



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA DE INGENIERÍA FORESTAL

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA
“DEKORA” EN EL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

INGENIERA FORESTAL

AUTORA: NINA PAKARI GUALÁN ZHUNLAULA
DIRECTORA: ING. CARLA SOFÍA ARGUELLO GUADALUPE

Riobamba – Ecuador

2021

@2021, Nina Pakari Gualán Zhunaula

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Nina Pakari Gualán Zhunaula, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que proviene de otras fuentes están debidamente citadas y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
Riobamba, 18 de mayo de 2021.



Nina Pakari Gualán Zhunaula

115071378-0

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA DE INGENIERÍA FORESTAL

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA "DEKORA" EN EL CANTÓN SARAGURO, PROVINCIA DE LOJA**, realizado por la señorita **NINA PAKARI GUALÁN ZHUNLAULA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Norma Ximena Lara Vásconez PRESIDENTA DEL TRIBUNAL	 ----- <small>Firmado electrónicamente por:</small> NORMA XIMENA LARA VASCONEZ	2021-05-18
Ing. Carla Sofía Arguello Guadalupe DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	 ----- <small>Firmado electrónicamente por:</small> CARLA SOFIA ARGUELLO GUADALUPE	2021-05-18
Ing. Eduardo Patricio Salazar Castañeda MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 ----- <small>Firmado electrónicamente por:</small> EDUARDO PATRICIO SALAZAR CASTANEDA	2021-05-18

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación va dedico a mi persona y a mi familia porque son parte de este proyecto personal y profesional.

Nina

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento infinito a Dios y al Universo, quienes han guiado mi camino para alcanzar y cristalizar esta meta; gracias por lo que fui, por lo que soy y seré.

Agradecida con mis padres, en especial con mi madre por su esfuerzo y apoyo incondicional creyendo siempre en mí, a mi hijo por ser mi mayor inspiración, a mis queridas hermanas Sonia y María Belén.

A mis amigo/as ESPOCH por su amistad, con los que he compartido momentos buenos y no tan buenos, en especial al Ing. Abel Isaías.

Gratitud a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad Recursos Naturales, la cual me abrió sus puertas para mi formación, así mismo a todos los docentes quienes impartieron y guiaron con sus conocimientos en especial a mi tribunal Ing. Carla Arguello e Ing. Eduardo Salazar por el apoyo brindado y llevar a cabo este trabajo de titulación.

Nina

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMMARY	xvi

CAPÍTULO I

1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1	Formulación del problema.....	1
1.2	Delimitación del problema	1
1.3	Importancia del estudio.....	1
1.4	Objetivos.....	2
<i>1.4.1</i>	<i>Objetivo General.....</i>	<i>2</i>
<i>1.4.2</i>	<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>2</i>

CAPÍTULO II

2	DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	3
2.1	Actividad a emprender	3
2.2	Marco de referencia.....	3
<i>2.2.1</i>	<i>Proyecto</i>	<i>3</i>
<i>2.2.1.1</i>	<i>Proyecto de Inversión</i>	<i>3</i>
<i>2.2.1.2</i>	<i>Proceso de formulación de un proyecto</i>	<i>4</i>
<i>2.2.2</i>	<i>Estudio de mercado</i>	<i>4</i>
<i>2.2.2.1</i>	<i>Definición del Producto.....</i>	<i>5</i>
<i>2.2.2.2</i>	<i>Análisis de la demanda</i>	<i>9</i>
<i>2.2.2.3</i>	<i>Análisis de la Oferta</i>	<i>11</i>
<i>2.2.3</i>	<i>Entorno administrativo y jurídico.....</i>	<i>14</i>

2.2.3.1	<i>Estructura Organizacional</i>	14
2.2.3.2	<i>Análisis legal</i>	14
2.2.4	<i>Estudio económico financiero</i>	14
2.2.4.1	<i>Inversión inicial</i>	14
2.2.4.2	<i>Financiamiento</i>	14
2.2.4.3	<i>Proyección de costo y gastos</i>	15
2.2.4.4	<i>Ingresos</i>	15
2.2.4.5	<i>Flujo de caja</i>	15
2.2.4.6	<i>Balance general</i>	15
2.2.4.7	<i>Valor Actual Neto</i>	15
2.2.4.8	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	16
2.2.4.9	<i>Relación costo – beneficio</i>	16
2.3	<i>Localización geográfica de la Empresa</i>	16
2.3.1	<i>Macro localización</i>	16
2.3.2	<i>Micro localización</i>	16
2.3.2.1	<i>Ubicación Geográfica</i>	17
2.3.2.2	<i>Características</i>	17
2.4	<i>Justificación</i>	18
2.4.1	<i>Validación mínima del producto</i>	19
2.5	<i>Beneficiarios</i>	19
2.6	<i>Resultados a alcanzar</i>	19
2.6.1	<i>Estudio de mercado</i>	19
2.6.2	<i>Entorno administrativo y jurídico</i>	20
2.6.3	<i>Estudio económico financiero</i>	20

CAPITULO III

3	<i>ESTUDIO DE MERCADO</i>	21
3.1	<i>Análisis de la demanda</i>	21
3.1.1	<i>Segmento de Mercado</i>	21

3.1.2	<i>Determinación de la población</i>	22
3.1.2.1	<i>Población</i>	22
3.1.2.2	<i>Muestra</i>	22
3.1.3	<i>Instrumento de recolección de datos</i>	23
3.1.4	<i>Tabulación de resultados y análisis del Estudio de Mercado</i>	23
3.1.5	<i>Demanda Histórica</i>	34
3.1.6	<i>Demanda actual</i>	35
3.1.7	<i>Demanda proyectada</i>	35
3.2	<i>Análisis de la Oferta</i>	39
3.2.1	<i>Oferta histórica</i>	39
3.2.2	<i>Oferta actual</i>	39
3.2.2.1	<i>Análisis de la Oferta Complementaria</i>	39
3.2.2.2	<i>Análisis de la Oferta Sustitutiva</i>	40
3.3	<i>Tamaño del proyecto</i>	41
3.4	<i>Distribución de la planta</i>	43
3.5	<i>Ingeniería del Proyecto</i>	44
3.5.1	<i>Cadena de valor</i>	44
3.5.1.1	<i>Actividades primarias</i>	44
3.5.1.2	<i>Actividades Secundarias</i>	45
3.5.2	<i>Modelo de Porter</i>	46
3.5.3	<i>Flujo de proceso</i>	47
3.5.4	<i>Estrategias de Marketing</i>	49
3.5.4.1	<i>Creación de la marca</i>	49
3.5.4.2	<i>Creación del slogan</i>	49
3.5.5	<i>Estrategias de la empresa</i>	49
3.5.5.1	<i>Misión y visión</i>	49
3.5.5.2	<i>Publicidad</i>	50
3.6	<i>Cronograma del proyecto</i>	51

CAPÍTULO IV

4	ENTORNO JURÍDICO.....	52
4.1	Estructura Organizacional.....	52
4.2	Análisis legal	52
4.2.1	<i>Constitución de la Empresa.....</i>	53
4.2.2	<i>Inscripción del RUC</i>	53
4.2.2.1	<i>Registro Mercantil.....</i>	54
4.2.3	<i>Patente Municipal.....</i>	55
4.2.3.1	<i>Requisitos para el pago de patente municipal.....</i>	55
4.2.4	<i>Licencia Anual de Funcionamiento.....</i>	55
4.2.5	<i>Número Patronal.....</i>	56
4.2.6	<i>Inscripción en la Superintendencia de Compañías</i>	56
4.2.7	<i>Permiso del Cuerpo de Bomberos</i>	56

CAPÍTULO V

5	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	57
5.1	Cálculo de la constitución legal de la empresa DEKORA	57
5.2	Inversión inicial	57
5.3	Financiamiento	58
5.3.1	<i>Tabla de amortización.....</i>	59
5.4	Proyección de Costos de la empresa DEKORA.....	59
5.5	Proyección de gastos de la empresa DEKORA	59
5.6	Ingresos	60
5.6.1	<i>Proyección de ingresos.....</i>	60
5.7	Estado de pérdida y ganancias.....	61
5.8	Balance General Proyectado	62
5.9	Flujo de Caja	63
5.10	Cálculo del VAN y TIR.....	63

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA
ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Simbología para el diagrama de flujo.....	13
Tabla 2-2:	Limites del Cantón Saraguro	17
Tabla 1-3:	Segmento de mercado de la empresa DEKORA	21
Tabla 2-3:	Demanda histórica	34
Tabla 3-3:	Demanda actual	35
Tabla 4-3:	Demanda proyectada	35
Tabla 5-3:	Descripción de los productos a ofrecer en la empresa DEKORA	37
Tabla 6-3:	Carpintería San Vicente, Oferta complementaria de la empresa DEKORA	39
Tabla 7-3:	Diseños de interiores AID, Oferta Sustitutiva de la empresa DEKORA.....	40
Tabla 8-3:	Tamaño del proyecto	41
Tabla 9-3:	Actividades primarias de la cadena de valor	44
Tabla 10-3:	Actividades secundarias de la cadena de valor.....	45
Tabla 11-3:	Cadena de valor de la empresa DEKORA.....	45
Tabla 12-3:	Modelo de Porter	47
Tabla 13-3:	Cronograma de actividades	51
Tabla 1-4:	Requisitos para el análisis legal.....	53
Tabla 2-4:	Requisitos para la Constitución de la empresa DEKORA.....	53
Tabla 3-4:	Requisitos para la inscripción del RUC.....	54
Tabla 4-4:	Requisitos para la inscripción en el Registro Mercantil	54
Tabla 5-4:	Requisitos para la patente municipal	55
Tabla 6-4:	Requisitos para el pago de patente municipal	55
Tabla 7-4:	Requisitos para la licencia Anual de Funcionamiento.....	55
Tabla 8-4:	Requisitos para el permiso del Cuerpo de Bomberos.....	56
Tabla 1-5:	Gastos totales de Constitución de la empresa DEKORA	57
Tabla 2-5:	Inversión inicial	58
Tabla 3-5:	Financiamiento de la empresa DEKORA.....	58
Tabla 4-5:	Tabla de Amortización	59
Tabla 5-5:	Proyección de los Costos de la empresa DEKORA	59
Tabla 6-5:	Proyección de gastos de la empresa DEKORA	59
Tabla 7-5:	Proyección de ingresos	60
Tabla 8-5:	Estado de pérdida y ganancia	61
Tabla 9-5:	Balance general proyectado.....	62
Tabla 10-5:	Flujo de Caja	63
Tabla 11-5:	Indicadores financieros.....	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2:	Piso de ingeniería.....	5
Figura 2-2:	Piso duela.....	5
Figura 3-2:	Parquet.....	6
Figura 4-2:	Tabloncillo.....	6
Figura 5-2:	Piso decks.....	7
Figura 6-2:	Escalones.....	7
Figura 7-2:	Pasamanos.....	7
Figura 8-2:	Puertas para Exteriores.....	8
Figura 9-2:	Puertas para interiores.....	8
Figura 10-2:	Vigas.....	8
Figura 11-2:	Molduras.....	9
Figura 12-2:	Pergolas.....	9
Figura 13-2:	Las 5 fuerzas de Porter.....	12
Figura 1-3:	Diagrama de distribución de las secciones de la empresa DEKORA.....	43
Figura 2-3:	Las 5 fuerzas de Porter en la empresa DEKORA.....	46
Figura 3-3:	Flujo de proceso.....	48
Figura 3-4:	Marca DEKORA.....	49
Figura 1-4:	Estructura Organizacional.....	52

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Género	23
Gráfico 2-3:	Edad.....	24
Gráfico 3-3:	Nivel de instrucción.....	24
Gráfico 4-3:	Ingresos	25
Gráfico 5-3:	Usted conoce productos para la decoración de interiores y exteriores.....	26
Gráfico 6-3:	¿De qué material prefiere? Madera o caña guadua.....	27
Gráfico 7-3:	¿Usted conoce la existencia de una empresa en Saraguro?	28
Gráfico 8-3:	¿A usted le han recomendado el uso de madera o caña guadua?	29
Gráfico 9-3:	¿Para la decoración el diseño lo prefiere rústico o industrializado?.....	30
Gráfico 10-3:	¿Cuál de los siguientes productos usted compraría para la decoración?.....	31
Gráfico 11-3:	¿Qué criterios utilizaría para comprar productos para la decoración?	32
Gráfico 12-3:	¿Cuál sería su presupuesto para la adquisición de productos?	33
Gráfico 13-3:	¿Cómo le gustaría comprar los productos para la decoración?.....	34

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA PILOTO DEL ESTUDIO DE MERCADO.

ANEXO B: EVIDENCIAS DE LAS ENCUESTAS EJECUTADAS.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación ha sido desarrollado para determinar la factibilidad en la implementación de la empresa DEKORA, en el cantón Saraguro, provincia de Loja. Los beneficiarios del proyecto de emprendimiento a ejecutar serán, tanto los ofertantes como los demandantes; es decir, se dinamiza la economía para los proveedores, fuente de empleo para los trabajadores y productos garantizados para la población demandante. Para el desarrollo de la investigación se ha recolectado la información mediante la aplicación de encuestas a la población económicamente activa: se logró determinar la oferta actual, demanda actual y la demanda insatisfecha; se aplicó un estudio de mercado, estudio jurídico y estudio económico financiero, el cual nos permitió determinar la inversión, financiamiento y flujo de caja obteniendo los siguientes resultados: tasa de descuento de 23%, valor actual neto (+VAN) \$ 269.675,65, una tasa interna de retorno (TIR) 223%, relación beneficio costo (RBC) \$1,72 y el periodo de recuperación al primer año. La inversión que se necesita para poner en marcha el proyecto es de 48.101,29 dólares, cabe mencionar que para la implementación del mismo el financiamiento estará dado por el 50% por fondos propios y el 50% con crédito bancario a Banco de Guayaquil con una tasa de interés del 16,50% a un plazo de 5 años, pagando una cuota mensual de 591,27 dólares. Mediante el análisis de estos indicadores se concluye la viabilidad del proyecto y se recomienda su ejecución.

Palabras clave: <PLAN DE NEGOCIO>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <ENTORNO JURÍDICO>, <ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO>, <SARAGURO (CANTÓN)>.



Firmado electrónicamente por:
**JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS**

09-06-2021

1207-DBRA-UTP-2023


SUMMARY

This research aimed to determine the feasibility in the implementation of the DEKORA company, in Saraguro city, Loja province. The beneficiaries of the entrepreneurship project will be both the bidders and the claimants. In other words, the economy is boosted for suppliers, a source of employment for workers and guaranteed products for the demanding population. For the development of the research, the information has been collected by applying surveys to the economically active population. It was possible to determine the current supply, the current demand, and the unsatisfied demand. A market, legal, and economic-financial study were applied in order to determine the investment, financing and cash flow, obtaining the following results: discount rate of 23%, net present value (+ NPV) \$ 269675.65, an internal rate of return (IRR) 223%, cost benefit ratio (CBR) \$ 1.72 and the payback period to the first year. The investment needed to start the project is \$ 48101.29. It is important to mention that for the implementation of it, 50% of financing will be given by own funds and the other 50% by bank credit from Banco de Guayaquil with a rate 16.50% interest for a 5-year term, paying a monthly fee of \$ 591.27. The viability of the project is concluded, and its execution is recommended according to the analyzed indicators.

Key words: <BUSINESS PLAN>, <MARKET STUDY>, <LEGAL ENVIRONMENT>, <FINANCIAL ECONOMIC STUDY>, <SARAGURO (CANTÓN)>.

Riobamba, June 14, 2021

Translated by:

 Firmado digitalmente
por DENNYS VLADIMIR
TENELANDA LOPEZ
Fecha: 2021.06.13
22:56:33 -05'00'

Mgs. Dennys Tenelanda López
PROFESSOR OF EFL

CAPÍTULO I

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad la ciudadanía del Cantón Saraguro y sus alrededores han ido dejando a un lado la utilización de productos de la madera, forjando así, a las nuevas generaciones la elección de construcciones y decoraciones convencionales, esto conlleva a un impacto ambiental, el consumismo de materiales comunes como hormigón y acero, pérdida de cultura y desconocimiento para las generaciones futuras.

1.1 Formulación del problema

Detectamos que no existen empresas a nivel del mercado en el Cantón Saraguro que ofrezcan productos para la decoración de interiores y exteriores en madera y caña guadua, así mismo la falta de conocimiento de la existencia de éstos producto hace que la ciudadanía opte por los materiales convencionales.

1.2 Delimitación del problema

Plan de negocio para la empresa DEKORA ubicada en el cantón Saraguro, provincia de Loja con el fin de conocer si existe viabilidad económica, social y financiera.

1.3 Importancia del estudio

- Es importante porque consideramos una oportunidad de negocio, que, por medio de un estudio de mercado, Jurídico y estudio económico financiero, se analizará factores externos e internos que influyan directamente en el desarrollo y nos permita ver la factibilidad o no, del proyecto.
- Es fundamental conocer cuanta influencia, conocimientos y gustos tienen los ciudadanos en productos de la madera y caña guadúa, de esta manera conocer su perfil y acogida.
- La ciudadanía debe conocer los grandes beneficios que se obtiene al usar decoraciones de interiores y exteriores de madera y caña guadúa; gracias a las propiedades físicas y químicas entre ellas: transmite beneficios bio favorables como es la energía almacenada, no forman

barreras de vapor, existe un intercambio de oxígeno y humedad con el ambiente a pesar de haber sido ya cortada.

- Cabe recalcar que también es importante este estudio para comparar los resultados esperados con los obtenidos.
- Es fundamental tener un estudio y plan de negocio para el otorgamiento del crédito bancario.
- Es importante, puesto a que se determinará las herramientas y estrategias a tomar; es decir, será nuestra guía para la acción correcta y no realizar improvisaciones.
- Finalmente, este plan de negocio ayudará al desarrollo de futuros emprendimientos con enfoques similares, beneficiándose de tácticas y estrategias planteadas y por supuesto de los resultados que se obtendrá.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para la empresa DEKORA ubicada en el cantón Saraguro, provincia de Loja con el fin de conocer si existe viabilidad económica, social y financiera.

