



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS E IMPLEMENTACION DEPORTIVA
PARA GIMNASIOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA**

AUTORA: ALICIA LOURDES ANDRADE PRADO

DIRECTOR: ING. MARCELO VALLEJOS

IBARRA, DICIEMBRE 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente "Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa Comercializadora de repuestos de implementación deportiva para gimnasios en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura"; para este estudio se realizó un diagnóstico situacional en el cual, se conoce los aspectos relacionados con el área de influencia del proyecto, también se señala los sitios de compra que prefieren los consumidores. Consecutivamente se ejecutó el estudio de mercado para establecer la oferta, demanda y el análisis del precio del mercado. Mediante el estudio técnico se conoce la localización del proyecto, misma que será en el Sector de El Olivo al norte de la ciudad de Ibarra; de igual manera, se conoció el tamaño del proyecto, capacidad instalada, el espacio físico y el diseño de las instalaciones y por último, se establece la inversión inicial del proyecto, misma que será financiada y con recursos propios. Para conocer la factibilidad del proyecto se efectuó el estudio financiero, mediante indicadores financieros, mismos que, demuestran la factibilidad del proyecto. La empresa estará organizada con una estructura organizacional y funcional, para que su gestión empresarial sea eficiente. Se estableció los impactos positivos que tendrá la empresa en los diferentes ámbitos encontrados. Para finalizar se ha redactado conclusiones y recomendaciones a las que se concluyó, después de determinar todas las fases de la investigación.

SUMMARY

This "Feasibility Study for the creation of a Trading Company spares sports equipment for gyms in the city of Ibarra Imbabura Province"; in this study a situational analysis in which aspects related to the area of influence of the project is known was performed, shopping sites preferred by consumers is also noted. Consecutively the market study was run to supply, demand and market price analysis. Through technical study the location of the project, it will be in the Sector of El Olivo north of the city of Ibarra is known; likewise, project size, capacity, physical space and facility design met and finally, the initial investment of the project, it will be financed with own resources is established. For the project's feasibility study was conducted financial, through financial indicators, same as demonstrate the feasibility of the project. The company is organized with an organizational and functional structure, so that your business management efficient. The positive impacts that the company found in different areas was established. To end is drawn conclusions and recommendations that concluded, after determining all phases of research.

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Ibarra enero del 2015.



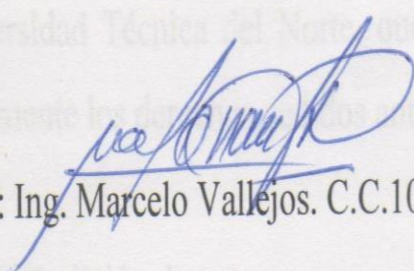
Nombre: ANDRADE PRADO ALICIA LOURDES

C.C. 1004006761

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada ANDRADE PRADO ALICIA LOURDES previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría CPA cuyo tema es: "Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos de implementación deportiva para gimnasios en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura". Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Ibarra enero del 2015.



Firma: Ing. Marcelo Vallejos. C.C.1001813821



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **ANDRADE PRADO ALICIA LOURDES**, con cédula de ciudadanía Nro. 1004006761, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: "Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos de implementación deportiva para gimnasios en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 27 días del mes de Enero de 2015

Nombre: ANDRADE PRADO ALICIA LOURDES

Cédula: 1004006761



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CEDULA DE CIUDADANÍA:	DE	1004006761	
APELLIDOS Y NOMBRES:	ANDRADE PRADO ALICIA LOURDES		
DIRECCIÓN:	Azaya		
EMAIL:	alex_an_ri@hotmail.es		
TELEFONO FIJO:	ninguno	TELEFONO MÓVIL:	0967968867
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS DE IMPLEMENTACIÓN DEPORTIVA PARA GIMNASIOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA" EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA		
AUTOR (ES):	ANDRADE PRADO ALICIA LOURDES		
FECHA: AAAAMMDD	2015-12-17		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA		
ASESOR /DIRECTOR:	ING. MARCELO VALLEJOS		

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **ANDRADE PRADO ALICIA LOURDES**, con cédula de ciudadanía Nro.1004006761, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIAS

El (la) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27 días del mes de Enero de 2015



LA AUTORA:

Nombre: Andrade Prado Alicia Lourdes

C.C.1004006761

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

A Dios, pues todo acontecimiento en mi vida tiene inicio en Él, y en sus manos deposito mi confianza esperando el resultado.

