-\$558.00	-\$54.45	-\$503.55	\$ 3,711.77
<b>30</b>	-\$558.00	-\$47.94	-\$510.06	\$ 3,201.71
<b>31</b>	-\$558.00	-\$41.36	-\$516.65	\$ 2,685.07
<b>32</b>	-\$558.00	-\$34.68	-\$523.32	\$ 2,161.75
<b>33</b>	-\$558.00	-\$27.92	-\$530.08	\$ 1,631.67
<b>34</b>	-\$558.00	-\$21.08	-\$536.92	\$ 1,094.74
<b>35</b>	-\$558.00	-\$14.14	-\$543.86	\$ 550.88
<b>36</b>	-\$558.00	-\$7.12	-\$550.88	\$ 0.00

*Nota 72. Elaborado por Alexander Falcones*

**Tabla. 50**

*Pago de interés al capital*

	<b>Año</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>	<b>Año</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>PAGOS</b>	\$2,164.49	\$1,409.99	\$529.87	\$0.00	\$0.00
<b>INTERES</b>					
<b>PAGOS</b>	\$4,531.52	\$5,286.01	\$6,166.13	\$0.00	\$0.00
<b>CAPITAL</b>					

*Nota 73. Elaborado por Alexander Falcones*

La inversión realizada por los accionistas junto con el financiamiento obtenido, será crucial para que MateConstruct inicie sus operaciones con éxito, la inyección de capital realizada no solo permitirá el establecimiento de la empresa, sino también contribuirá significativamente a la sociedad al crear nuevos empleos y mejorar el bienestar de los ciudadanos comprometiéndose al desarrollo.

Al examinar la tabla 50 se observa el detallado del cronograma de pagos realizados anualmente de la financiación, junto con el interés correspondiente que al realizarlo estructuradamente nos asegura una gestión eficiente y responsable.

#### 4.4.2. Fuentes y uso de fondos

**Tabla. 51**

*Flujo de efectivo*

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Actividades de Operación</b>						
Utilidad Neta		\$19,515.57	\$19,234.04	\$21,425.52	\$23,759.94	\$25,525.21
Depreciación		\$ 2,343.01	\$ 2,343.01	\$ 2,343.01	\$ 1,859.02	\$ 1,859.02
Amortización		\$ 834.00	\$ 834.00	\$ 834.00	\$ 834.00	\$ 834.00
15% Participación de Trabajadores		\$ 4,591.90	-\$ 66.24	\$ 515.64	\$ 549.27	\$ 415.36
22% Impuesto a la Renta		\$ 6,505.19	-\$ 93.84	\$ 730.49	\$ 778.14	\$ 588.43
<b>Total de Actividades de Operación</b>		<b>\$ 33,789.67</b>	<b>\$22,250.96</b>	<b>\$25,848.67</b>	<b>\$27,780.37</b>	<b>\$29,222.02</b>
<b>Actividades de Inversión</b>						
Compra de activos fijos	-\$24,212.16					0
Venta de activos fijos						

<b>Total de Actividades de Inversión</b>		<b>-\$24,212.16</b>	<b>\$ -</b>				
<b>Actividades de Financiamiento</b>							
	Financiamiento externo	\$15,983.66	-\$ 4,531.52	-\$ 5,286.01	-\$6,166.13	\$0.00	\$0.00
	Financiamiento accionario	\$25,000.09					
	Pago a accionistas		-\$ 9,757.78	-\$ 9,617.02	-\$10,712.76	-\$11,879.97	-\$12,762.61
<b>Total de Actividades de Financiamiento</b>		<b>\$40,983.75</b>	<b>-\$14,289.30</b>	<b>-\$14,903.03</b>	<b>-\$16,878.89</b>	<b>-\$11,879.97</b>	<b>-\$12,762.61</b>
<b>Flujo Neto</b>		<b>\$16,771.59</b>	<b>\$ 19,500.37</b>	<b>\$ 7,347.93</b>	<b>\$ 8,969.78</b>	<b>\$15,900.40</b>	<b>\$16,459.41</b>
<b>Flujo Neto Acumulado</b>		<b>\$16,771.59</b>	<b>\$ 36,271.95</b>	<b>\$ 43,619.88</b>	<b>\$52,589.66</b>	<b>\$68,490.06</b>	<b>\$84,949.47</b>