1.4.2 Objetivos específicos

- Conocer la demanda y la oferta de productos para la decoración de interiores y exteriores en donde se diseñará el tamaño del proyecto en el cantón Saraguro.
- Establecer la estructura administrativa y legal que permitirá eficiencia en el servicio al cliente y el buen funcionamiento de la empresa.
- Estimar el valor de inversión para la ejecución de la empresa DEKORA y la viabilidad económica y rentable del proyecto.

CAPÍTULO II

2 DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Actividad a emprender

Este proyecto de emprendimiento que lleva por nombre DEKORA permite implementar al mercado local y a la venta de productos para la decoración de interiores y exteriores enfocados principalmente en pisos de ingeniería, así también duelas, parquet, molduras, vigas, revestimientos interiores, etc, fabricado con especies de *Eucalyptus globulus* (eucalipto), *Guadua angustifolia* (caña guadua), *Hieronyma alchorneoides* (mascarey), *Humiriastrum spp.* (chanul), *Pinus patula* (pino), *Pinus radiata* (pino), *Piptocoma discolor* (pigüe) y *Tectona grandis* (teca); la empresa al ofrecer estos productos busca marcar tendencia y exclusividad con un estilo rústico, recalcando así las combinaciones de acuerdo a sus texturas, colores, tonos y formas que la naturaleza les otorga; DEKORA marcará la diferencia haciendo hincapié en sus productos de calidad, durabilidad e innovación.

Por lo anterior descrito, el presente documento corresponde al plan de emprendimiento para la creación de la empresa DEKORA en el Cantón Saraguro, Provincia de Loja.

2.2 Marco de referencia

2.2.1 Proyecto

Es el conjunto de objetivos establecidos que buscan la solución de un problema, o a su vez, es la oportunidad de negocio: que encamina a crear un nuevo emprendimiento (Coronel, 2005, p.4).

2.2.1.1 Proyecto de Inversión

Se define como el conjunto de precedentes, partiendo de un estudio de mercado, técnico, legal y financiero, y estimado desde un contexto actual y futuro, permitirá ver la factibilidad o no del negocio (Coronel, 2005, p.5).

Los proyectos responden a objetivos económicos y sociales.

- **Proyecto económico**

Su evaluación es económica y mide la rentabilidad, se calcula a partir de la inversión a ejecutar con relación a las utilidades y costos a cubrir; el proyecto económico maximizan los beneficios (Coronel, 2005, p.6).

- **Proyecto social**

El proyecto social evalúa los costos-beneficios que proporcionará a la sociedad por medio de modificaciones como la demanda, precio, mano de obra, etc. resultado del emprendimiento; el proyecto social reside en brindar servicios a la sociedad (Coronel, 2005, p.6).

Nuestro negocio está enfocado en el proyecto económico.

2.2.1.2 Proceso de formulación de un proyecto

La empresa DEKORA considera 3 etapas para el diseño, elaboración y análisis de un proyecto:

- Estudio de mercado
- Entorno Jurídico
- Estudio económico financiero

2.2.2 Estudio de mercado

En el estudio de mercado se determina y se calcula la demanda y oferta, se analiza los precios y el estudio de comercialización (Baca, 2010, p.26).

“se entiende por mercado al área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados” (Baca, 2010, p.26).

El estudio de mercado se basa en los siguientes análisis:

Definición del producto

Análisis de la demanda

Análisis de la oferta

2.2.2.1 Definición del Producto

Es el conjunto de atributos y beneficios que cumple una necesidad o satisfacción, se identifica por un nombre y posee bienes tangibles (color, forma, tamaño) e intangibles (función, marca) (Stanton et al., 2007: p. 250).

- Pisos de ingeniería

Es un piso laminado formada por tres capas, la capa superior es madera tropical selecta o madera fina de plantación, la capa intermedia e inferior está hecha de tablitas de pino o tablero contrachapado de láminas de madera sólida tratada (plywood fenólico), se presenta listo para instalar y en caso de accidentes puede ser lijado (Madel, 2015).



Figura 1-2: Piso de ingeniería

Fuente: Madel, 2015.

- Pisos Duela

Son piezas de madera tropical sólida selecta machihembrada a los 4 lados, puede ser pulida sin perder sus características; es secado bajo condiciones controladas para mantener su estabilidad una vez instalada (Madel, 2015).



Figura 2-2: Piso duela

Fuente: Madel, 2015.

- Pisos Parquet

El parquet son piezas de madera sólida y maciza, compuesta de varias capas de madera fina acoplada y dispuesta, se puede cepillar y barnizar aumentando su durabilidad en el aspecto estético, se presentan entre 10 a 16mm (Decorcasas, 2018).



Figura 3-2: Parquet

Fuente: Madel, 2015.

- Pisos Tabloncillo

Los pisos de tabloncillo son piezas de madera sólida que con el paso del tiempo puede ser restaurado, pulido y lacado recobrando el estado original; estos se presentan entre 15 a 17cm de ancho y 2,2 cm de grosor (Experpisos, 2018).



Figura 4-2: Tabloncillo

Fuente: Madel, 2015a.4

- Pisos deck

Los pisos deck son de madera sólida, en la cara superior traen inserto biseles moldurado, se arman con pernos en bases de la misma madera (Madel, 2015a).

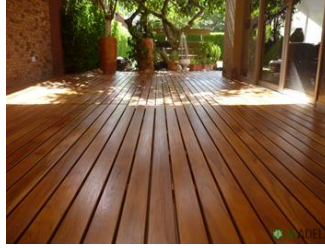


Figura 5-2: Piso deck

Fuente: Madel, 2015a.

- Escalones

Son piezas de madera sólida o de ingeniería que nos permite comunicar dos planos de una casa o edificio que se encuentran en otro nivel, su pendiente está comprendida entre 15° a 60° (AITIM, 2015).



Figura 6-2: Escalones

Fuente: Madel, 2015b.

- Pasamanos

Son piezas de madera elegante por sus detalles que se ajustan a una estructura de madera a una altura constante que sirve de apoyo a los usuarios (AITIM, 2015).

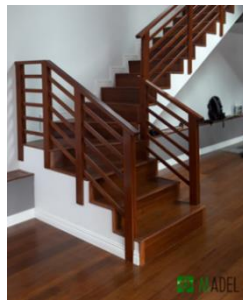


Figura 7-2: Pasamanos

Fuente: Madel, 2015b.

- Puertas principales e interiores

Su estructura puede ser de madera maciza, chapa o tablero, permite comunicación entre distintas dependencias (AITIM, 2015).



Figura 8-2: Puertas para Exteriores

Fuente: Madel, 2015b.



Figura 9-2: Puertas para interiores

Fuente: Madel, 2015b.

- Viga

Elemento estructural de madera seca y tratada, encolada y prensada horizontal o vertical con pegamentos de alta resistencia a la humedad de uso exterior o interior (Madel, 2015d).



Figura 10-2: Vigas

Fuente: Madel, 2015d.

- Molduras

Son piezas decorativas elaboradas con madera tropical; poseen relieves y trazados que se usa para diferentes obras (Madel, 2015c).



Figura 11-2: Molduras

Fuente: Madel, 2015c

- Pérgolas

Son piezas estructurales de madera tratada, formado por dos pilares que soportan vigas y correas transversales de forma cuadrada o redonda (equidesa, 2018).

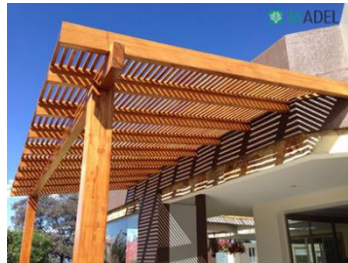


Figura 12-2: Pérgolas

Fuente: Madel, 2015b.

2.2.2.2 *Análisis de la demanda*

El análisis de la demanda es determinar y cuantificar la cantidad de un bien que los clientes van a adquirir; se fundamenta en las necesidades de los consumidores del producto o servicio (Orjuela y Sandoval, 2002: p. 55).

- Demanda Histórica

La demanda histórica nos permite identificar y analizar el avance del mercado en los últimos años e identificar la influencia directamente en los resultados actuales (Orjuela y Sandoval, 2002: p. 59).

- Demanda actual

La demanda actual nos permite determinar el volumen de los bienes o servicios que los clientes actuales están dispuestos en consumir, es decir, determinar ya una parte del mercado que nos garantice éxito de seguir adelante en el proyecto (Orjuela y Sandoval, 2002: p. 60).

- Demanda proyectada

La demanda proyectada se fundamenta en el comportamiento que un bien o servicio puede tener en el tiempo, asumiendo que los factores que condicionan el consumo histórico del bien o servicio actuaran en el futuro (Vallejo, 2016, p. 97).

- Demanda Insatisfecha

Con relación a su probabilidad la demanda insatisfecha indica la insatisfacción de los productos o servicios al no tener acceso o a su vez no alcanza a cubrir las exigencias del mercado (Vallejo, 2016, p. 96).

- Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es el proceso que se fundamenta en dividir el mercado total de un bien o servicio en subsegmentos específicos, su enfoque está orientado hacia el consumidor (Contreras, 2003).

No existe una forma de segmentación es por eso que se detalla las variables utilizadas:

- Segmentación geográfica

En la segmentación geográfica se divide en varias unidades geográficas como naciones, regiones, provincias, cantones, ciudades operando en todas o en un área (Contreras, 2003).

- Segmentación demográfica

En la segmentación demográfica se divide en grupos centrados en variables demográficos como el género, edad, el tamaño de la familia, nivel de ingresos (Contreras, 2003).

- Universo de estudio

- Población

Una población es el conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes y de los que se desea conocer algo en específico en una investigación (Walls, 2011).

- Muestra

La muestra es una representación significativa en donde se estudia las características de un conjunto menor a la población global, generalmente con un error no superior al 5% (Walls, 2011).

2.2.2.3 *Análisis de la Oferta*

En el análisis de la oferta se investiga y se estudia el producto o servicio que se va a lanzar en el mercado. Se conoce las condiciones de producción de las empresas proveedoras con relación a la situación actual y futura, proporcionando bases para la implementación del proyecto en condiciones de competencia existentes (Carrasquero, 2004).

- Análisis de la oferta sustitutiva

Se entiende como bienes sustitutos a los productos/ servicios que puede ser reemplazados a cambio del que se va a elaborar/ ofrecer alcanzando una satisfacción de necesidad similar (Duarte y Soto, 2006: p. 64).

- Análisis de la oferta complementaria

Se entiende como bienes complementarios a los productos/ servicios que sirven de ayuda y atracción al mismo; no están destinados a satisfacer las mismas necesidades y como regla general para tener éxito, deberá existir mayores bienes complementarios y menores sustitutos para mayores oportunidades (Duarte y Soto, 2006: p. 64).

- Ingeniería del proyecto

- Cadena de valor

Es el análisis de cada una de las actividades que constituye la empresa, que busca determinar ventajas competitivas; que se alcanza cuando la empresa desarrolla las actividades de su cadena de manera menos costosa (Porter, 1980; citados en Arinamy, 2010).

- Modelo Porter

Una de las herramientas de gran utilidad para un proyecto a ejecutar es el modelo de Porter, en donde nos permite examinar y calcular sus recursos, permitiendo proyectar estrategias mediante un análisis de fortalezas y oportunidades y distinguir debilidades y amenazas (Porter, 1979; citado en Riquelme, 2015).



Figura 13-2: Las 5 fuerzas de Porter

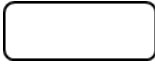

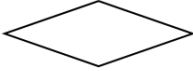


Fuente: Porter, 1979; citado en Riquelme, 2015.

- Diagrama de flujo

El diagrama de flujo es en donde se plasma gráficamente los procesos y subprocesos, permite conocer la amplitud, sus tiempos y actividades en donde cada paso es representado por un símbolo diferente con la descripción de la etapa; los símbolos del flujo se encuentran unidos con flechas que muestran el proceso y su relación (Gilbreth, F y Gilbreth, L, 1921; citado en Aiteco consultores S.L, S.f.).

A continuación, se detalla la simbología con el significado, utilizado para puntualizar cada uno de los procesos.

Tabla 1-2: Simbología para el diagrama de flujo

Símbolo	Concepto
	Terminal: Indica el inicio y el final del flujo del proceso.
	Actividad: Indica la actividad llevada a cabo en el proceso.
	Decisión: Señala un punto en el flujo en donde se debe tomar una decisión.
	Impresión: Salida externa del documento a través del papel.
	Conector: Es el output de esa parte del diagrama de flujo que servirá como input para otro diagrama.

Fuente: Gilbreth, F y Gilbreth, L, 1921; citado en Aiteco consultores S.L, S.f.

Realizado por: Gualán, 2021.

- Marketing del proyecto

- Creación de la marca

La marca es la identidad y lo que le representa a una organización, nos permite sintetizar el ¿Quién soy?, ¿Qué me hace único? Y ¿por qué hago lo que hago? (Skliarevsky, 2018).

- Creación del slogan

El slogan es una frase breve que nos permite dar a conocer una frase inspiradora en la campaña publicitarias y está relacionada directamente con la marca (Skliarevsky, 2018).

- Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación cuyo fin es convencer a un grupo específico acerca de un bien o servicio con el objeto de atraer clientes (Thompson, 2005).

- Cronograma del proyecto

El cronograma del proyecto nos permite proyectar en base al tiempo, cada una de las actividades con el objetivo de determinar el tiempo total (inicio y fin del proyecto) (Recursos en project management, 2014).

2.2.3 Entorno administrativo y jurídico

2.2.3.1 Estructura Organizacional

Se define a la estructura organizacional como el conjunto de funciones que cada unidad debe cumplir y su relación de comunicación entre las mismas (Strategor, 1995; citado en Parra y Liz, 2009, p. 3).

2.2.3.2 Análisis legal

Mediante el análisis legal se define el tipo de sociedad a ejecutar, se determina las requisitos, pautas y trámites legales que permiten el cumplimiento establecido por la legislación vigente (Alfaro, 2002).

2.2.4 Estudio económico financiero

El análisis financiero es la herramienta más importante, puesto a que mediante el análisis económico - financiero nos facilita a la toma de decisión correcta. Analiza el área operativa con respecto al endeudamiento, solvencia, nivel de rendimiento y liquidez y la rentabilidad de la misma (Nava, 2009).

2.2.4.1 Inversión inicial

Es una estimación que nos permite cuantificar el valor a invertir, se basa en un presupuesto enfocado en un determinado tiempo; el mismo que puede durar más de un año (Peña, 2018).

2.2.4.2 Financiamiento

El financiamiento es la acción para la captación de recursos financieros y materialización del proyecto; puede ser cubierta tanto por aportes de los socios y por una deuda a terceros, se estima que el 65% sea por inversión de socios y el 35% por una deuda (Peña, 2018).

2.2.4.3 *Proyección de costo y gastos*

La proyección de costo y gasto es la herramienta para la puesta en marcha del emprendimiento, pues indica los objetivos a alcanzar y monitorizan la realización del mismo y se calcula de acuerdo al estudio de mercado (Proyecciones financieras, S.f.).

2.2.4.4 *Ingresos*

El ingreso es el conjunto de ganancias o beneficios como resultado de una transacción económica alcanzada por una entidad y a su vez permite un desarrollo de la misma; son la clave del capital - patrimonio de una empresa (Gascó, 2019).

Del mismo modo el ingreso constituye el principal elemento motivador del desarrollo productivo de forma tal que de verificarse un incremento de los mismos de forma directamente proporcional se incrementará la actividad productiva, así como también su calidad, efectividad y eficiencia.

2.2.4.5 *Flujo de caja*

El flujo de caja nos indica los ingresos y egresos de efectivo de la empresa dentro de un lapso determinado, este nos permite analizar la capacidad de la empresa en el pago del préstamo y medir su rentabilidad en recursos (Gómez, 2017).

2.2.4.6 *Balance general*

El balance nos indica el estado financiero de la empresa, al igual que sus activos, pasivos y patrimonio al final de un periodo de análisis, la verificación de un balance bien desarrollado es la diferencia de los activos menos los pasivos y patrimonio (Peña, 2018).

2.2.4.7 *Valor Actual Neto*

También llamado VAN nos permite tomar la decisión de: si una inversión es o no efectuable, con una relación de coste adquisición con la suma de los flujos netos producto de la inversión durante los periodos de vida útil; así también si el $VAN > 0$, la inversión será rentable, $VAN = 0$, la inversión será indiferente y si $VAN < 0$, la inversión será rechazada (Agentes Locales de Promoción de Empleo - Diputación de Almería, 2011).

2.2.4.8 *Tasa Interna de Retorno*

La TIR, se expresa en términos porcentuales siendo una herramienta para tomar decisión si el negocio es rentable o no, si la TIR es igual a la rentabilidad mínima el VAN=0; TIR> rentabilidad mínima VAN es positivo es decir el proyecto es viable, caso contrario no será rentable (Peña, 2018).

2.2.4.9 *Relación costo – beneficio*

“La relación costo/beneficio nos indica si los resultados financieros de una alternativa son suficientes para justificar el costo en el caso de tomar esa alternativa” cabe recalcar que el proyecto es aceptado si la relación como inversión si es mayor o igual a la unidad (Gómez, 2017, pp. 15-16).

2.3 Localización geográfica de la Empresa

La determinación de la ubicación geográfica es tan relevante que mediante este análisis alcanzaremos el éxito o fracaso del negocio, cabe recalcar que no solo se considera criterios económicos si no estrategias (Gómez, 2001, p. 65).

La correcta ubicación nos permite maximizar la rentabilidad del proyecto; el estudio de localización se subdivide en macro localización y micro localización en detalle a continuación.