A mí familia por compartir cada momento de alegría y tristeza con inigualable afán.

A mi esposo por el inmenso amor que forman parte de mi sueño y apoyarme incondicionalmente.

Le dedico también a la Universidad Técnica del Norte, por la apertura brindada para cumplir un sueño; a mis profesores quienes me brindaron sus conocimientos y guiaron a ser un excelente profesional.

Alicia Andrade

AGRADECIMIENTO

A Dios todopoderoso, fuerza, luz, sabiduría, amor, y verdad en mi camino, que con su inmensa bondad me ha acompañado durante mi existencia; por haberme brindado la vida, que a su lado se ha tornado llena de maravillas.

A mi familia, quien me ha guiado con su amor, y han inculcado los valores que cimentaron mi desarrollo profesional.

A mi amado esposo, quien con su amor y comprensión me ha ayudado a cumplir mis sueños firmemente.

A la Universidad Técnica del Norte, que me ha brindado la oportunidad de formarme en sus aulas, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y de manera especial a mi amada carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA, bajo la cual me he formado, esperando ser una representante digna de su nombre.

Un especial agradecimiento a cada una de los docentes, que han formado parte de este proceso, inculcando en mi vida valores y conocimientos, forjando de esta manera una conciencia de responsabilidad. De manera especial al ING. MARCELO VALLEJOS, gracias a su dedicación y tiempo ha sido posible desarrollar este trabajo.

Alicia Andrade

PRESENTACIÓN

El presente trabajo se desarrolló en base a siete capítulos, en donde se describió la factibilidad y viabilidad del proyecto “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE REPUESTOS E IMPLEMENTACION DEPORTIVA PARA GIMNASIOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, finalizando con las respectivas conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL, en este capítulo se realizó un análisis de la situación actual de la ciudad de Ibarra para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y amenazas además de aspectos demográficos, sociodemográficos, socioeconómicos, centros de recreación y deporte.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO, corresponde a las bases teóricas científicas que respaldan los contenidos de la propuesta utilizando material bibliográfico y documental actualizado.

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO, es un análisis de la oferta y demanda de implementación deportiva en Ibarra, luego determinar la demanda insatisfecha y plantear estrategias de marketing para captar una parte de dicha demanda, además se fijan los precios.

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO, consiste en la identificación de la macrolocalización y microlocalización del proyecto, permitiendo escoger la mejor ubicación de la empresa además la distribución de las instalaciones, los requerimientos de activos fijos y personal para el correcto funcionamiento de la nueva empresa.

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO, en este capítulo se determinó los ingresos y egresos que generará el proyecto y a través de los evaluadores financieros se comprueba la viabilidad y factibilidad del presente trabajo.

CAPÍTULO VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, en este capítulo se describe la planificación estratégica, la estructura orgánica, la base legal que debe cumplir el proyecto para el buen funcionamiento.

CAPÍTULO VII IMPACTOS, se da a conocer los impactos positivos y negativos que se presenten al momento de ejecutarse el proyecto.

Para finalizar se redacta las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada, destacándose que se implementarán las políticas y estrategias que se plantean.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxv
INTRODUCCIÓN	xxvi
JUSTIFICACIÓN	xxvii
METODOLOGÍA.....	xxviii
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxix
CAPÍTULO I	30
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	30
Antecedentes cantón Ibarra.....	30
Datos generales del cantón.....	30
Breve reseña histórica	31
Sitios de interés.....	31
Centros comerciales.....	32
Objetivos del diagnostico.....	33
Objetivo general.....	33
Objetivos específicos	33
Matriz de relación diagnóstico.....	34
Mecánica operativa	35

Identificación de la población.....	35
Técnicas e instrumentos.....	35
Información secundaria.....	35
Información situacional de la matriz acerca del proyecto. Aspectos socioeconómicos.	36
Aspectos sociodemográficos.....	40
Ubicación, límites	40
Programa de entrenamiento para el alto rendimiento	42
Ecuador ejercítate y vive sano	42
Construcción de la Matriz AOOR.....	42
Identificación de la oportunidad de inversión.....	44
CAPÍTULO II.....	45
MARCO TEÓRICO.....	45
Bases teóricas y científicas	45
Repuestos e implementación deportiva	45
Definición	45
Características generales.....	48
Ventajas de los repuestos e implementación deportiva	48
Beneficios de realizar actividades físicas	48
Deporte adaptado e incluyente.....	49
Comercialización	50
Definición de producto	50
Definición de comercialización	50
Empresa	51
Definición	51
Organización empresarial	52
Definición pequeña empresa.....	54
Constitución legal de empresas unipersonales.....	55
Registro	57
Patente municipal.....	57
Constitución legal	58
Registro único de contribuyentes (RUC).....	59
Marketing en la empresa.....	60
Mercado	61
Elementos del marketing.....	62