*Nota 74. Elaborado por Alexander Falcones*

#### 4.4.3. Estado de balance general

**Tabla. 52**

*Balance general*

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activos</b>						
<i>Activos Corrientes</i>						
Caja	\$16,771.59	\$36,271.95	\$43,619.88	\$52,589.66	\$68,490.06	\$84,949.47
<i>Activos Fijos</i>						
Equipos de computación	\$ 1,451.98	\$ 967.99	\$ 483.99	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de oficina	\$ 275.00	\$ 247.50	\$ 220.00	\$ 192.50	\$ 165.00	\$ 137.50
Muebles y enseres	\$ 1,465.18	\$ 1,318.66	\$ 1,172.14	\$ 1,025.63	\$ 879.11	\$ 732.59
Activos intangibles	\$ 4,170.00	\$ 3,336.00	\$ 2,502.00	\$ 1,668.00	\$ 834.00	\$ -
Maquinarias	\$16,850.00	\$ 15,165.00	\$13,480.00	\$ 11,795.00	\$ 10,110.00	\$ 8,425.00
<b>Total Activos</b>	<b>\$40,983.75</b>	<b>\$57,307.10</b>	<b>\$61,478.02</b>	<b>\$67,270.79</b>	<b>\$80,478.17</b>	<b>\$94,244.56</b>
<b>Pasivos</b>						

<i><b>Pasivos a Corto Plazo</b></i>							
Préstamo Bancario	\$4,531.52	\$5,286.01	\$6,166.13	\$0.00	\$0.00		
Participación trab. Por pagar		\$4,591.90	\$4,525.66	\$5,041.30	\$5,590.57	\$6,005.93	
Impuesto a la Renta por Pagar		\$6,505.19	\$6,411.35	\$7,141.84	\$7,919.98	\$8,508.40	
<i><b>Pasivos a Largo Plazo</b></i>							
Préstamo Bancario	\$11,452.14	\$ 6,166.13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$15,983.66</b>	<b>\$22,549.23</b>	<b>\$17,103.13</b>	<b>\$12,183.14</b>	<b>\$13,510.55</b>	<b>\$14,514.34</b>	
<b>Patrimonio</b>							
Capital accionario	\$25,000.09	\$25,000.09	\$25,000.09	\$25,000.09	\$25,000.09	\$25,000.09	
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$9,757.78	\$ 9,617.02	\$10,712.76	\$11,879.97	\$12,762.61	
Utilidades retenidas	\$ -		\$ 9,757.78	\$19,374.80	\$30,087.56	\$41,967.53	
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$25,000.09</b>	<b>\$34,757.87</b>	<b>\$44,374.89</b>	<b>\$55,087.65</b>	<b>\$66,967.62</b>	<b>\$79,730.22</b>	
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$40,983.75</b>	<b>\$57,307.10</b>	<b>\$61,478.02</b>	<b>\$67,270.79</b>	<b>\$80,478.17</b>	<b>\$94,244.56</b>	

*Nota 75. Elaborado por Alexander Falcones*

## 5. EVALUACIÓN

Para una evaluación efectiva del emprendimiento de las ventas de materiales de construcción se debe realizar las inspecciones necesarias favorables en sus inversiones y precisar su viabilidad, para ello calcularemos el Valor actual neto, la tasa interna de retorno y el ROY:

### 5.1. Costo de oportunidad

**Tabla. 53**

*Costo de oportunidad de capital*

Concepto		Cantidades	
Ke	Costo de oportunidades de los accionistas	<b>Ke</b>	10%
CAA	Capital aportado por los accionistas	<b>CAA</b>	\$10,245.94
D	Financiación externos	<b>D</b>	\$15,983.66
Kd	Costo financiero	<b>Kd</b>	15.50%
T	Efectiva de impuesto	<b>T</b>	33.70%
<b>WACC (CPP)=</b>			10.17%

*Nota 76. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** En la Tabla 48 de costo de oportunidad de capital se obtiene el WACC costo promedio ponderado que por sus siglas de inglés (Weighted Average costo of capital) para ello se consideró los costos de oportunidades de accionista establecidos en un 10% así mismo se incluyeron el capital aportado y la financiación con su respectivo porcentaje e incorporando la efectividad de impositiva dando un resultado de 10.17%.

## 5.2. Valor actual neto o valor presente neto

Hablar del valor neto podemos pensar en la viabilidad de una inversión de los cuales según Semistierra nos indica referente al VAN “Este instrumento es fundamental para la toma de decisiones al iniciar un negocio o proyecto cualquiera sea el tipo se debe realizar” (Paola, 2018)

**Tabla. 54**

*Cálculo de VAN*

	<b>Año 0</b>	<b>Formulación</b>	<b>total</b>
<b>Cálculos</b>	\$16,771.59	\$51,398.84	\$68,170.43
	<b>Resultado</b>	<b>Inversión inicial</b>	<b>total</b>
<b>Resultado de van</b>	\$68,170.43	-\$40,983.75	\$27,186.68

*Nota 77. Elaborado por Alexander Falcones*

**Explicación:** Para el cálculo respectivo del VAN iniciamos sumamos los valores del año 0 de \$16,771.59 junto el resultado de la formulación de tasa de descuento del 10.17% de los 5 años con una suma total de \$68,170.43 de ese resultado los restamos con la inversión inicial realizada que es de \$40,983.75 reflejando el valor actual neto de \$27,186.68 indicando que es rentables.