2.3.1 *Macro localización*

La macro localización indica la ubicación de la macro zona en donde estará situado el emprendimiento (Gómez, 2001, p. 65).

El proyecto se establecerá en la provincia de Loja, cantón Saraguro.

2.3.2 *Micro localización*

La micro localización nos permite asignar el sitio exacto en donde va estar ubicado nuestro proyecto (Gómez, 2001, p. 65).

Micro localización: Cantón Saraguro

Población: El cantón Saraguro tiene una población de 30.183 habitantes (INEC, 2010).

2.3.2.1 Ubicación Geográfica

De acuerdo con GADMIS (2015, p. 12), el cantón Saraguro posee una latitud: 3° 31' 38" de latitud sur, y 79° 43' 41" de longitud oeste, una superficie: 1.080km y altitud: 2.525msnm; sus límites son:

Tabla 2-2: Límites del Cantón Saraguro

Límites	
Norte	Provincia del Azuay
Sur	Cantón Loja
Este	Provincia de Zamora Chinchipe
Oeste	Provincia de El Oro

Fuente: GADMIS Saraguro, 2015.

Realizado por: Gualán, 2021.

2.3.2.2 Características

- **Social**

Según la Secretaría Técnica para la Erradicación de la Pobreza en el cantón Saraguro por Necesidades Básicas Insatisfechas es del 9,4% con relación a la provincia de Loja. De acuerdo a las Necesidades Básicas Insatisfechas (personas) a nivel del cantón es de 86,81% (INEC, 2010b).

De acuerdo al censo y población 2010, la tasa de analfabetismo en el cantón Saraguro es de 15.5% con relación a la provincia de Loja, teniendo mayor impacto en el área rural con 17,55% y el área urbana con 3,76%. (INEC, 2010; citado GADMIS SARAGURO, 2015).

- **Económico**

La economía del cantón Saraguro ha mejorado de acuerdo al censo 2010 con relación a los años anteriores, pues el sector primario se encuentra liderando con el 61%, el sector terciario con el 26% y el sector secundario con el 13%, cabe recalcar que la migración del campo a la ciudad ha permitido asociar al desarrollo de actividades en el ámbito urbano.

La población en edad para trabajar (PEA) en el cantón Saraguro es de 11 266 habitantes (49.4%) y la población inactiva o dependiente (PEI) es de 11 518 habitantes (50.5%), con respecto a la provincia de Loja, Saraguro está con un porcentaje del 6,4% de PEA (INEC, 2010).

- **Cultural**

El cantón Saraguro, está ubicado en el norte de la provincia de Loja y al sur del Ecuador, cuya superficie es de 1080.70 Km² (108270.25 ha); su altitud varía desde 1000 – 3800 msnm su cabecera cantonal es Saraguro que se encuentra a una altitud de 2485 msnm. Sus límites al norte: Provincia del Azuay, sur: Cantón Loja, este: Provincia de Zamora Chinchipe y al oeste: Provincia de El Oro (GADMIS Saraguro, 2015).

Conforme al censo y población 2010, la población del cantón Saraguro es de 30.183 habitantes, siendo 53,21 mujeres y 46,79 hombres, así mismo, el 86,64% pertenecen al área rural y el 13,36% al área urbano (INEC, 2010; citado en GADMIS Saraguro, 2015).

De acuerdo al censo y población 2010, el grupo étnico de Saraguro se autoidentifica como mestiza el 63,46%, indígena con el 34,81%, blanca con un 1,15%, y el 0.48% como montubia, mulata y negra, dando el 100% de la población saragureña (INEC,2010; citado en GADMIS Saraguro, 2015)

2.4 Justificación

El Cantón Saraguro actualmente se encuentra en un constate desarrollo, y en vista del conocimiento ya existente de la necesidad en el mercado como son los pisos de ingeniería, decoraciones de interiores y exteriores en madera y caña guadua, se ha podido evidenciar que existen personas interesadas en adquirir estos productos, por lo cual, tienen que trasladar a ciudades como Cuenca, Riobamba y Quito para poder obtener. Por tal motivo, se pretende crear la empresa DEKORA que estará ubicada en el cantón Saraguro de la provincia de Loja; la misma que cubrirá la demanda ya existente y a su vez propondrá alternativas de los mismos a la ciudadanía en general, de esta manera alcanzar construcciones sostenibles causando un mínimo impacto en el medio ambiente y ofreciendo a nuestros clientes productos de calidad y garantizados.

Nos encontramos en la etapa de evolución y auge de la madera, que, por medio de avances tecnológicos, nuevos sistemas de procesamiento nos proporcionan sostenibilidad, seguridad, y eficiencia. Por lo tanto, es primordial que Ecuador cambie su enfoque en la matriz productiva de la construcción reemplazando así las estructuras convencionales por las construcciones y decoraciones con madera, caña guadua u otros materiales alternativos.

Cabe recalcar que a la caña guadua se considera como una oportunidad, debido a que este recurso no ha sido explotado ni industrializado en esta zona, beneficiando a los pequeños productores.

Así también, aprovechando la madera como una alternativa positiva de la construcción convencional.

2.4.1 Validación mínima del producto

Nuestro proyecto más allá de marcar tendencia y elegancia, pretendemos mejorar el bienestar de nuestros clientes, la decoración en espacios interiores con madera crea estímulos directos para una “conexión” entre la persona y la naturaleza alcanzando confort y armonía. Salingaros y Mehaffy (2015) sostienen que "Buscamos legibilidad y significado en nuestro ambiente, y somos repelidos por los ambientes que no nos entregan significado". A través de su calidez, texturas, vetas, tonos, colores variables de los pisos, piezas de madera y formas orgánicas reemplazarán a espacios asépticos y agobiantes, evitando así áreas rectas y cuadrados que nos crea estrés; además está dirigido para distintos entornos ya sea: familiar, laboral y oficina, comercial, cultural y de ocio.

2.5 Beneficiarios

Los beneficiarios del proyecto de emprendimiento a ejecutar serán, tanto los ofertantes como los demandantes; es decir, se dinamiza la economía para los proveedores, fuente de empleo para los trabajadores y productos garantizados para la población demandante.

2.6 Resultados a alcanzar

Se desarrollará los siguientes temas:

2.6.1 Estudio de mercado

- Se conocerá la demanda y oferta de acuerdo a las encuestas ejecutadas y segmentación de mercado.
- Se establecerá el tamaño de la empresa.
- Se diseñará la distribución de la planta
- Análisis de la cadena de valor

- Se diseñará el flujo operacional
- Se establecerá estrategias para la empresa

2.6.2 *Entorno administrativo y jurídico*

- Se establecerá la estructura organizacional
- Se analizará el entorno jurídico

2.6.3 *Estudio económico financiero*

- Se determinará la inversión inicial.
- Se determinará el financiamiento.
- Se realizará la proyección de costos y gastos del proyecto.
- Se determinará los ingresos y su proyección.
- Se estimará el estado de pérdida y ganancia del proyecto.
- Se realizará el balance general del proyecto.
- Se estimará el flujo de caja.

CAPITULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Análisis de la demanda

3.1.1 Segmento de Mercado

Para la segmentación de nuestro proyecto de decoración de interiores y exteriores a base de madera y caña guadua se ha considerado las siguientes variables como se observa en el siguiente cuadro.

Tabla 1-3: Segmento de mercado de la empresa DEKORA

Variables	Desarrollo
Segmentación geográfica	País: Ecuador Provincia: Loja Cantón: Saraguro
Segmentación demográfica	Tipo de Persona: Naturales o Jurídicas Género: Masculino y femenino Edad: Mayor de edad Nivel de ingresos: Superior a \$300,00 mensuales
Segmentación psicográfica	Personalidad: Emocional Estilo de vida: Buena Estatus social: GSE A, B, C+ Actividad: Indeterminada

Fuente: Entrevista directa, 2020.

Realizado por: Gualán, 2021.

Consideramos a nuestros clientes potenciales a todos los profesionales como son los arquitectos, ingenieros civiles y artesanos de carpintería, puesto a que, llevan contratos de construcción y decoraciones de interiores y exteriores directamente con los clientes, así también a nuestros clientes ideales como es la ciudadanía; dirigido a personas de género masculino y femenino mayor a 20 años de edad económicamente activa, que tengan un ingreso mensual de \$300.00, con una personalidad emocional, que llevan un estilo de vida bueno y su estatus social perteneciente al GSE A,B,C+, excluyendo a dos grupos de GSE (C- Y D) puesto a que, nuestro producto es de calidad industrializado combinada con la tecnología por lo que tendrá un valor agregado.

3.1.2 *Determinación de la población*

3.1.2.1 *Población*

En la actualidad, el cantón Saraguro tiene una población de 30.183 habitantes que se encuentra integrado por una parroquia urbana: Saraguro y diez parroquias rurales: San Pablo de Tenta, Paraíso de Celen, Selva Alegre, Lluzhapa, Manú, San Sebastián de Yúluc, Urdaneta, San Antonio de Cumbe, El Tablón y Sumaypamba.

3.1.2.2 *Muestra*

El tamaño de la muestra se determinó tomando el valor de la población del cantón Saraguro de acuerdo a la población económicamente activa (PEA) siendo de 11.266 habitantes (49%).

- **Cálculo de la muestra**

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula para población finita con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%.

En donde:

N= tamaño de la población

σ = nivel de confianza (1,96)

p=probabilidad de éxito (0,5)

q=probabilidad de fracaso (0,5)

e= porcentaje de error admitido (5%)

$$n = \frac{\sigma^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + \sigma^2 * p * q}$$

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{1,96^2 * 11266 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(11266 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

n = 372 personas a encuestar.

Se determinó que la muestra para el estudio de mercado es de 372 personas saragurenses económicamente activas, a quienes se les aplicó un modelo de encuesta de forma explorativa.

3.1.3 Instrumento de recolección de datos

Encuesta de Estudio de Mercado; Encuesta Piloto: Ver Anexo A.

3.1.4 Tabulación de resultados y análisis del Estudio de Mercado

La encuesta piloto está formulada por 9 preguntas las mismas que fueron aplicadas a 372 personas en la ciudad de Saraguro.

Resultados

Género

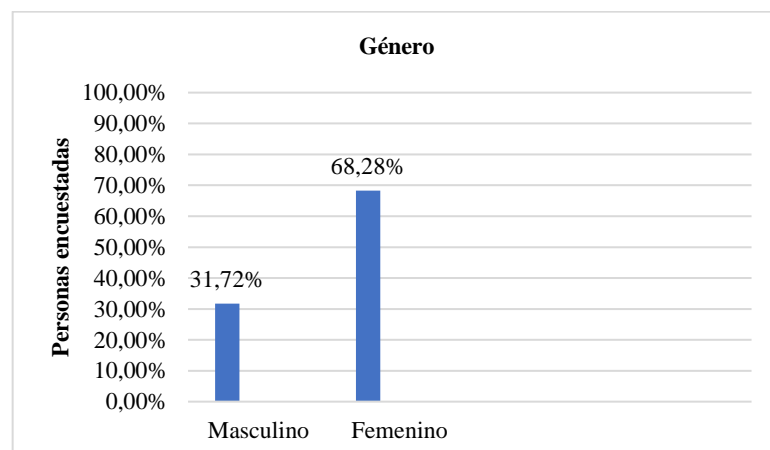


Gráfico 1-3: Género

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De acuerdo a las 372 encuestas realizadas indica que el 68,28% son de género masculino y el 31,72% de género femenino del Cantón Saraguro; la mayoría de los encuestados son de género masculino.

Edad

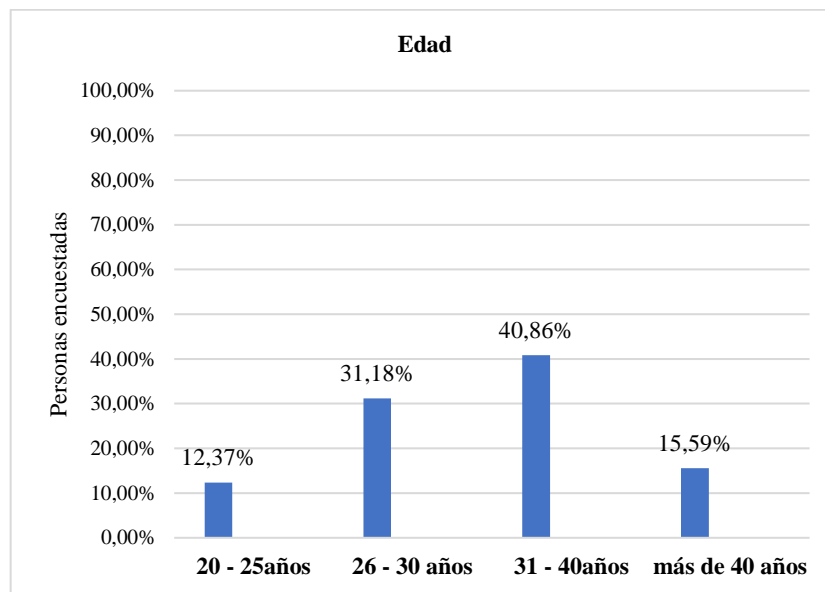


Gráfico 2-3: Edad

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De acuerdo a las 372 encuestas realizadas indica que el 12,37% tienen un rango de edad entre 20 – 25 años, el 31,18% se encuentran de 26 – 30 años, el 40,86% entre 31 – 40 años y el 15,59% de 40 años en adelante; la mayoría de los encuestados se encuentran en un rango de 31 a 40 años.

Nivel de Instrucción

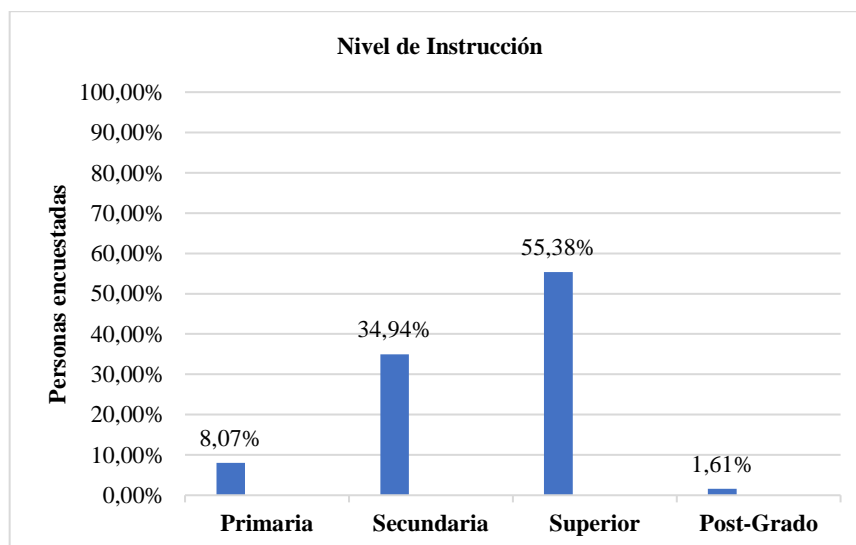


Gráfico 3-3: Nivel de instrucción

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De acuerdo a las 372 encuestas realizadas indica que el 55,38% tienen un nivel de instrucción superior, el 34,94% es secundaria, el 8,07% es primaria y el 1,61% tienen un nivel de instrucción de Post – Grado; la mayoría de los encuestados tienen un nivel de instrucción superior.

Nivel de Ingresos

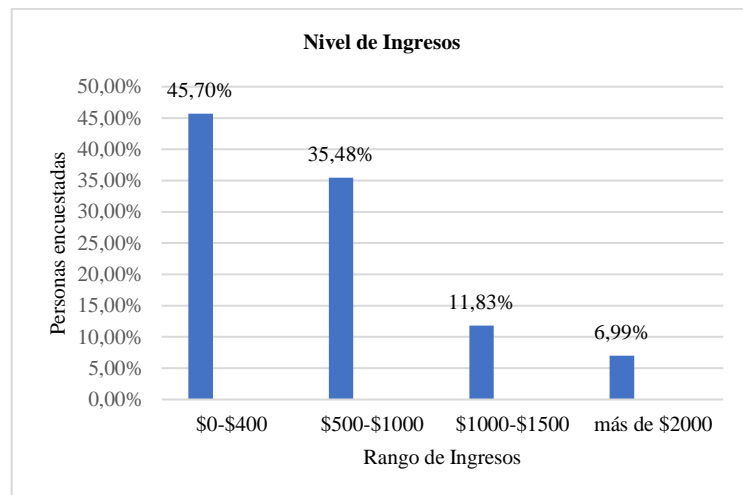


Gráfico 4-3: Ingresos

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De acuerdo a las 372 encuestas realizadas indica que el 45,70% tienen un nivel de ingresos de \$0 - \$400, el 35,48% se encuentran en un rango de \$500 - \$1000, así mismo el 11,83% tienen ingresos de \$1000 - \$1500 y finalmente el 6,99% tienen más de \$2000 de ingresos mensuales.