Segmentación de mercado	64
Estudio técnico.....	66
Tamaño del proyecto.....	66
Estudio financiero	68
Gastos operacionales.....	68
Ingresos	68
Egresos	69
Fundamentos contables.....	69
Presentación de los estados financieros	70
Evaluación financiera.....	72
Evaluadores financieros.....	72
Capital de trabajo	75
Fuentes de financiamiento	75
Fundamentos administrativos	76
Proceso administrativo.....	76
Misión	77
Visión	77
Estructura organizacional.....	77
Organigrama funcional	78
CAPÍTULO III.....	79
ANÁLISIS DE MERCADO	79
Investigación de mercado	79
Identificación del producto	79
El mercado potencial.....	80
Objetivos del estudio de mercado	80
General	80
Objetivos específicos	81
Mecánica operativa del estudio de mercado	83
Identificación de la población.....	83
Determinación de la muestra	83
Análisis de la investigación	84
Tabulación de la información	84
Identificación de la demanda	107
Proyección de la demanda	111

Fórmula de cálculo de la demanda.....	112
Análisis de la oferta	112
Proyección de la oferta.....	115
Demanda potencial a satisfacer.....	119
Demanda a captar por el proyecto	124
Análisis de los precios	128
Proyección de precios de comercialización	129
Estrategias de comercialización	130
Producto	130
Precio	130
Plaza	131
Promoción	131
Conclusiones del estudio de mercado	131
CAPÍTULO IV.....	133
ESTUDIO TÉCNICO	133
Localización del proyecto	133
Macro localización.....	133
Micro localización	134
Ingeniería del proyecto	136
Diseño de las instalaciones	136
Área administrativa y comercial	137
Área de bodega	137
Proceso de comercialización.....	138
Inversión variable o capital de trabajo	144
Talento humano	144
Gastos administrativos	145
Gasto de ventas	146
Costo de ventas	148
Capital de trabajo	149
Inversión total del proyecto	149
Financiamiento.....	150
CAPÍTULO V	151
ESTUDIO FINANCIERO	151
Estado de situación financiera inicial. (Balance de arranque).	151

Determinación de ingresos proyectados	153
Determinación de egresos proyectados.....	157
Gastos operacionales.....	157
Gastos administrativos	158
Gastos financieros	164
Gastos de depreciación	166
Gastos de constitución	167
Estado de resultados proyectado.....	168
Flujo de efectivo financiero	169
Evaluación Financiera.....	170
Evaluación financiera.....	175
Conclusiones del estudio financiero	175
CAPÍTULO VI.....	177
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	177
La empresa	177
Razón social	177
Conformación	178
Misión	178
Visión	178
Políticas	178
Valores	179
Estructura organizacional.....	179
Funciones del personal.....	179
CAPÍTULO VII	188
IMPACTOS	188
Descripción	188
Impacto social.....	188
Impacto ambiental.....	190
Impacto empresarial.....	191
Impacto económico.....	192
CONCLUSIONES	193
RECOMENDACIONES.....	194
BIBLIOGRAFÍA	195
ANEXOS	197

ANEXO 1.....	198
ANEXO 2.....	201
ANEXO 3.....	203

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstico.....	34
Tabla 2 PEA en el cantón Ibarra, Censo	37
Tabla 3 Categoría o tipo de ocupación de la población en el cantón Ibarra	37
Tabla 4 Lugar de residencia.....	38
Tabla 5 Matriz AOOR	43
Tabla 6 Identificación del contribuyente	60
Tabla 7 Ciudades con mayor número de oferentes de artículos para gimnasios	80
Tabla 8 Matriz del estudio de mercado.....	82
Tabla 9 Compra de repuestos y maquinaria.....	85
Tabla 10 Calidad en el servicio.....	86
Tabla 11 Incidencia en el lugar de compra	87
Tabla 12 Precios Repuestos	88
Tabla 13 Precios Máquinas.....	89
Tabla 14 Aceptación de compra del producto	90
Tabla 15 Situación actual de lugar de compra	91
Tabla 16 Aceptación del proyecto	92
Tabla 17 Productos de preferencia.....	93
Tabla 18 Preferencia de compra	94
Tabla 19 Frecuencia de daños en máquinas.....	95
Tabla 20 Máquinas con mayor deterioro	96