### 5.3. Tasa interna de retorno

La tasa de retorno interno (TIR) es una métrica financiera de evaluación donde verificamos si el valor del mismo es mayor al costo promedio ponderado según Semisterra nos indica que es “La rentabilidad media del capital invertido en el proyecto determina su viabilidad financiera, evidenciada por saldos positivos durante su ejecución” (Paola, 2018)

para una mejor perspectiva se mostrará el cálculo del TIR con los valores de los 5 años para poder verificar si nuestra inversión es rentable para poder obtener el resultado esperado.

**Tabla. 55**

*Cálculo de TIR*

<b>Inversión inicial</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
-\$40,983.75	\$16,771.59	\$19,500.37	\$7,1347.93	\$8,969.78	\$15,900.40	\$16,459.41
<b>TIR</b>	<b>27%</b>					

*Nota 78. Elaborado por Alexander Falcones*

Al realizar el cálculo correspondiente de la tasa de retorno interno se consigue un resultado de 27%

### 5.4. Periodo de recuperación de la inversión

Al invertir en una actividad comercial se tiene dos puntos principales, las cuales son recuperar el valor inicial de lo invertido y generar ganancia, en la siguiente tabla 56 se podrá evidenciar el periodo que demora MateConstruct en recuperar lo usado desde su origen de creación.

**Tabla. 56**

*Periodo de recuperación en la inversión inicial*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Financiación de accionista	\$25,009.09					
Pagos a accionista		\$9,757.78	\$9,617.02	\$10,712.76	\$11,879.97	\$12,762.61
Flujo de pago de accionista		\$9,757.78	\$19,374.80	\$20,329.78	\$22,592.73	\$24,642.57
Periodo de recuperación			2.6			

*Nota 79. Elaborado por Alexander Falcones*

Como se puede visualizar el retorno de la inversión inicial se estima dentro de 2 años y 6 meses.

### **5.5. Retorno de la inversión ROI**

El ROI es una herramienta esencial que ayuda a tomar decisiones empresariales y realizar estrategias, ellas proporcionan medidas claras y cuantitativas sobre el rendimiento de una inversión realizada ayudando de esa manera a evaluar su éxito en términos financieros.

En la siguiente tabla 57 se realizará la tabla de retorno de la cuales se utilizará la fórmula de beneficios sobre costo de inversión multiplicado para 100% dando el porcentaje de retorno de inversión.

**Tabla. 57**

*Tabla de retorno ROI*

---

Beneficio (B)
<b>ROI=</b> _____ * 100
Costo de inversión
\$126,385.27
<b>ROI=</b> _____ * 100
\$40,138.27
<b>ROI=</b> 3.72%

---

*Nota 80. Elaborado por Alexander Falcones*

El porcentaje del retorno de la inversión ROI se estima un 3.72 % de retorno

## 6. ANEXO

### Anexo 1

Instrumento de recolección de datos

#### **Encuestas de proyecto de emprendimiento**

Mi nombre es: FALCONES MIRANDA BRYAN ALEXANDER, estudiante de la Uleam de la carrera Ciencias Administrativas Contables y Comercio, el objetivo de este cuestionario es determinar la siguiente encuesta, buscar aspectos relevantes para la “Creación de una microempresa en ventas de materiales de construcción ambientalmente responsable en la ciudad de manta.” Sus respuestas serán voluntaria y anónimas por lo tanto se manejará confidencialmente.