1. Usted conoce productos para la decoración de interiores y exteriores elaborados a base de madera y Caña Guadua.

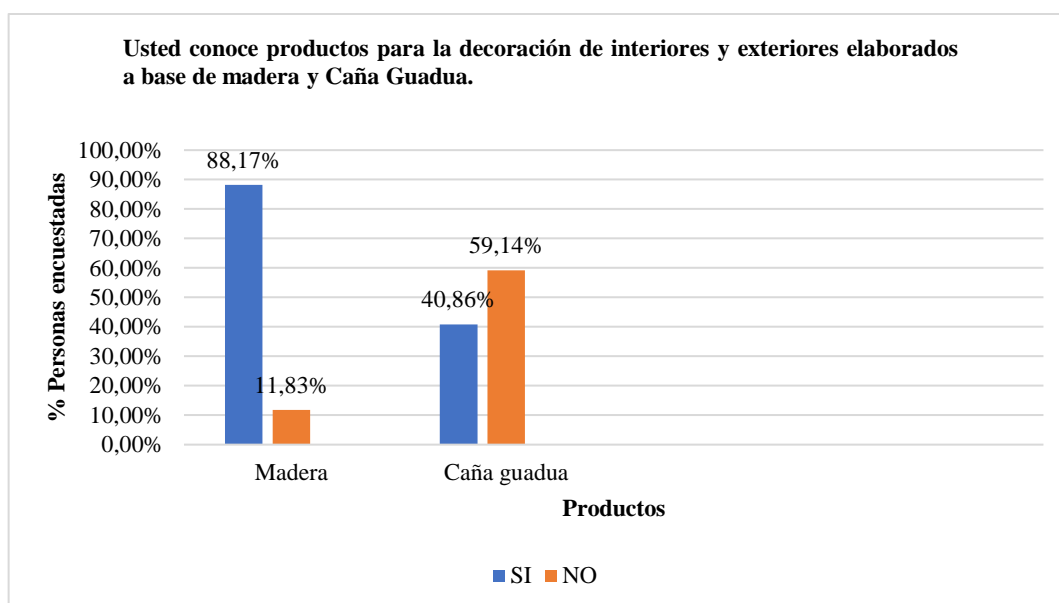


Gráfico 5-3: Usted conoce productos para la decoración de interiores y exteriores.

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De las 372 personas encuestadas con un porcentaje de 88,17% respondieron que, si conocen productos para la decoración de interiores y exteriores elaborados a base de madera, mientras que el 11,83% indica que no, motivo que sustenta que en la mayoría de la población si existe una difusión de la madera y sus derivados; fortaleza que se aprovechará para la introducción y comercialización de productos de la misma.

Así mismo, solo el 40,86% respondieron que, si conocen productos para la decoración de interiores a base de caña guadua mientras que el 59,14% afirma que no; lo que nos indica que existe poca difusión de este material; debilidad que se aprovechará para dar a conocer las características y beneficios que éste nos proporciona.

2. Dentro de los productos para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda, ¿De qué material prefiere?

Madera

Caña Guadua

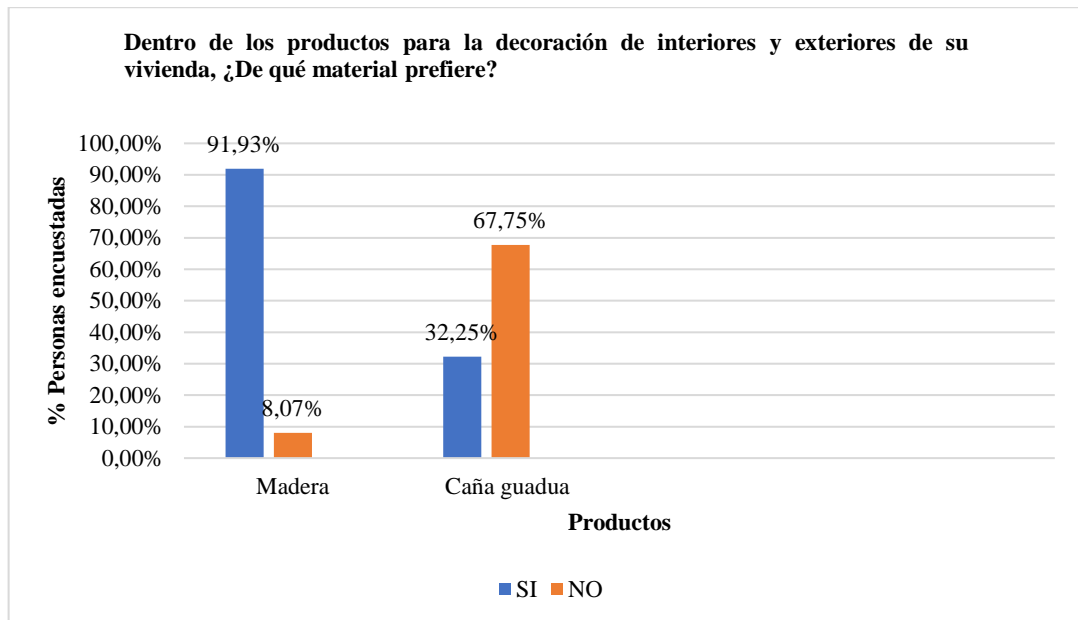


Gráfico 6-3: ¿De qué material prefiere? Madera o caña guadua.

Realizado por: Gualán, 2021

Análisis: De las 372 personas encuestadas con un porcentaje de 91,93% respondieron que prefieren productos para la decoración de interiores y exteriores a base de madera mientras que el 8,07% indicaron que no.

Así también el 32,25% respondieron que prefieren decoraciones de interiores y exteriores de caña guadua mientras que el 67,75% no; lo que nos da a entender que la población saragureña desconoce la existencia de productos para la decoración de interiores y exteriores de caña guadua.

3. ¿Usted conoce la existencia de una empresa en Saraguro que ofrezca productos para la decoración de interiores y exteriores en madera?

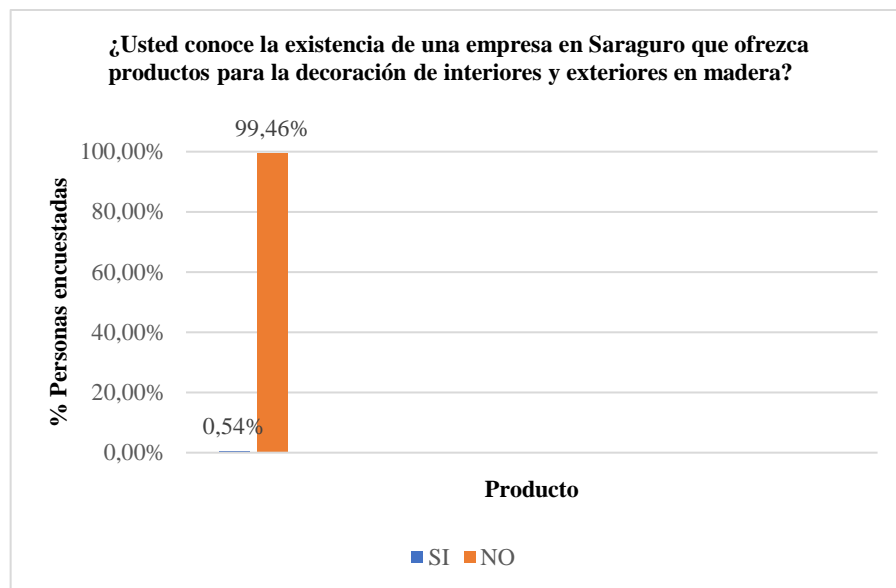


Gráfico 7-3: ¿Usted conoce la existencia de una empresa en Saraguro?

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De las 372 personas encuestadas con un porcentaje de 99,46% respondieron que, no conocen una empresa en Saraguro que ofrezca productos para la decoración de interiores y exteriores en madera, mientras que el 0,54% afirman que si existe una empresa que ofrezca este tipo de productos, ventaja que la consideramos a nuestro favor ya que no existe competencia para nuestro mercado.

4. Para la decoración de su vivienda le han recomendado el uso de

Madera SI NO

Caña Guadua SI NO

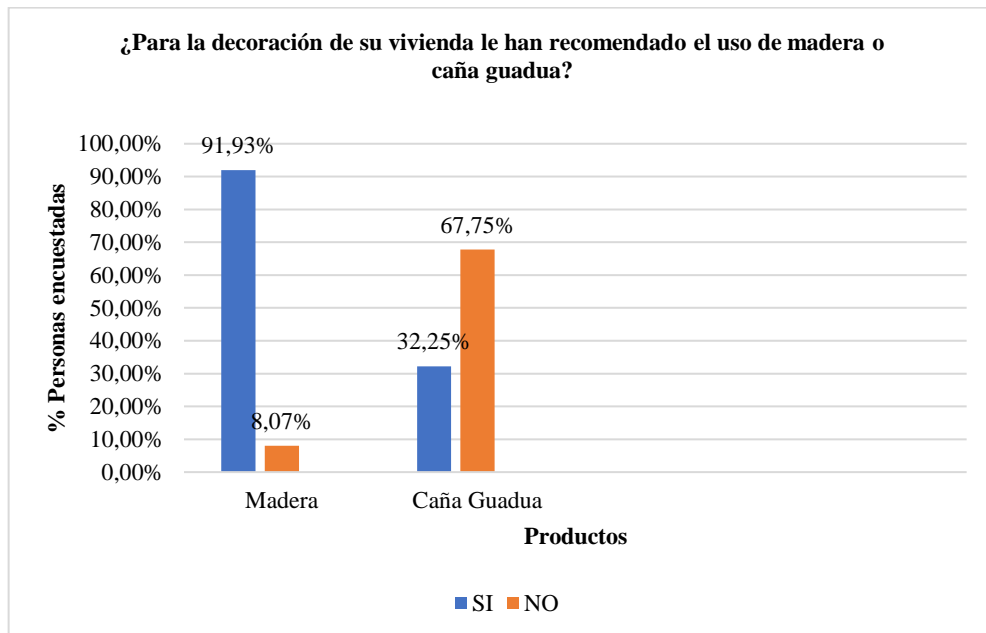


Gráfico 8-3: ¿A usted le han recomendado el uso de madera o caña guadua?

Realizado por: Gualán, 2021

Análisis: De las 372 personas encuestadas con un porcentaje de 91,93% respondieron que, si les han recomendado el uso de madera en la decoración de su vivienda, mientras que el 8,07% no. Así mismo el 32,25% afirman que si les han recomendado el uso de caña guadua como parte de la decoración de su vivienda mientras que el 67,75% no ha tenido este tipo de recomendaciones.

5. ¿Como prefiere los diseños para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda?

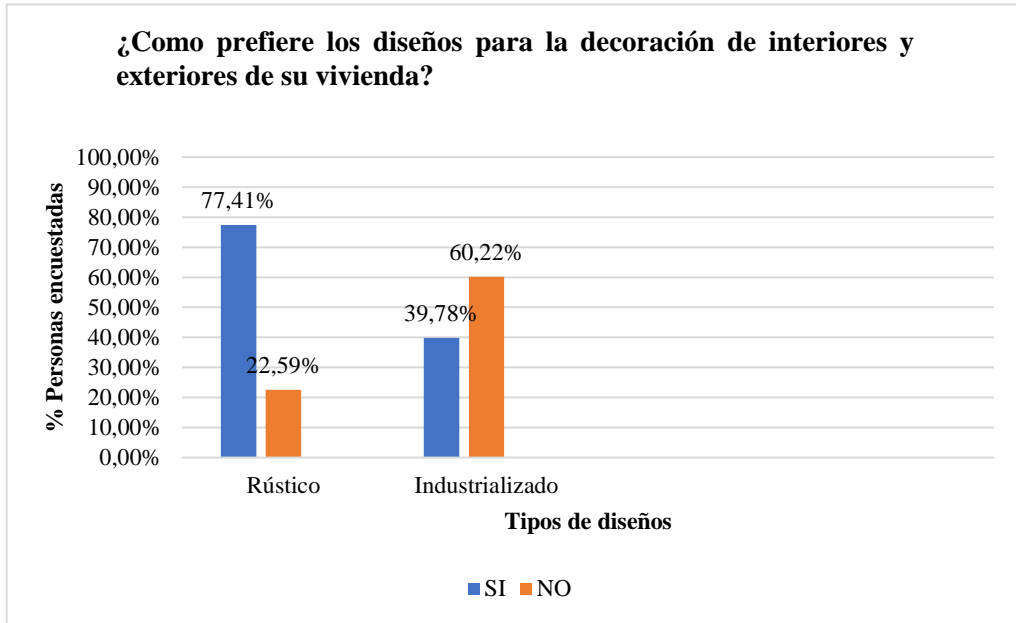


Gráfico 9-3: ¿Para la decoración el diseño lo prefiere rústico o industrializado?

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De las 372 personas encuestadas con un porcentaje de 77,41% indicaron que prefieren diseños rústicos para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda mientras que el 22,59% no.

Así mismo, el 39,78% indicaron que prefieren diseños Industrializados para la decoración de su vivienda mientras que el 60,22% no.

6. ¿Cuál de los siguientes productos usted compraría para la decoración de su vivienda?

- Pisos de Ingeniería
- Pisos sólidos (Duelas/parquet/tabloncillo)
- Pisos deck para exteriores
- Puertas (Principales, exteriores, Marcos)
- Pérgolas y vigas y molduras
- Muebles y adornos
- Escalones, pasamanos y complementos
- Todos los anteriores

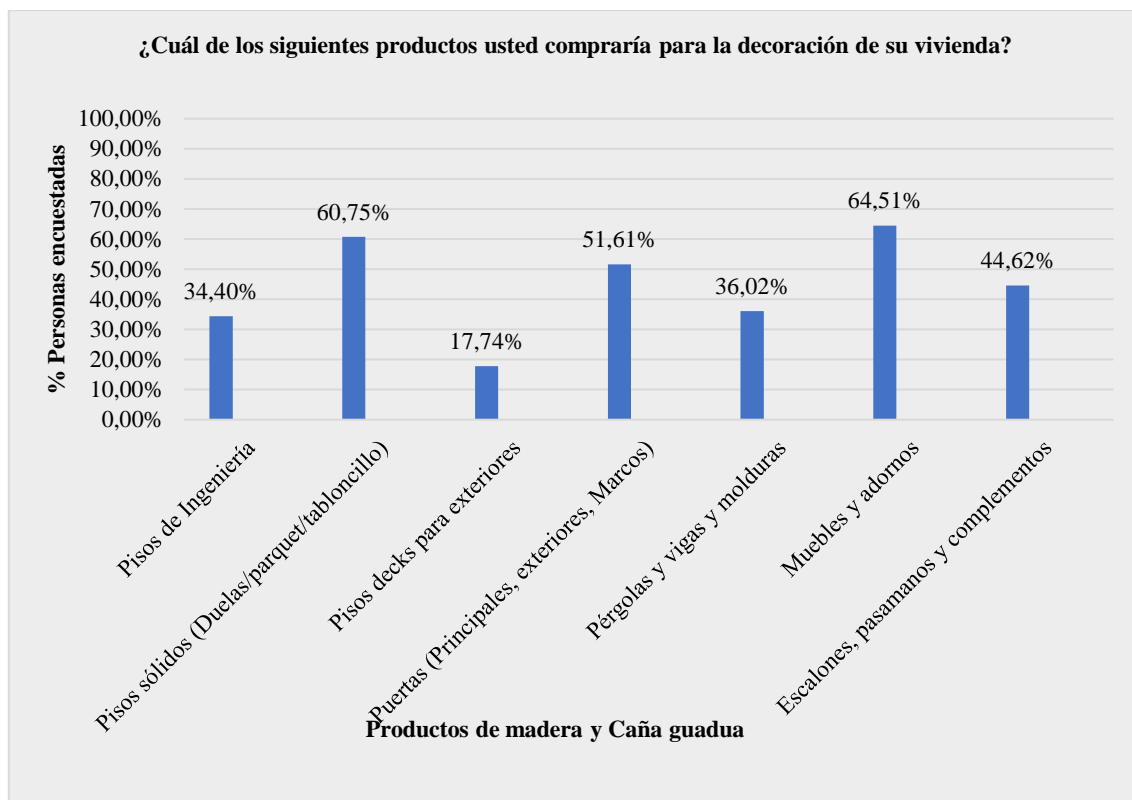


Gráfico 10-3: ¿Cuál de los siguientes productos usted compraría para la decoración?

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De las 372 personas encuestadas el 34,40% indica que comprarían pisos de ingeniería, el 60,75% comprarían pisos sólidos (Duelas/parquet/tabloncillo), el 17,74% desean comprar pisos deck para exteriores, el 51,61% comprarían puertas (principales, exteriores, marcos), el 36,02% compraría Pérgolas, vigas y molduras, el 64,51% comprarían muebles y adornos y el 44,62% comprarían escalones, pasamanos y complementos; entendiendo que los muebles, decoraciones y pisos sólidos son los que tienen mayor demanda .

7. ¿Qué criterios utilizaría para comprar productos para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda?

- Calidad del producto
- Calidad del servicio
- Elegancia
- Precio conveniente

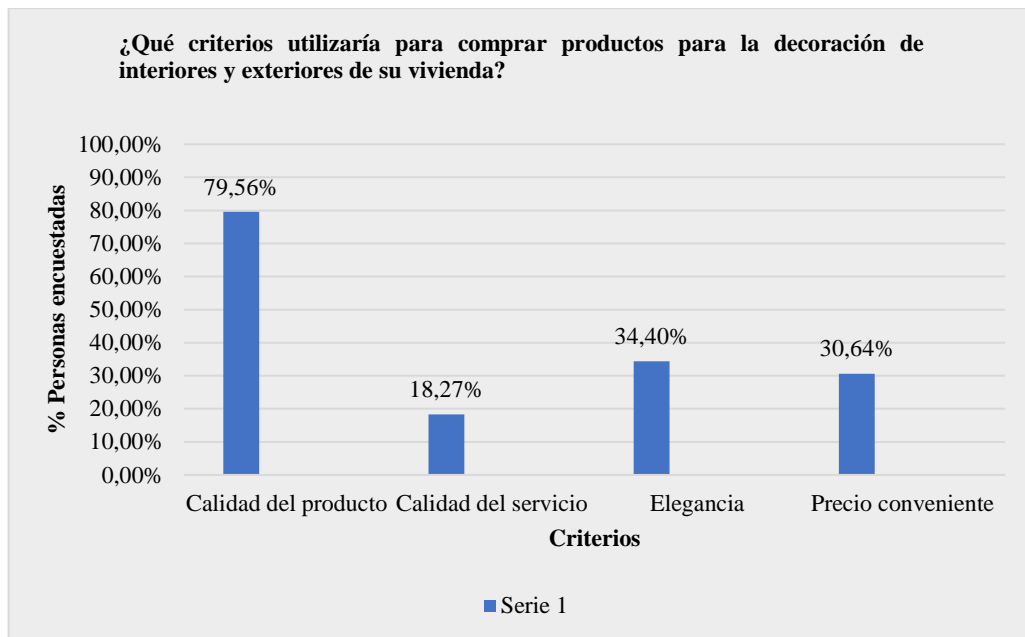


Gráfico 11-3: ¿Qué criterios utilizaría para comprar productos para la decoración?

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De las 372 personas encuestadas de acuerdo a los criterios establecidos el 79,56% tienen un criterio para comprar por su calidad del producto, el 34,40% les interesa la elegancia, el 30,64% se inclinan por el precio conveniente y el 18,27% les importa la calidad del servicio. Criterios que se considerará para tener éxito en nuestro negocio.

8. ¿Cuál sería su presupuesto para la adquisición de productos para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda?

\$0 - \$400

\$500 - \$1500

\$2000 - \$4000

Mas de \$5000

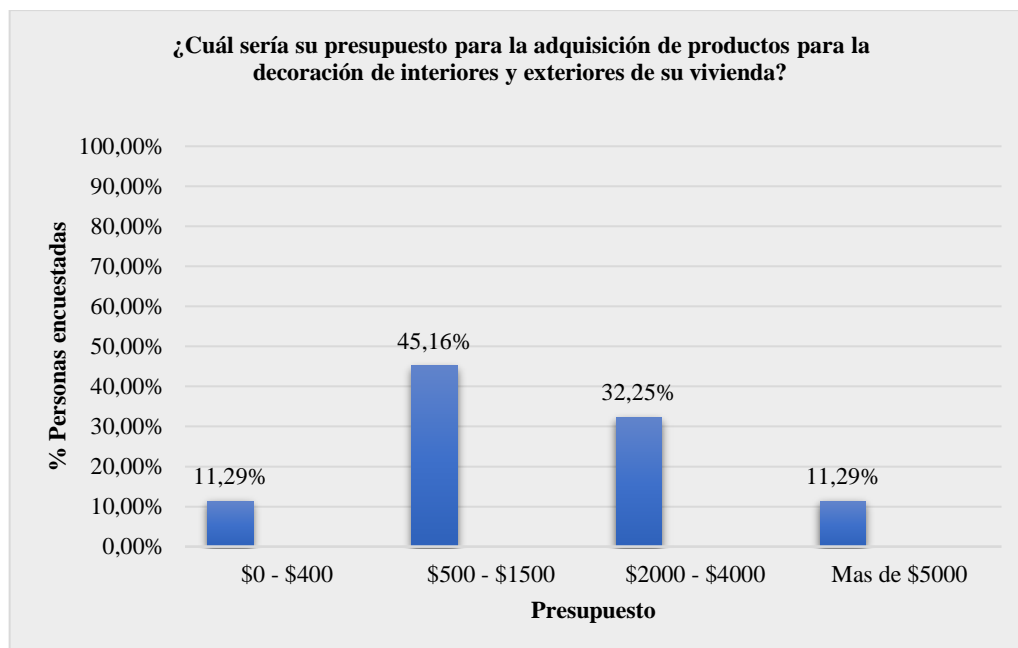


Gráfico 12-3: ¿Cuál sería su presupuesto para la adquisición de productos?

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De las 372 personas encuestadas el 45,16% está dispuesto a invertir de \$500 a \$1500, el 32,25% está dispuesto a gastar de \$2000 a \$4000, el 11,29% está dispuesto a gastar de \$0 a \$400 y el 11,29% está dispuesto a invertir más de \$5000 en la adquisición de productos para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda.

9. ¿Cómo le gustaría comprar los productos para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda?

Lugar físico (Observación directa)

Página Web (Catálogo)

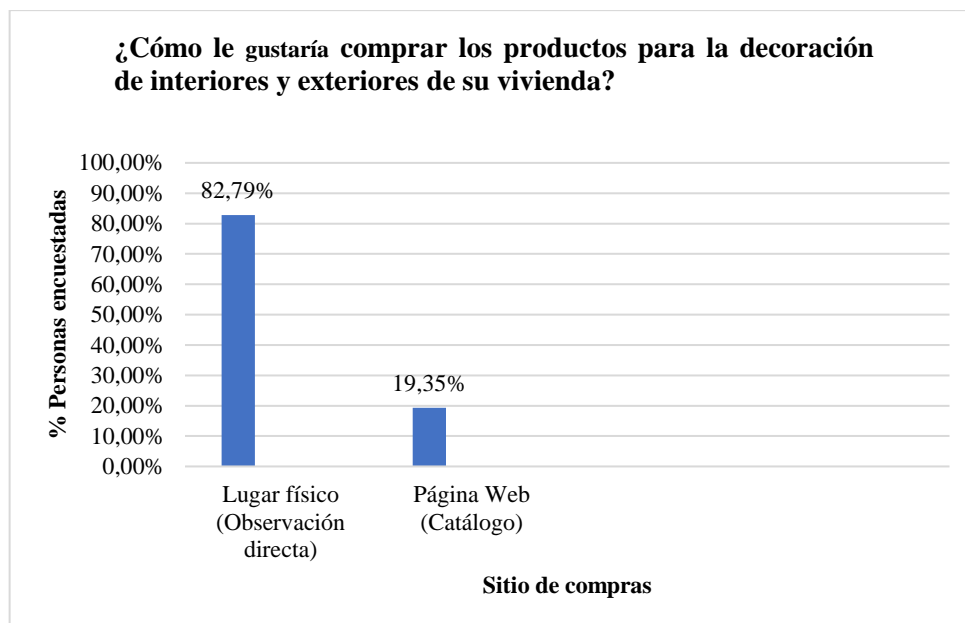


Gráfico 13-3: ¿Cómo le gustaría comprar los productos para la decoración?

Realizado por: Gualán, 2021.

Análisis: De acuerdo a las 372 personas encuestadas el 82,79% les gustaría comprar en un sitio o negocio establecido, mediante observación directa de modelos y colores, mientras que el 19,35% indica que les facilita adquirir mediante página web (catálogo) en la compra de los productos para la decoración de interiores y exteriores.

3.1.5 Demanda Histórica

La demanda histórica se determina a partir de la comercialización de decoración de interiores en la Ciudad de Saraguro, evidenciándose a partir de los resultados de la encuesta aplicada que 68% de la población adquiere los productos decoración de interiores y exteriores, realizando una regresión lineal, obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 2-3: Demanda histórica

Año	Regresión lineal	Porcentaje demanda
2017	6084	54% demanda
2018	6309	56% demanda
2019	6760	60% demanda
2020	7661	68% demanda

Fuente: Entrevista directa, 2020.

Realizado por: Gualán, 2021.

3.1.6 Demanda actual

La demanda actual del proyecto está calculada en base al porcentaje de aceptación de los productos ofertados, multiplicados por el número total de población que asciende a 30.183 habitantes, obteniendo el siguiente valor:

Tabla 3-3: Demanda actual

Año	Demanda	Porcentaje aceptación
2017	16.353	54% demanda
2018	16.996	56% demanda
2019	18.056	60% demanda
2020	20.422	68% demanda
2021	21.933	73% demanda actual

Fuente: Entrevista directa, 2020.

Realizado por: Gualán, 2021.

3.1.7 Demanda proyectada

El cálculo de la demanda proyectada está dado por el cálculo del factor de crecimiento que es de 1,074 por el año 2020, de la siguiente manera: $21.933 \times 1,074 = 23.556$.

Mientras que para el cálculo de la demanda insatisfecha se procede a realizar la resta de: la demanda proyectada de la oferta existente abarcando una demanda insatisfecha de 15.311 personas.

Tabla 4-3: Demanda proyectada

Año	Demanda proyectada	Oferta	Demanda insatisfecha
2021	21.933	7.636	14.297
2022	23.556	8.246	15.311
2023	25.299	8.904	16.396
2024	27.172	9.614	17.557
2025	29.182	10.381	18.801
2026	31.342	11.210	20.132
2027	33.661	12.104	21.557
2028	36.152	13.070	23.082
2029	38.827	14.113	24.714
2030	41.700	15.240	26.461

Fuente: Entrevista directa, 2020.

Realizado por: Gualán, 2021.

Teniendo conocimiento de una demanda insatisfecha de 14.297 personas en el 2021; la empresa DEKORA está en la capacidad de ofrecer los siguientes productos.

Tabla 5-3: Descripción de los productos a ofrecer en la empresa DEKORA

NOMBRE DEL PRODUCTO	DIMENSIONES	INSTALACIÓN	DISEÑO
Escalones y pasamanos	Las dimensiones son muy variables dependiendo del usuario, comodidad, carácter público o privado.	Fácil instalación	Escalones Forrado de grada Pasamanos: Clásico Listones de madera Columnas de madera
Molduras	Dimensiones y modelos de acuerdo al cliente	Se instala con clavos o tornillos enrollables.	Varía modelos de madera sólida o nuevos modelos a su disposición.
Muebles	Dimensiones y modelos de acuerdo al cliente.	Fácil instalación	Variedad de modelos
Parquet	9 x 40 x 200mm 12 x 60 x 300mm 14 x 70 x 350mm	Se pega directamente sobre el contrapiso de hormigón con adhesivo especializado.	Diagonal con cenefa Recto modulado Recto En cruz Pluma
Pérgolas	La dimensión es de acuerdo a la necesidad del cliente.	Se instala con clavos o tornillos enrollables.	Para exteriores Para interiores
Pisos decks	Espesor: 40mm (duela 15 a 22mm y bases de madera de 25 a 18mm) Ancho: 80, 90, 100mm Largo: 600 a 2400mm variable	Tarimas moduladas fijas con tornillos auto roscantes no visibles para sujeción. Tarimas moduladas sobrepuestas para facilitar el mantenimiento con tornillos auto roscantes no visibles para sujeción.	Recto modulado

Pisos duelas	Espesor:18mm Ancho:100,110,120mm Largo:450 a 2400mm Variable	Se clava sobre rastreles de madera.	Diagonal con cenefa Recto modulado Random recto
Pisos de Ingeniería	Espesor:14,16mm. Ancho:120, 130, 150, 160, 170mm. Largo: 450 a 2400mm variable según	Se pega directamente sobre el contrapiso de hormigón con adhesivo libre de agua o a su vez se pega o clava sobre rastreles de madera.	Recto modulado Diagonal con cenefa Random recto
Puertas principales e interiores	La dimensión es de acuerdo a la necesidad del cliente.	Fácil instalación mediante tornillos autor roscables no visibles para sujeción.	Ingeniería recta Ingeniería panela Alistonada
Tabloncillo	Espesor:18mm Ancho:150,160,170mm Largo:450 a 2400mm Variable	Se clava sobre rastreles de madera.	Diagonal con cenefa Recto modulado Random recto
Vigas	La dimensión es de acuerdo a la necesidad del cliente.	Se instala con clavos o tornillos enrollables.	Para exteriores Para interiores

Fuente: Madel, 2015b.

Realizado por: Gualán, 2021.

3.2 Análisis de la Oferta

3.2.1 Oferta histórica

En el cantón Saraguro no ha existido una empresa que ofrezca productos para la decoración de interiores y exteriores a base de madera ni caña guadua, los principales productores y comercializadores se encuentran en ciudades como Cuenca, Riobamba y Quito.

3.2.2 Oferta actual

De acuerdo a la investigación realizada, indica, que no se ha detectado ninguna empresa que ofrezca productos para la decoración de interiores y exteriores a base de madera y caña guadua.

3.2.2.1 Análisis de la Oferta Complementaria

Para el análisis de la oferta complementaria se tiene presente a aquellos productores o negocios que ofrezcan productos que pueda complementar a nuestro producto, en este caso tenemos a las carpinterías.

En la siguiente tabla se detalla a uno de los negocios que conforman la oferta complementaria.

Tabla 6-3: Carpintería San Vicente, Oferta complementaria de la empresa DEKORA

Nombre del establecimiento	Carpintería San Vicente
Tipo	Carpintería
Dirección	Entre Avenida Panamericana y calle Loja
Demanda	Demanda cantonal y provincial.
Forma de comercialización	Directa e indirectamente.
Productos	Ofrece guardarropas, aparadores, juego de sillas y mesa, puertas, duelas, tablones. Etc.
Tipo de infraestructura	Infraestructura sencilla de 200m ² , techo de zinc,
Teléfono	0969356897

Fuente: Entrevista directa, 2020.

Realizado por: Gualán, 2021.

3.2.2.2 Análisis de la Oferta Sustitutiva

Para el análisis de la oferta sustitutiva se considera a aquellos negocios que ofrezcan productos idénticos y que pueden ser reemplazados a cambio del que se va a elaborar, en este caso tenemos a todos los negocios o almacenes que ofrecen productos industrializados como son pisos y decoración de interiores y exteriores a base de melamina, hierro, polietileno, cerámica, etc. Negocios que se encuentran ubicados en el Cantón Saraguro.

Detalle de la oferta sustitutiva

Tabla 7-3: Diseños de interiores AID, Oferta Sustitutiva de la empresa DEKORA

Nombre del establecimiento	Diseño de interiores AID
Tipo	Local
Dirección	Calle El Oro, frente al parque central
Demanda	Venta a nivel cantonal
Forma de comercialización	Directa
Productos y servicios	Diseño de interiores y exteriores, asesoramiento en acromática y materiales para acabado, venta de mobiliarios, luminaria, etc.
Tipo de infraestructura	Local comercial de 100m ²
Teléfono	0948855759

Fuente: Entrevista directa, 2020.

Realizado por: Gualán, 2021.

3.3 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se estableció de acuerdo al espacio disponible de la infraestructura.

Tabla 8-3: Tamaño del proyecto

Tipo de recursos	Cantidad	Cobertura	Monto mensual	Capacidad
Infraestructura	1 oficina administrativa. 1 salón de ventas	Espacio para el gerente general y para la venta de los productos.	\$300.00	336m ²
	1 bodega	Almacenamiento de productos.	\$100.00	300m ²
	Total		\$ 400.00 mensual \$4800.00 anual	
Recursos humanos	1 gerente general	Se encarga del correcto funcionamiento administrativo y legal.	\$1200.00	8 horas diarias
	2 vendedores	Servicio y atención al cliente.	\$400.00 = \$800.00	8 horas diarias
	1 contador	Lleva la contabilidad del proyecto.	\$200.00	2 horas semanales
	1 bodeguero	Despacho de productos	\$400.00	8 horas diarias
Total		\$2.600,00 mensual \$31.200,00 anual		
Recurso material	3 escritorios	Para la atención al cliente.	\$100 =\$300	5 años de vida útil
	4 archivadoras	Recepción y archivamiento de documentos.	\$150 =\$600	5 años de vida útil
	8 sillas	Para el personal	\$50 =\$400	5 años de vida útil
	10 estanterías	Exhibición de los productos.	\$75 =\$750	5 años de vida útil
	Un juego de muebles	Para la atención a clientes potenciales	\$800	5 años de vida útil
	1 aspiradora	Para la limpieza general	\$300	5 años de vida útil
	1 vehículo	Para la distribución de los productos	\$20000	5 años de vida útil
Total				
	3 computadoras	Para el monitoreo y atención al cliente	\$933 =\$2800	5 años vida útil

Recurso tecnológico	2 impresoras	Impresiones de documentos y facturas	\$250 = \$500	5 años de vida útil
	1 sistema visualFac	Para la gestión empresarial	\$2000	5 años de mantenimiento
Total			\$5300	

Realizado por: Gualán, 2021.

3.4 Distribución de la planta

Diagrama de distribución de las secciones de la empresa DEKORA

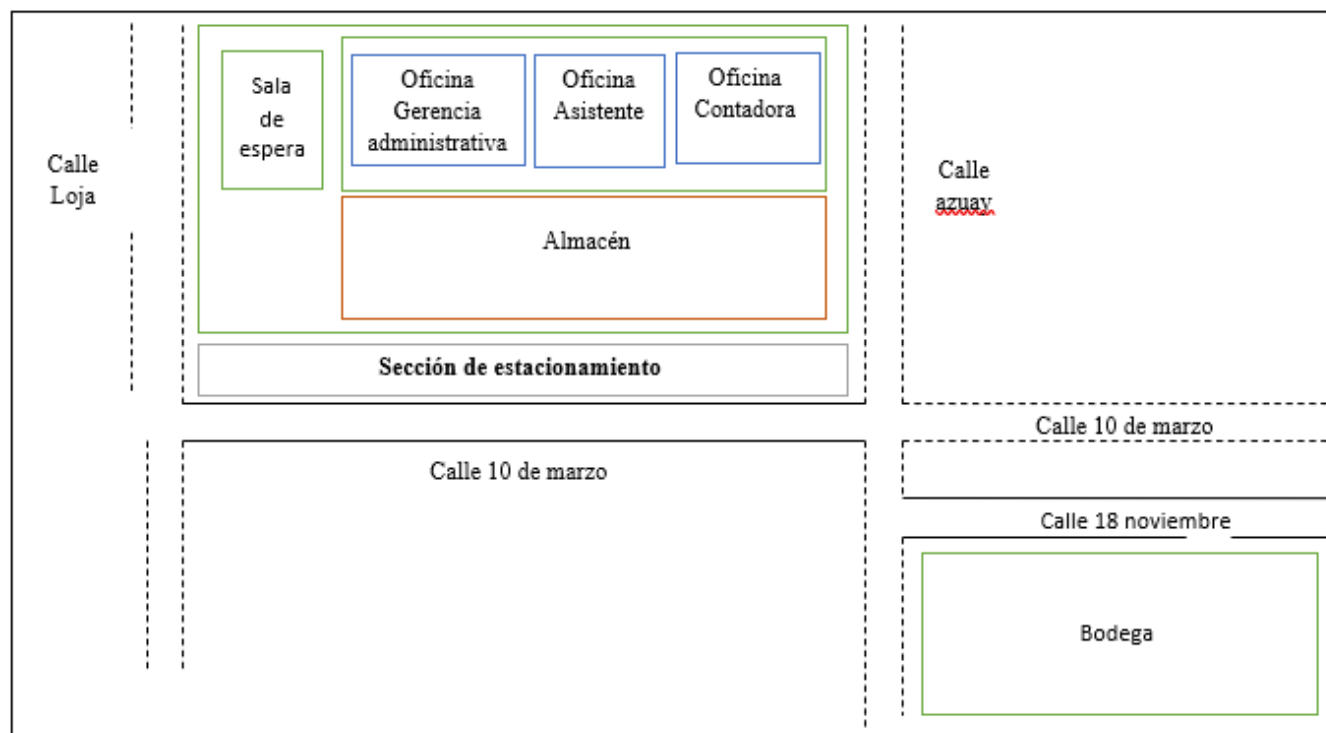


Figura 1-3: Diagrama de distribución de las secciones de la empresa DEKORA

Realizado por: Gualán, 2021.