- **Indique su género.**

Masculino

femenino

- **¿Cree usted poder distinguir la calidad de los productos que hay en el mercado para mejorar la consistencia de las construcciones?**

Si

No

- **Teniendo en cuenta al momento de comprar materiales de construcción. ¿Cuáles son los factores que observa a primera vista en el local?**

Costo de materiales

Calidad de material

Fácil acceso y comunicación

Otros

- **¿Usted le gustaría que al momento de su compra le den asesoramientos de que materiales recomendados y como se utiliza para un mejor resultado en las construcciones?**

Si

No

- **Recordando el 16 de abril del 2016 usted ¿Cree que uno de los principales factores de que las construcciones se desplomaran fue?**

Mal uso de materiales en la construcción

Materiales de baja calidad en las diferentes edificaciones

Materiales inadecuados en las edificaciones

- **Teniendo en cuenta la gran variedad de productos para la construcción que se encuentra en el mercado. ¿Usted compraría productos que sean eco amigables?**

Si

No

- **Teniendo cuenta que para una mayor resistencia y cuidado de las varillas para las construcciones. ¿Qué tipo de arena usted compraría?**

Arena de rio

Arena de playa

- **Le gustaría que la empresa le ayudara con el transporte por las compras de materiales pesados o de gran volumen.**

Si

No

- **¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza con más frecuencia a la hora de informarse de un producto?**

Facebook

Instagram

Página web

YouTube

## Bibliografía

- cedeño, J. (2019). Estudio de caso Diamante de la Competitividad de Porter y la ventaja competitiva del sector hotelero del Cantón Santa Elena – provincia de Santa Elena. *Universidad estatal península de santa elena* , 44-50. Retrieved from <https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/276/314>
- comercio, c. d. (2024). *camara de comercio*. Retrieved from camara de comercio: <https://ccm.org.ec/index.php/afiliacion/>
- Ecuadorlegal*. (2023, enero 26). Retrieved from Ecuadorlegal: <https://www.ecuadorlegalonline.com/modelos/contratos/modelo-contrato-trabajo-plazo-fijo/>
- Gob.ec. (2023, Octubre 31). *GADMC-MANTA*. Retrieved from GADMC-MANTA: <https://www.gob.ec/gadmc-manta/tramites/emision-licencia-unica-anual-funcionamiento-comercial-industrial-financiero-profesional-canton-manta>
- Hernández, o. A. (2010). alianza estrategica :adquisición o acceso al conocimiento? 267. Retrieved from <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7088/6773>
- IESS*. (2023). Retrieved from IESS: <https://www.iesgob.ec/en/web/empleador/avisos-de-entrada-y-salida>
- Linkedin. (2021). ¿Qué son la tendencias de mercado y cómo se analizan? In LinkedIn, *¿Qué son la tendencias de mercado y cómo se analizan?* Retrieved from LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-son-la-tendencias-de-mercado-y-c%C3%B3mo-se-analizan-/?originalSubdomain=es>

Luis, P. L. (2004). Población muestra Y muestreo. 69. Retrieved from <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>

Meléndez, V. (2017). *Poder de Mercado y Barreras de entreda*. Lambayeque, Perú. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10045/63428>

Montaner. (2018, julio 04). Retrieved from Montaner: <https://montaner.com/blog/ser-directivo-de-una-empresa/>

Municipio de manta. (2023). Retrieved from Municipio de manta: <https://portalciudadano.manta.gob.ec/catalogo/tramites#>

Nogales, Á. F. (2004). Investigación y técnicas de mercado. In Á. F. Nogales, *Investigacion y tecnicas de mercado* (p. 17). Madrid: ESIC. Retrieved from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LnVxgMkEhkgC&oi=fnd&pg=PA4&dq=estudio+de+mercado+&ots=iD4DgpriMd&sig=xIzufecoswpoBjQYI83oLzitL1o#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado&f=false>

Padilla, M. C. (2012). Gestión Financiera. In M. C. Padilla, *Gestión Financiera* (p. 6). Retrieved from <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=cr80DgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=que+es+financiero+&ots=is1u-GEqYd&sig=ZDC9KAcPFfWscy2Zi9R4GpDHZyo#v=onepage&q=que%20es%20financiero&f=false>

Paola, S. Q. (2018). *La viabilidad de un proyecto, el valor actual neto (VAN)*. Babahoyo, Ecuador.

Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/233603324.pdf>

Porter, M. E. (2014). Las cinco fuerzas competitivas que le dan a la estrategia. In M. E. Porter, *Las*

*cinco fuerzas competitivas que le dan a la estrategia*. Retrieved from

[https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las\\_5\\_fuerzas\\_competitivas-\\_michael\\_porter-libre.pdf](https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf)

Ruth, S. R. (2015). *Análisis FODA. Una herramineta necesaria*. Retrieved from

<https://www.academia.edu/download/84474714/sarlirfo-912015.pdf>

SAMPIMSA. (2023). *LINKEDIN*. Retrieved from LINKEDIN: ”

<https://www.linkedin.com/pulse/administraci%C3%B3n-de-operaciones-clave-para-una-producci%C3%B3n-eficiente/>

SERCOP. (2017, 12 29). *SERCOP*. Retrieved from SERCOP:

[https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)