El almacén de ventas y su oficina estará ubicado en la calle 10 de marzo entre Loja y Azuay; y su bodega se encontrará en la calle: Azuay y 18 de noviembre por falta de espacio.

3.5 Ingeniería del Proyecto

3.5.1 Cadena de valor

Para alcanzar ventajas competitivas de acuerdo a Porter es importante emplear el plan de “la cadena de valor”

3.5.1.1 Actividades primarias

Se relaciona con la venta del producto y postventa que se subdivide en 5 actividades primarias:

Tabla 9-3: Actividades primarias de la cadena de valor

Actividades primarias	
Logística interna	Engloba la recepción y almacenamiento de los productos.
Operaciones (producción)	Instalación y ubicación de los productos para la exhibición y mantenimiento.
Logística externa	Toma de pedidos, coordinación de distribución y transporte.
Marketing y Ventas	Medios y actividades mediante las cuales se dará a conocer los productos.
Servicio	Asesoramiento e instalación de los productos y garantía.

Fuente: Porter, 1980; citados en Arinamy, 2010.

Realizado por: Gualán, 2021.

3.5.1.2 Actividades Secundarias

Apoyan a las actividades primarias

Tabla 10-3: Actividades secundarias de la cadena de valor

Actividades secundarias	
Infraestructura de la organización	Planificación general de la empresa (legal, contabilidad, finanzas), etc.
Recursos humanos	Selección del personal, capacitación y pago del salario.
Desarrollo de tecnología	Optimización del tiempo en la compra y venta.

Fuente: Porter, 1980; citados en Arinamy, 2010.

Realizado por: Gualán, 2021.

El proyecto “DEKORA” considera su principal ventaja competitiva la calidad del producto y servicio. A continuación, se presenta la cadena de valor para nuestro proyecto.

Tabla 11-3: Cadena de valor de la empresa DEKORA

Actividades secundarias	Infraestructura: Arriendo del área de ventas y bodega.					MARGEN DE RENTABILIDAD PVP - COSTOS
	Recursos humanos: Selección del personal, capacitación y pago del salario.					
	Tecnología: Programa Visual Fac.					
	Abastecimiento: Compra de insumos para la empresa					
	Logística interna Almacenamiento de productos para la decoración de interiores y exteriores.	Operaciones Instalación y ubicación de los productos por áreas de acuerdo a su función.	Logística externa Procesamiento de pedidos y ejecución del proyecto	Marketing y Ventas Publicidad Promoción Presentación de propuestas	Servicios Postventas Instalación y garantía de los productos.	
Actividades primarias						

Fuente: Porter, 1979; citado en Riquelme, 2015.

Realizado por: Gualán, 2021.

3.5.2 Modelo de Porter

De acuerdo al modelo de Porter tenemos un poder de negociación fuerte ya que seremos los primeros en Saraguro en ofrecer productos para la decoración de interiores y exteriores en madera y caña guadúa.

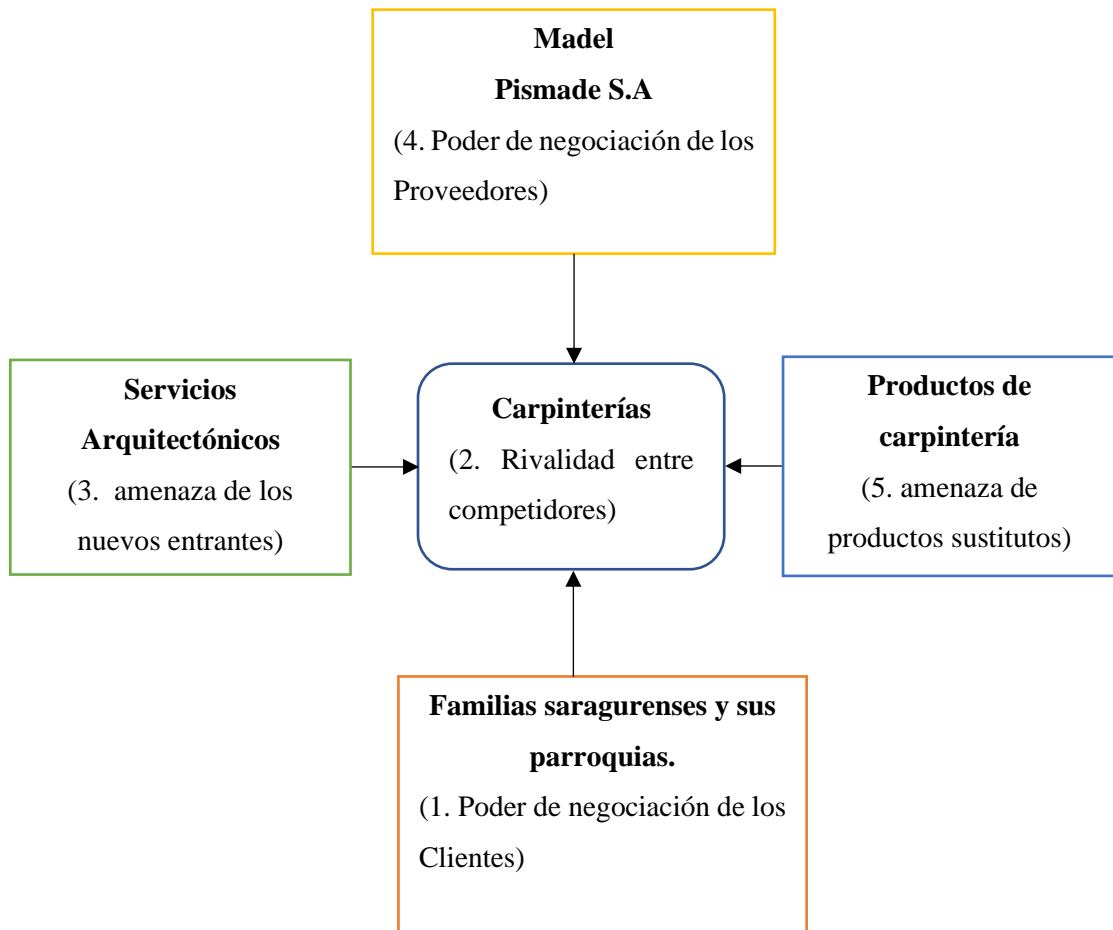


Figura 2-3: Las 5 fuerzas de Porter en la empresa DEKORA

Fuente: Gualán, 2021.

Tabla 12-3: Modelo de Porter

Modelo de Porter	Poder de negociación
1. Poder de negociación de los clientes: Familias saragurenses.	Bajo. - Porque no existe competidores potenciales.
2. Rivalidad entre competidores: Carpinterías	Alto. - Porque existe alta presencia de carpinterías.
3. Nuevos entrantes: Servicios arquitectónicos.	Bajo: Porque no son especializados y poco conocidos.
4. Poder de negociación de los proveedores: Madel y Pismade S. A.	Media: Porque existen varios proveedores, pero tenemos a dos principales.
5. Poder de negociación de los productos sustitutos: Productos de Carpintería	Alto. - Porque existe la demanda de las carpinterías.

Realizado por: Gualán, 2021.

3.5.3 Flujo de proceso

El flujo de proceso de la empresa DEKORA resume todas las actividades que el proyecto va a desarrollar, inicia desde el contacto con el proveedor- aprobación y finaliza con la entrega del producto.

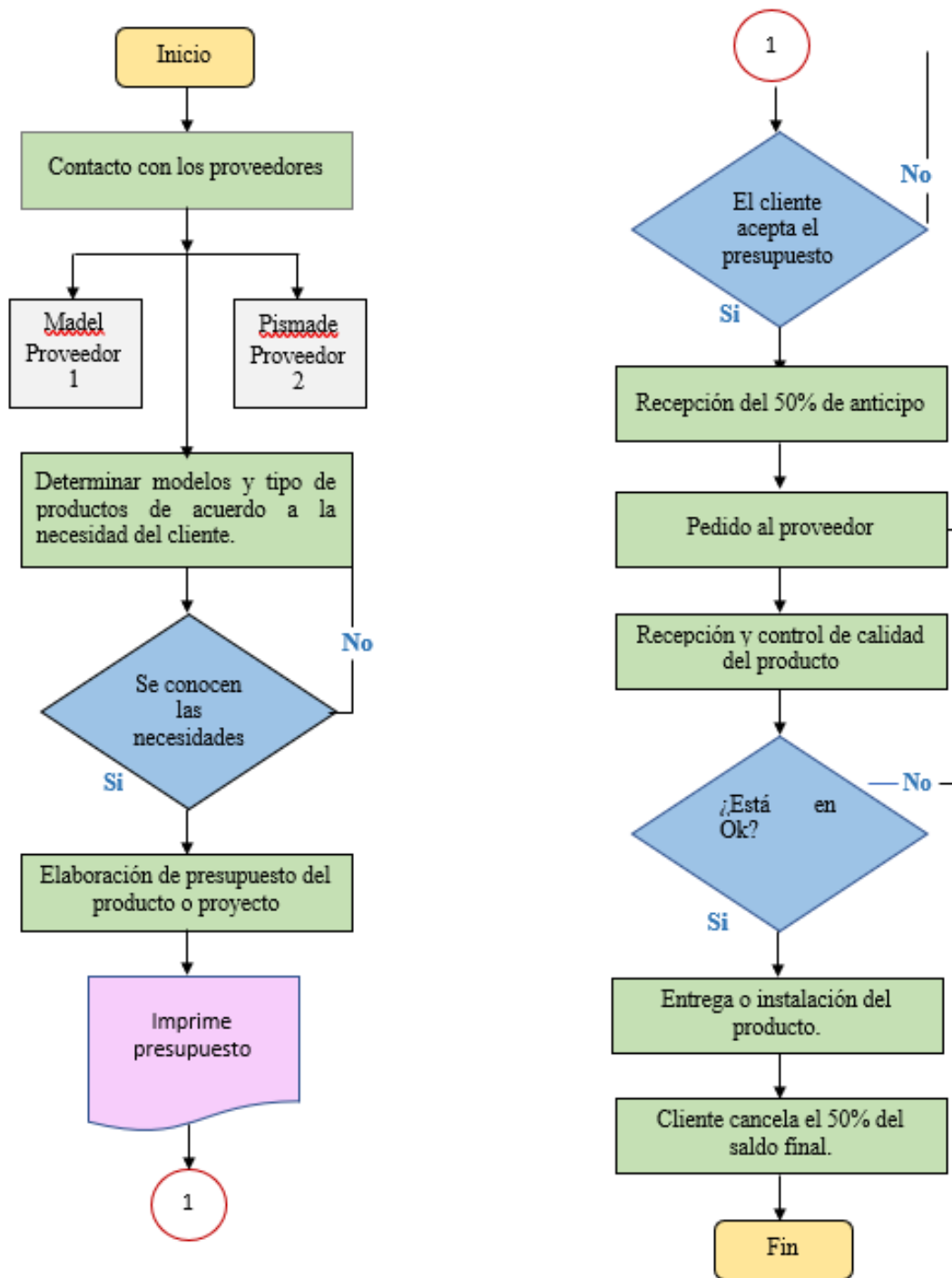


Figura 3-3: Flujo de proceso

Realizado por: Gualán, 2021.

3.5.4 Estrategias de Marketing

3.5.4.1 Creación de la marca

Nuestra marca se denomina “DEKORA” que representa a los productos para la decoración de interiores y exteriores a base de madera y caña guadua que se ofrecerá, contando con identidad propia y brindando seguridad a nuestros clientes.



Figura 4-3: Marca DEKORA

Realizado por: Gualán, 2021.

3.5.4.2 Creación del slogan

Nuestra inspiración crea el slogan:

¡Haz! que tu espacio y estilo, transmita la esencia de tu espíritu.

Esto nos permite llegar y posicionarnos en la mente de cada uno de nuestros clientes, recalcamos que estamos en la capacidad de ofrecer variedad de modelos, diseños y acabados de alta calidad en productos para la decoración de interiores y exteriores a base de madera y caña guadua; productos que personalizaran sus espacios de acuerdo a sus estilos.

3.5.5 Estrategias de la empresa

3.5.5.1 Misión y visión

Misión

“DEKORA promueve nuevas alternativas en el uso de decoración de interiores y exteriores a base de madera y caña guadua; productos cien por ciento renovables con grandes ventajas, económica, social y ambiental, nuestros estándares de calidad lo podrán disfrutar en su uso diario.”

Visión

“Ser una empresa líder en la venta de productos para la decoración de interiores y exteriores, posicionándonos como el número 1 a nivel de la provincia, beneficiando y satisfaciendo las necesidades de los clientes y aportando a un mundo más natural con productos verdes renovables”

3.5.5.2 *Publicidad*

Una de las estrategias para captar al cliente y posicionarnos en el mercado, realizaremos campañas de publicidad el mismo que permitirá conocer nuestros principales productos.

La campaña de publicidad se realizará a través de los siguientes medios:

- Página web y redes sociales

“DEKORA” tendrá una página web y una página en Facebook e Instagram como medio de interacción y dar a conocer al consumidor los productos y sus beneficios mediante catálogos.

- Ferias abiertas

“DEKORA” participará en todos los eventos abiertos en donde exhibiremos nuestros mejores productos y se entregará tarjetas con nuestra dirección y teléfono.

3.6 Cronograma del proyecto

Tabla 13-3: Cronograma de actividades

N°	Actividades	Meses					
		1 ^{ero}	2 ^{do}	3 ^{ero}	4 ^{to}	5 ^{to}	6 ^{to}
1	Préstamo.						
2	Realización y cumplimiento de los requisitos legales.						
3	Compra de mobiliarios y equipos.						
4	Adecuación de todas las instalaciones.						
5	Adquisición de los productos.						
6	Selección y contratación del Personal.						
7	Capacitación del personal.						
8	Ejecución.						

Realizado por: Gualán, 2021.

CAPÍTULO IV

4 ENTORNO JURÍDICO

Para el entorno jurídico es importante la formalización legal de la empresa, puesto a que brinda una pauta de seguridad, seriedad y transparencia empresarial que estimula la inversión y la captación de clientes de forma tal que se evidencia el funcionamiento de una organización productiva subordinada a las pautas legales establecidas para la actividad desarrollada.

4.1 Estructura Organizacional

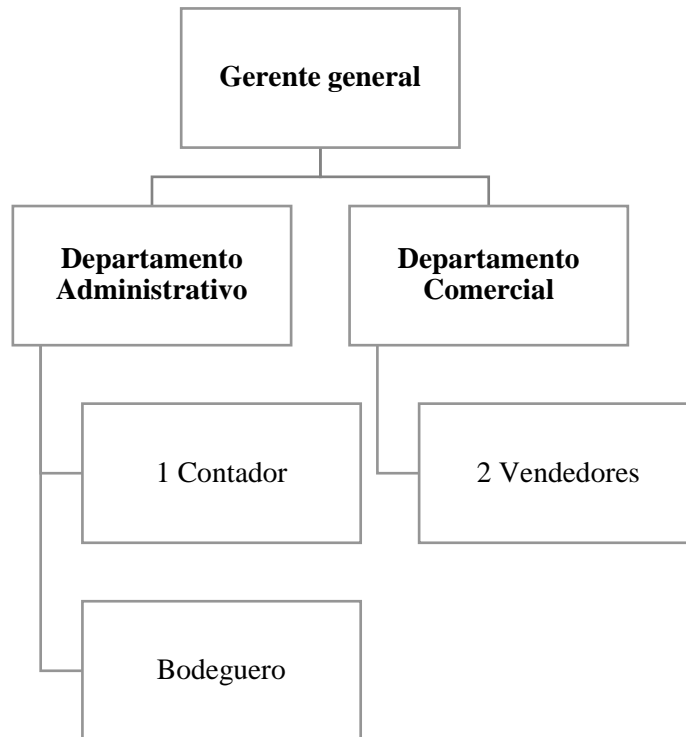


Figura 1-4: Estructura Organizacional

Realizado por: Gualán, 2021.

4.2 Análisis legal

El análisis legal nos permite conocer los aspectos legales que una empresa debe seguir, a través de la investigación en las diferentes entidades legales existentes, para poder constituirse como sociedad de hecho ante las leyes establecidas en el país.

La Empresa DEKORA se constituirá como una Sociedad Limitada, por consiguiente, debe presentar los siguientes documentos para constituirse como sociedad de hecho.

Tabla 1-4: Requisitos para el análisis legal

Requisitos
RUC
Licencia Única Anual de Funcionamiento
Patente Municipal
Inscripción del representante legal
Número Patronal
Inscripción en la Superintendencia de Compañías
Permiso del cuerpo de bomberos

Realizado por: Gualán, 2021.

4.2.1 Constitución de la Empresa

Para constituir la Empresa se necesita los siguientes requisitos:

Tabla 2-4: Requisitos para la Constitución de la empresa DEKORA

Requisitos
El nombre de la Empresa DEKORA
Solicitud de Aprobación.
Número mínimo (3) y máximo (15) de socios.
Capital mínimo (5.000 dólares).
Objeto Social.
Afiliaciones a Asociaciones de la rama.

Realizado por: Gualán, 2021.

4.2.2 Inscripción del RUC

Para inscribir el RUC de la Empresa DEKORA se necesita:

Tabla 3-4: Requisitos para la inscripción del RUC

Pasos a seguir
Carta del contador.
Formulario RUC 01 – A y 01 – B suscritos por el representante legal (debidamente llenado por el contribuyente).
Original y copia certificada de la escritura de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
Original y copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono, o Pago del Impuesto Predial (año actual), o pago del servicio de TV Cable, telefonía celular o estados de cuenta, todo a nombre del sujeto pasivo (Sociedad), máximo de 3 meses atrás desde la fecha de emisión o en segunda instancia del representante legal.
Del domicilio actual (Matriz).
Del lugar en que realiza la actividad económica.
Identificación del representante legal y del gerente general.
Para ecuatorianos: Presentación y copia clara de cédula de identidad y papeleta de votación.
Original y copia de las cuatro hojas de los datos generales del registro de sociedades emitidas por la Superintendencia de Compañías.

Fuente: SRI, 2021.

Realizado por: Gualán, 2021.

4.2.2.1 *Registro Mercantil*

Requisitos para la inscripción en el Registro Mercantil de Constitución de Compañías:

Tabla 4-4: Requisitos para la inscripción en el Registro Mercantil de Constitución de Compañías

Requisitos a cumplir
Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones.
Certificado de afiliación a una de las Cámara de Comercio de Quito en donde se encuentra el domicilio de la compañía, según su objeto social.
Publicación del extracto (periódico).
Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del (los) compareciente (s) (VIGENTE).
Certificado de cumplimiento tributario

Fuente: Registro legal, 2021.

Realizado por: Gualán, 2021.

4.2.3 Patente Municipal

Tabla 5-4: Requisitos para la patente municipal

Requisitos
Oficio dirigido al director financiero con indicación de:
Nombres y apellidos completos.
Número de Cédula de Identidad
Dirección de domicilio, dirección y número del negocio.
Actividad comercial.
Capital en giro con que inicia sus actividades.
El certificado de NO DEUDOR del Municipio.

Fuente: GADMIS, 2021.

Realizado por: Gualán, 2021.

4.2.3.1 Requisitos para el pago de patente municipal

Tabla 6-4: Requisitos para el pago de patente municipal

Requisitos
Copia del permiso de bomberos
Formulario para patente (Comprar en ventanilla de recaudaciones)
Copia del RUC actualizado

Fuente: GADMIS, 2021.

Realizado por: Gualán, 2021.

4.2.4 Licencia Anual de Funcionamiento

Este es un documento que se puede obtener en el Municipio de cantón al que pertenece, este se lo debe renovar cada año.

Tabla 7-4: Requisitos para la licencia Anual de Funcionamiento

Requisitos
Patente Municipal.
Formulario de Solicitud de autorización de funcionamiento firmado por el representante legal.
Permiso de uso de suelo
Copia del RUC actualizado.

Fuente: GADMIS, 2021.

Realizado por: Gualán, 2021.

4.2.5 *Número Patronal*

Esto se obtiene en el IESS que sirve para afiliar a los empleados y cumplir según se encuentra establecida la ley.

4.2.6 *Inscripción en la Superintendencia de Compañías*

Reserva del nombre.

En la Superintendencia de Compañías. (Mínimo 10 opciones). La reserva del nombre tendrá validez por un plazo de 30 días, contados desde la fecha de reserva. Este nombre puede ser posteriormente registrado en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, lo cual otorga propiedad sobre el mismo (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2021).

4.2.7 *Permiso del Cuerpo de Bomberos*

El cuerpo de bomberos del cantón Saraguro mediante un inspector realizará la inspección con número y fecha, el mismo que verificará que la empresa cumpla con la normativa de la ley en defensa contra incendios concederá el permiso de funcionamiento (Cuerpo de bomberos Saraguro, 2021).

En la inspección se verificará que el establecimiento posea

Tabla 8-4: Requisitos para el permiso del Cuerpo de Bomberos

Requisitos
Un extintor de 10Lib. PQS
1 lámpara de emergencia
1 detector de Humo
1 señalética del ECU 911
1 señalética del extintor
1 señalética de salida de emergencia
Copia de cédula
Copia del RUC o RISE
Copia del pago del predio

Fuente: Cuerpo de Bomberos Saraguro, 2021.

Realizado por: Gualán, 2021.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Se realiza con el objetivo de determinar el financiamiento estimado para la ejecución de la empresa DEKORA y la viabilidad económica y rentable del proyecto. Se enfoca en factores internos (planificación, gestión y corrección de estrategias) y externos (clientes, proveedores, autoridad fiscal, etc.)

5.1 Cálculo de la constitución legal de la empresa DEKORA

Tabla 1-5: Gastos totales de Constitución de la empresa DEKORA

Total, activos incurridos	
Gastos de organización	\$ 350,00
Patentes y licencias	\$ 300,00
Gastos de puesta en marcha	\$ 400,00
Capacitación previa	\$ 400,00
Costos del estudio del proyecto	\$ 400,00
Total, gastos constitución	\$ 1.850,00

Realizado por: Gualán, 2021.

Los gastos de la constitución de la empresa DEKORA está compuesto por gastos de organización, patentes y licencias, gastos de puesta en marcha, capacitación previa, costos del estudio del proyecto, dando un valor de 1.850,00 dólares.

5.2 Inversión inicial

La inversión inicial del emprendimiento propuesto se utilizará para cubrir los costos iniciales como: equipos de computación, muebles y enseres, vehículo, capital de trabajo y gastos de constitución.

Tabla 2-5: Inversión inicial

Descripción de activos fijos	Tipo de activo fijo	Unidad	C.Unidad	C. Total	Vida útil	Depreciación mensual
Archivadores	Muebles & enseres	4	150	600	5	10,00
Aspiradora	Muebles & enseres	1	300	300	5	5,00
Capital de trabajo	Capital de trabajo	1	17801,29	17801,29	-	-
Computadores	Equipos de computación	4	700	2800	5	46,67
Escritorio	Muebles & enseres	3	100	300	5	5,00
Estanterías	Muebles & enseres	10	75	750	5	12,5
Gastos de constitución	Gastos de constitución	1	1850	1850	-	-
Impresoras	Equipos de computación	2	250	500	5	8,33
Juego de muebles	Muebles & enseres	1	800	800	5	13,33
Sillas	Muebles & enseres	8	50	400	5	6,67
Sistema visualfac	Intangible	1	2000	2000	-	-
Vehículo	Vehículo	1	20000	20000	5	333,33
Inversión total				\$ 48.101,29		\$ 440,83

Realizado por: Gualán, 2021.

5.3 Financiamiento

El financiamiento de la Empresa DEKORA estará dado por el 50% por fondos propios y el 50% con crédito bancario a Banco de Guayaquil con una tasa de interés del 16, 50% a un plazo de 5 años, pagando una cuota mensual de \$591,27 dólares.

Tabla 3-5: Financiamiento de la empresa DEKORA

Fuentes	Valor	%
Recursos propios	\$24.050,65	50%
Préstamo bancario	\$24.050,65	50%

Realizado por: Gualán, 2021.

5.3.1 Tabla de amortización

Tabla 4-5: Tabla de Amortización

Periodos anuales	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés		\$3.720,70	\$3.119,80	\$2.411,89	\$1.577,93	\$595,46
Capital pagado		\$3.374,58	\$3.975,49	\$4.683,39	\$5.517,36	\$6.499,82
Dividendos		\$7.095,28	\$7.095,28	\$7.095,28	\$7.095,28	\$7.095,28
Saldo	\$24.050,65	\$20.676,06	\$16.700,58	\$12.017,18	\$6.499,82	\$0,00

Realizado por: Gualán, 2021.

5.4 Proyección de Costos de la empresa DEKORA

Tabla 5-5: Proyección de los Costos de la empresa DEKORA

Oferta productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles/adornos	\$103.320,00	\$116.028,00	\$131.551,20	\$149.018,76	\$168.664,32
Pérgolas	\$20.196,00	\$23.958,00	\$29.228,76	\$35.314,09	\$42.324,20
Pisos	\$96.787,80	\$109.159,38	\$124.518,44	\$141.857,71	\$161.419,66
Puertas	\$35.802,00	\$41.441,40	\$48.983,22	\$57.618,99	\$67.492,08
Total	\$256.105,80	\$290.586,78	\$334.281,62	\$383.809,56	\$439.900,26

Realizado por: Gualán, 2021.

5.5 Proyección de gastos de la empresa DEKORA

Tabla 6-5: Proyección de gastos de la empresa DEKORA

Gastos operacionales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Amortizaciones	\$ 288,00	\$ 290,88	\$ 293,79	\$ 296,73	\$ 299,69
Arriendo	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
Energía eléctrica	\$ 540,00	\$ 545,4	\$ 550,85	\$ 556,36	\$ 561,93
Internet	\$ 4.800,00	\$ 4.848,00	\$ 4896,48	\$ 4945,44	\$ 4.994,89
Mantenimiento	\$ 480,00	\$ 484,08	\$ 489,65	\$ 494,54	\$ 499,49
Sueldos	\$ 97,00	\$ 76,76	\$ 77,53	\$ 78,03	\$ 79,08
Suministros oficina	\$ 3.9230,8	\$ 41869,76	\$ 41909,76	\$ 41.953,76	\$ 4.1997,76
Teléfono	\$ 5.396,49	\$ 5450,45	\$ 5504,96	\$ 5.560,00	\$ 5.615,6
Total	\$ 51.042,29	\$ 53.776,05	\$ 53.933,02	\$ 54.095,13	\$ 54.258,44

Realizado por: Gualán, 2021.

5.6 Ingresos

La empresa DEKORA tiene considerado comercializar pisos, puertas, pérgolas, muebles y adornos, cabe señalar que para el cálculo de clientes se consideró la demanda insatisfecha que abarca 15.311 personas de las cuales se plantea captar el 10% inicialmente con un total de 1.531, los cuales de acuerdo a la encuesta comprarían en el siguiente porcentaje:

Pisos	62%	949
Puertas	30%	459
Pérgolas	20%	306
Muebles y adornos	75%	1.148

Con un precio promedio por cliente de:

Pisos	170 dólares
Puertas	130 dólares
Pérgolas	110 dólares
Muebles y adornos	150 dólares

5.6.1 Proyección de ingresos

Los ingresos de la empresa DEKORA constituyen para el primer año un valor de \$426.843,00 dólares, incrementándose paulatinamente hasta alcanzar en el quinto año el valor de \$733.167,11 dólares, valores que alcanzan para cubrir los costos y gastos generados por la empresa.

Tabla 7-5: Proyección de ingresos

Oferta productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles/adornos	\$172.200,00	\$193.380,00	\$219.252,00	\$248.364,6	\$281.107,2
Pérgolas	\$33.660,00	\$39.930,00	\$48.714,06	\$58.856,82	\$70.540,338
Pisos	\$161.313,00	\$181.932,03	\$207.530,73	\$236.429,523	\$269.032,7673
Puertas	\$59.670,00	\$69.069,00	\$81.638,07	\$96.031,65	\$112.486,803
Total	\$426.843,00	\$484.311,30	\$557.136,03	\$639.682,59	\$733.167,11

Realizado por: Gualán, 2021.

5.7 Estado de pérdida y ganancias

Tabla 8-5: Estado de pérdida y ganancia

Pérdidas y ganancias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$426.843,00	\$484.311,30	\$557.136,03	\$639.682,59	\$733.167,11
Costo de ventas	\$256.105,80	\$290.586,78	\$334.281,62	\$383.809,56	\$439.900,26
Utilidad bruta	\$170.737,20	\$193.724,52	\$222.854,41	\$255.873,04	\$293.266,84
Gastos operacionales	\$62.632,29	\$65.283,25	\$67.624,47	\$70.533,77	\$74.168,86
Gastos	\$51.042,29	\$53.776,05	\$53.933,02	\$54.095,13	\$54.258,44
Depreciación de a/f	\$5.290,00	\$5.290,00	\$5.290,00	\$5.290,00	\$5.290,00
Amortización gastos const.	\$1.850,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Utilidad operacional	\$108.104,91	\$128.441,27	\$155.229,94	\$185.339,27	\$219.097,98
Gastos financieros	\$3.720,70	\$3.119,80	\$2.411,89	\$1.577,93	\$595,46
Utilidad antes de repartición a trabajadores	\$104.384,21	\$125.321,47	\$152.818,05	\$183.761,34	\$218.502,52
15% repartición a trabajador	\$15.657,63	\$18.798,22	\$22.922,71	\$27.564,20	\$32.775,38
Utilidad antes de impuestos	\$88.726,58	\$106.523,25	\$129.895,35	\$156.197,14	\$185.727,14
25% impuesto a la renta	\$22.181,64	\$26.630,81	\$32.473,84	\$39.049,28	\$46.431,79
Utilidad antes de reserva legal	\$66.544,93	\$79.892,44	\$97.421,51	\$117.147,85	\$139.295,36
10% reserva legal	\$6.654,49	\$7.989,24	\$9.742,15	\$11.714,79	\$13.929,54
Utilidad neta	\$59.890,44	\$71.903,20	\$87.679,36	\$105.433,07	\$125.365,82

Realizado por: Gualán, 2021.

5.8 Balance General Proyectado

Tabla 9-5: Balance general proyectado

Balance general	Balance inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos	\$48.101,29	\$189.460,14	\$304.399,35	\$442.107,76	\$602.716,45	\$787.922,97
Activos corrientes	\$17.801,29	\$161.010,14	\$275.949,35	\$413.657,76	\$574.266,45	\$759.472,97
Activos no corrientes	\$28.450,00	\$28.450,00	\$28.450,00	\$28.450,00	\$28.450,00	\$28.450,00
Intangible	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00	\$2.000,00
Equipos de computación	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00	\$3.300,00
Muebles y enseres	\$3.150,00	\$3.150,00	\$3.150,00	\$3.150,00	\$3.150,00	\$3.150,00
Vehículo	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00
Depreciación acumulada	-	-\$4.290,00	-\$8.580,00	-\$12.870,00	-\$17.160,00	-\$21.450,00
Otros activos	\$1.850,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Gastos de constitución	\$1.850,00	\$1.850,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Amortización acumulada		-\$1.850,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Pasivos	\$26.550,65	\$78.600,43	\$88.355,30	\$100.204,84	\$112.384,82	\$124.738,74
	\$26.550,65	\$78.600,43	\$88.355,30	\$100.204,84	\$112.384,82	\$124.738,74
15% repartos trabajadores	-	\$21.013,90	\$24.749,26	\$29.613,85	\$34.924,40	\$40.671,20
25% impuesto a la renta	-	\$29.769,69	\$35.061,45	\$41.952,96	\$49.476,24	\$57.617,54
Patrimonio	\$21.550,65	\$110.859,71	\$216.044,05	\$341.902,92	\$490.331,63	\$663.184,23
Capital social	\$21.550,65	\$21.550,65	\$21.550,65	\$21.550,65	\$21.550,65	\$21.550,65
Utilidad ejercicio	-	\$80.378,16	\$94.665,90	\$113.272,98	\$133.585,84	\$155.567,35
Utilidades años anterior	-	\$0,00	\$80.378,16	\$175.044,06	\$288.317,05	\$421.902,88
Reserva legal	-	\$8.930,91	\$19.449,34	\$32.035,23	\$46.878,10	\$64.163,36
Verificación	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

Realizado por: Gualán, 2021.

5.9 Flujo de Caja

En el flujo de caja se ubican los ingresos y egresos que adquirirá la empresa DEKORA para cubrir sus deberes y necesidades.

Tabla 10-5: Flujo de Caja

Oferta productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	\$17.801,29	\$125.950,92	\$214.747,63	\$322.743,25	\$450.880,69
Ingresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Ingresos por ventas	\$426.843,00	\$484.311,30	\$557.136,03	\$639.682,59	\$733.167,11
Préstamo	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total, ingresos	\$426.843,00	\$484.311,30	\$557.136,03	\$639.682,59	\$733.167,11
Egresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Costo de ventas	\$256.105,80	\$290.586,78	\$334.281,62	\$383.809,56	\$439.900,26
Gastos operacionales	\$51.042,29	\$53.776,05	\$53.933,02	\$54.095,13	\$54.258,44
Dividendo préstamo	\$7.095,28	\$7.095,28	\$7.095,28	\$7.095,28	\$7.095,28
Reparto utilidades	\$0,00	\$15.657,63	\$18.798,22	\$22.922,71	\$27.564,20
Impuesto a la renta	\$0,00	\$22.181,64	\$26.630,81	\$32.473,84	\$39.049,28
Total, egresos	\$314.243,37	\$395.514,59	\$449.140,41	\$511.545,16	\$582.487,90
Saldo final	\$130.400,92	\$214.747,63	\$322.743,25	\$450.880,69	\$601.559,90

Realizado por: Gualán, 2021.

5.10 Cálculo del VAN y TIR

La factibilidad financiera del presente proyecto se la obtendrá mediante tres indicadores económicos como son: el Valor Actual Neto (VAN), La Tasa Interna de Retorno (TIR), el periodo de recuperación de la inversión (PAYBACK), y con la relación de costo beneficio.

De acuerdo a los indicadores financieros expuestos, el plan de negocios para la creación de la empresa DEKORA es factible y rentable, pues se encuentra con una TIR tasa de retorno interno de 223%, que es mayor que la respectiva tasa de descuento que es del 23%, teniendo un valor actual neto positivo que asciende a \$ 269.675,65 con un periodo de recuperación de la inversión menos de un año, el cual es favorable y factible, finalmente, la relación costo beneficio es de 1.27, lo que se traduce que por cada dólar invertido, la empresa ganará 1.27 centavos.

Tabla 11-5: Indicadores financieros

TIR	223%
VAN	\$ 269.675,65
PAYBACK	Año 1
COSTO/BENEFICIO	1,27

Realizado por: Gualán, 2021.

GLOSARIO

Balance General: Indica todos sus activos y pasivos más patrimonio en un lapso establecido (My Own Business Institute, S.f.).

Capital: Son los activos invertidos y empleados en la ejecución de un proyecto (My Own Business Institute, S.f.).

Costos: Son todos aquellos recursos que se ha utilizado para producir un bien o servicio (Diccionar, S.f.).

Capitalización : Es la reinversión de utilidades generadas anteriormente (My Own Business Institute, S.f.).

Contabilidad: La contabilidad inspecciona y controla los registros y balances financieros de la empresa (Grafietic, S.f.).

Departamentalización funcional: Es el conjunto de funciones por departamento en una entidad (Diccionar, S.f.).

Liderazgo: Es la acción de influir sobre otras personas para que tengan actitud en alcanzar logros grupales (Diccionar, S.f.).

Plan de Negocio: Es el desarrollo de un esquema por escrito que analiza todos los aspectos que influirán en un proyecto o emprendimiento (My Own Business Institute, S.f.).

Políticas:

Son reglas y declaraciones que dirige a la toma de decisiones (Diccionar, S.f.).

Plazo: Es el lapso de inicio y tiempo de un crédito (Corporación Financiera Nacional, 2016).

Riesgo: Es el suceso desafortunado que puede influir negativamente al desarrollo de una operación económica (Corporación Financiera Nacional, 2016).

Tasa de interés: Es cantidad de dinero en porcentaje que cobran los acreedores o deudores, esto puede ser mensual o anualmente (Corporación Financiera Nacional, 2016).

BIBLIOGRAFÍA

AGENTES LOCALES DE PROMOCIÓN DE EMPLEO - DIPUTACIÓN DE ALMERÍA.

Manual De Financiación Agentes Locales de Promoción de Empleo. [en línea]. 2011. [Consulta: 21 diciembre 2020]. Disponible en: [https://www.dipalme.org/servicios/anexos/anexos.nsf/Vanexos/4D48027446BB2350C125794A005D55DD/\\$file/Manual%20de%20financiacion%20para%20empresas.pdf](https://www.dipalme.org/servicios/anexos/anexos.nsf/Vanexos/4D48027446BB2350C125794A005D55DD/$file/Manual%20de%20financiacion%20para%20empresas.pdf)

AITECO CONSULTORES S.L. Qué es un Diagrama de Flujo de Proceso o Flujograma -.

AITECO consultores- Desarrollo y Gestión [en línea]. Granada,España. [Consulta: 18 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.aiteco.com/diagrama-de-flujo/>.

AITIM. Escalera de madera definición. [blog]. Madrid, España: 15-06-2020. [Consulta: 14

diciembre 2020]. Disponible en: https://www.cscae.com/area_tecnica/aitim/enlaces/documentos/EscalerasMadera_15.06.2015.pdf.

ALFARO GARCÍA, L. Plan de negocios _ análisis legal. [en línea]. Bogota-Colombia. 2002

[Consulta: 28 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/plan-negocios/%0ACopiar>.

ARINAMY, L. La Cadena de Valor. [en línea]. Madrid-España: 2010. [Consulta: 20 diciembre

2020]. Disponible en: [https://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/#:~:text=El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias%3A&text=Logística interna%3A comprende operaciones de,distribución de las materias primas.&text=Logística externa%3A almacenamien.](https://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/#:~:text=El%20modelo%20de%20la%20cadena%20de%20valor%20distingue%20cinco%20actividades%20primarias%3A&text=Logística%20interna%3A%20comprende%20operaciones%20de%20distribución%20de%20las%20materias%20primas.&text=Logística%20externa%3A%20almacenamiento)

BACA URBINA, G. Evaluación de Proyectos [en línea]. Sexta edic. México-México: Mcgraw-

Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V, 2010. [Consulta: 18 diciembre 2020]. Disponible en:https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina.

CARRASQUERO, Domingo. Estudio de mercado y de factibilidad de producto. [en línea].

Caracas-Colombia. 2004. [Consulta: 11 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/estudio-de-mercado-y-de-factibilidad-de-producto/>.

CONTRERAS, Cynthia. *Mercado*. [en línea]. Arequipa-Perú. 2003. [Consulta: 10 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>.

CORONEL DE RENOLFI, Marta. *Decisiones financieras en el sector Forestal* [en línea]. Santiago del Estero, Argentina. 2005. [Consulta: 5 diciembre 2020]. Disponible en: <https://fcf.unse.edu.ar/archivos/series-didacticas/SD-13-Decisiones-financieras-teoria-RENOLFI.pdf>

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. *Glosario de términos financieros*. [en línea]. Guayaquil-Ecuador, 2016. [Consulta: 10 abril 2021]. Disponible en: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/08/Glosario-de-Términos-Financieros-2016.pdf>.

CUERPO DE BOMBEROS SARAGURO. *Requisitos de funcionamiento*. [en línea]. Saraguro-Ecuador. 2021. [Consulta: 20 enero 2021]. Disponible en: <https://www.linkedin.com/in/bomberos-saraguro-6092871b5/>.

DECORCASAS. *Pisos parquet*. [en línea]. Lima-Perú: Designed with MediaLive. 2018. [Consulta: 14 diciembre 2020]. Disponible en: <https://decorcasas.com/que-usar-piso-laminado-parquet-o-parqueton/>.

DICCIONAR. *Glosario de términos_ Diccinar*. [en línea]. Buenos Aires- Argentina: Moodle. [Consulta: 10 febrero 2021]. Disponible en: <https://www.direccionar.com.ar/cursos/mod/glossary/view.php?id=176>.

DUARTE BERMUDEZ, Maria Jose, & SOTO NAVARRETE, Lady María. “Estudio de Factibilidad Comercial para la Implementacion de Actividades Ecoturísticas en el Recinto Puerto El Morro”. (Trabajo de titulación). (Tercer nivel) ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL. Guayaquil, Ecuador. 2006. p. 49.

EQUIDESAS. *Pergolas*. [en línea]. Murcia-España: O2W eSolutions. 2018. [Consulta: 15 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.equidesa.com/blog/2018/7/18/tipos-de-pergolas-partes-modelos-y-diferencias>.

EXPERPISOS. *Pisos tabloncillo*. [en línea]. Quito-Ecuador: WordPress.org. 2018. [Consulta: 14 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.experpisos.com/index.php/piso-de-bambu>.

GADMIS SARAGURO. *Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Saraguro Periodo 2014 - 2019.* [en línea]. 2015. [Consulta: 25 septiembre 2020]. Disponible en: http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160001130001_DIAGNOSTICO- PDyOT Saraguro2015_15-03-2015_19-08-17.pdf.

GADMIS SARAGURO. *GADMIS_Saraguro.* [en línea]. 2021. [Consulta: 20 enero 2021]. Disponible en: <https://saraguro.gob.ec/>.

GASCÓ, Tamara. *Ingresos.* [en línea]. Valencia-España: Summon Press. 2019. [Consulta: 25 diciembre 2020]. Disponible en: <https://numdea.com/ingresos.html>.

GÓMEZ, Mónica. *Proyecto de inversion para la instalacion de un gimnasio en el Municipio de Tultitlan, Estado de Mexico* [en línea]. (Trabajo de titulación). (Tercer nivel) Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Economía, Mexico. 2001. p. 65. [Consulta: 26 diciembre 2020]. Disponible en: <http://132.248.9.195/pd2001/291454/Index.html>.

GÓMEZ MANOTOA, Oscar. *Evaluación financiera y análisis de riesgos de un proyecto de inversión para la elaboración de chocolate artesanal orgánico en el Ecuador* [en línea]. (Trabajo de titulación). (Maestría) Universidad Andina Simón Bolívar. Quito-Ecuador. 2017. pp. 13-16. [Consulta: 26-12-2020]. Disponible en: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6092/1/T2559-MFGR-Gomez-Evaluacion.pdf>.

GRAFIETIC. *Contabilidad_ definición.* [en línea]. [Consulta: 10 febrero 2021]. Disponible en: <https://grafietic.com/departamento-de-contabilidad/>.

INEC. *Fascículo provincial loja.* [en línea]. 2010. [Consulta: 24 noviembre 2020]. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>.

INEC. *Población y Demografía.* [en línea]. 2010. [Consulta: 25 noviembre 2020]. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>.

MADÉL. *DECKS_madel.* [en línea]. 2015a. [Consulta: 14 diciembre 2020]. Disponible en: https://www.madel.com.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=63&Itemid=46.

MADDEL. *Madel_PRODUCTOS*. [en línea]. 2015b. [Consulta: 14 diciembre 2021]. Disponible en:
https://www.madel.com.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=27.

MADDEL. *Molduras para Cuadros*. [en línea]. 2015c. Disponible en:
https://www.madel.com.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=125.

MADDEL. *Pisos de ingeniería multicapa*. [en línea]. 2015d. [Consulta: 14 diciembre 2020]. Disponible en:
https://www.madel.com.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=63.

MADDEL. *Vigas_madel*. [en línea]. 2015e. [Consulta: 14 diciembre 2020]. Disponible en:
https://www.madel.com.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=143.

MY OWN BUSINESS INSTITUTE. *Glosario de Términos de Negocios*. [en línea]. LEAVEY SCHOOL OF BUSINESS. [Consulta: 3 enero 2021]. Disponible en:
<https://www.scu.edu/mobiespanol/recursos--herramientas/glosario-de-terminos-de-negocios/>.

NAVA ROSILLÓN, Marbelis. "Análisis financiero_ una herramienta clave para una gestión financiera eficiente". scielo [en línea], 2009, (Venezuela) 14. [Consulta: 20 enero 2021]. ISSN 1315-9984. Disponible en: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009.

ORJUELA CÓRDOVA, Soledad, & SANDOVAL MEDINA, Paulina. Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos [en línea]. (Trabajo de titulación). (Tercer nivel) Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Chile. 2002. pp. 59-60. [Consulta: 15 diciembre 2020]. Disponible en:
https://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf.

PARRA MORENO, Carlos Fernando, & LIZ, Andrea del Pilar. "La estructura organizacional y el diseño organizacional, una revisión bibliográfica". Gestión & Sociedad [en línea], 2009, (Colombia) vol. (2), p. 3. [Consulta: 5 enero 2020]. ISSN 2027-1433. Disponible en:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52313672/1141-2174-1-SM_3.pdf?1490544716=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGESTION_and_SOCIEDAD_La_estructura_organ.pdf&Expires=1618769002&Signature=HntuR91jozRKA0v6NARUIZ7~N7gin2hj~L51Px9d4h91n6Ofxsv.

PEÑA CARDOZO, Angel. *Plan de Negocios* [en línea]. 2018. [Consulta: 29 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/plan-negocios-concepto-elementos-principales/>

PROYECCIONES FINANCIERAS. *Las Proyecciones Financieras.* [en línea]. [Consulta: 10 enero 2020]. Disponible en: http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis_Riesgos/pages/pdf/proyecciones_financieras_es.pdf.

RECURSOS EN PROJECT MANAGEMENT. *Qué es un Cronograma de un Proyecto.* [en línea]. 2014. [Consulta: 10 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.rekursosenprojectmanagement.com/definicion-de-cronograma/>.

REGISTRO LEGAL. *Registro Mercantil en Loja.* [en línea]. 2021. [Consulta: 20 enero 2021]. Disponible en: [https://www.registrolegal.es/registro-mercantil/loja#Inscripción en el Registro Mercantil de Loja](https://www.registrolegal.es/registro-mercantil/loja#Inscripción%20en%20el%20Registro%20Mercantil%20de%20Loja).

RIQUELME LEIVA, Matias. *Las 5 Fuerzas de Porter - Clave para el Éxito de la Empresa.* [en línea]. 2015. [Consulta: 20 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>.

SALINGAROS, Nikos, & MEHAFFY, Michael. *¿Por qué necesitamos el ornamento en la arquitectura.* [en línea]. 2015. [Consulta: 24 septiembre 2020]. Disponible en: <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/764584/por-que-necesitamos-el-ornamento-en-la-arquitectura>.

SKLIAREVSKY, Julieta. *Concepto de marca e identidad* [en línea]. 2018. [Consulta: 18 diciembre 2020]. Disponible en: <https://soy.marketing/concepto-de-marca-e-identidad/>.

SRI. *Requisitos Sociedades - intersri - Servicio de Rentas Internas.* [en línea]. 2021. [Consulta: 29 enero 2021]. Disponible en: <https://www.sri.gob.ec/requisitos-sociedades>.

STANTON, William; et al. *Fundamentos de Marketing* [en línea]. México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V, 2007. [Consulta: 10 diciembre 2020]. Disponible en: <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>.

SUPERINTENDECIA DE COMPAÑIAS VALORES Y SEGUROS. *Registro en la Superintendencia de Compañias, Valores y Seguros.* [en línea]. 2021. [Consulta: 20 enero 2021]. Disponible en: <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/s/>.

THOMPSON, Ivan. *Definición De Publicidad - Promonegocios.* [en línea]. 2005. [Consulta: 19 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>.

VALLEJO CHÁVEZ, Luz. 2016. *Marketing en productos y servicios ESPOCH 2016* [en línea]. Riobamba-Ecuador: La Caracola Editores,2016. [Consulta: 15 diciembre 2020]. Disponible en: [http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-224443-marketing en productos y servicios-comprimido.pdf](http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-224443-marketing%20en%20productos%20y%20servicios-comprimido.pdf).

WALLS, Glori. *Estadística Descriptiva en Edu.* [en línea]. 2011. [Consulta: 24 noviembre 2020]. Disponible en: <https://sites.google.com/site/estadisticadescriptivaenedu/home/unidad-1/poblaci-1>.

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA PILOTO DEL ESTUDIO DE MERCADO.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
Ingeniería Forestal



I. INTRODUCCIÓN

¡Excelente día! Soy Nina Gualán Egresada de la carrera de Ingeniería Forestal, con el fin de conocer si existe viabilidad económica, social y financiera para la empresa a ponerse en marcha DEKORA en el cantón Saraguro, solicitamos su colaboración llenando esta encuesta marcando con una x la respuesta de su elección. De antemano, Muchas gracias.

II. DATOS DE CLASIFICACIÓN

Género:

Masculino Femenino Edad:

Nivel de estudios

Primaria Secundaria Superior Post – Grado

Nivel de ingresos

\$0 - \$400 \$500 - \$1000 \$1000 - \$1500 Más de \$2000

III. ENCUESTA

1. Usted conoce productos para la decoración de interiores y exteriores elaborados a base de:

Madera SI NO Caña Guadua SI NO

2. Dentro de los productos para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda, ¿De qué material prefiere?

Madera Caña Guadua

3. ¿Usted conoce la existencia de una empresa en Saraguro que ofrezca productos para la decoración de interiores y exteriores en madera?

SI NO

4. Para la decoración de su vivienda le han recomendado el uso de:

Madera SI NO Caña Guadua SI NO

5. ¿Cómo prefiere los diseños para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda?

Rústico SI NO Industrializados SI NO

6. ¿Cuál de los siguientes productos usted compraría para la decoración de su vivienda?

Pisos de Ingeniería	<input type="checkbox"/>
Pisos sólidos (Duelas/ parquet /tabloncillo)	<input type="checkbox"/>
Pisos decks para exteriores	<input type="checkbox"/>
Puertas (Principales, exteriores, Marcos)	<input type="checkbox"/>
Pérgolas, vigas y molduras	<input type="checkbox"/>
Muebles y adornos	<input type="checkbox"/>
Escalones, pasamanos y complementos	<input type="checkbox"/>
Todos los anteriores	<input type="checkbox"/>

7. ¿Qué criterios utilizaría para comprar productos para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda?

Calidad del producto	<input type="checkbox"/>
Calidad del servicio	<input type="checkbox"/>
Elegancia	<input type="checkbox"/>
Precio conveniente	<input type="checkbox"/>

8. ¿Cuál sería su presupuesto para la adquisición de productos para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda?

\$0 - \$400	<input type="checkbox"/>
\$500 - \$1500	<input type="checkbox"/>
\$2000 - \$4000	<input type="checkbox"/>
Mas de \$5000	<input type="checkbox"/>

9. ¿Cómo le gustaría comprar los productos para la decoración de interiores y exteriores de su vivienda?

Lugar físico (Observación directa)	<input type="checkbox"/>
Página Web (Catálogo)	<input type="checkbox"/>

ANEXO B: EVIDENCIAS DE LAS ENCUESTAS EJECUTADAS.

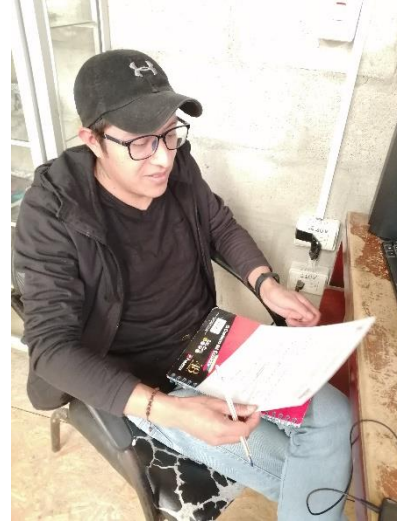
Registro fotográfico del estudio de mercado



Registro fotográfico del estudio de mercado



Registro fotográfico del estudio de mercado







**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS
PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN**



**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

Fecha de entrega: 17 / 06 / 2021

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: NINA PAKARI GUALÁN ZHUNLAULA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: RECURSOS NATURALES
Carrera: INGENIERÍA FORESTAL
Título a optar: INGENIERA FORESTAL
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.
 Firmado electrónicamente por: JHONATAN RODRIGO PARREÑO UQUILLAS
 17-06-2021
1207-DBRA-UTP-2021