Tabla 21 Frecuencia de compra de repuestos	97
Tabla 22 Aceptación de las máquinas.....	98
Tabla 23 Preferencias de consumo	99
Tabla 24 Preferencia en publicidad.....	100
Tabla 25 Oferta de repuestos en Ibarra	102
Tabla 26 Oferta de máquinas en Ibarra.....	103
Tabla 27 Cantidad ofertada por tipo de repuestos	104
Tabla 28 Cantidad ofertada por tipo de máquina.....	105
Tabla 29 Capacidad instalada	106
Tabla 30 Proyección de la demanda	108
Tabla 31 Compra de repuestos y maquinaria.....	108
Tabla 32 Demanda	109
Tabla 33 Demanda de máquinas	109
Tabla 34 Repuestos.....	110
Tabla 35 Demanda de repuestos	110
Tabla 36 Proyección de la demanda de máquinas	111
Tabla 37 Proyección de la demanda de máquina bicicleta	111
Tabla 38 Proyección de la demanda de máquina pierna total.....	111
Tabla 39 Proyección de la demanda de máquina cruce de poleas	112
Tabla 40 Oferta actual en la ciudad de Ibarra.....	113
Tabla 41 Oferta de máquinas	113
Tabla 42 Oferta anual de máquinas	114
Tabla 43 Oferta de repuestos	114
Tabla 44 Oferta anual de repuestos.....	115
Tabla 45 Oferta de máquinas proyectado multifuerza 3 estaciones	115
Tabla 46 Oferta de máquinas proyectado bicicleta estática.....	116

Tabla 47 Oferta de máquinas proyectado pierna total	116
Tabla 48 Oferta de máquinas proyectado cruce poleas	116
Tabla 49 Oferta de repuestos proyectado vinchas	117
Tabla 50 Oferta de repuestos proyectado disco por kilo.....	117
Tabla 51 Oferta de repuestos proyectado barra para poleas	117
Tabla 52 Oferta de repuestos proyectado cuerdas para poleas por metro.....	118
Tabla 53 Oferta de repuestos proyectado barra olímpica	118
Tabla 54 Oferta de repuestos proyectado barra z.....	118
Tabla 55 Oferta de repuestos proyectado pesas de aparatos.....	119
Tabla 56 Oferta de repuestos proyectado cabo para tríceps	119
Tabla 57 Demanda potencial a satisfacer multifuerza 3 estaciones.....	120
Tabla 58 Demanda potencial a satisfacer bicicleta estática	120
Tabla 59 Demanda potencial a satisfacer pierna total	120
Tabla 60 Demanda potencial a satisfacer poleas	121
Tabla 61 Demanda potencial a satisfacer vinchas	121
Tabla 62 Demanda potencial a satisfacer discos por kilo	121
Tabla 63 Demanda potencial a satisfacer barra para poleas	122
Tabla 64 Demanda potencial a satisfacer cuerdas para poleas por metro.....	122
Tabla 65 Demanda potencial a satisfacer barra olímpica	122
Tabla 66 Demanda potencial a satisfacer barra z.....	123
Tabla 67 Demanda potencial a satisfacer pesas de aparatos de fuerza por Kg.....	123
Tabla 68 Demanda potencial a satisfacer cabo para tríceps	123
Tabla 69 Demanda a captar por el proyecto multifuerza 3 estaciones	124
Tabla 70 Demanda a captar por el proyecto bicicleta estática.....	124
Tabla 71 Demanda a captar por el proyecto pierna total	125
Tabla 72 Demanda a captar por el proyecto cruce de poleas.....	125

Tabla 73 Demanda a captar por el proyecto vinchas	125
Tabla 74 Demanda a captar por el proyecto discos por kilo.....	126
Tabla 75 Demanda a captar por el proyecto barra para poleas	126
Tabla 76 Demanda a captar por el proyecto cuerdas para poleas por metro	126
Tabla 77 Demanda a captar por el proyecto barra olímpica	127
Tabla 78 Demanda a captar por el proyecto barra z	127
Tabla 79 Demanda a captar por el proyecto pesas.....	127
Tabla 80 Demanda a captar por el proyecto cabo para tríceps	128
Tabla 81 Competencia local.....	128
Tabla 82 Oferta en Quito	129
Tabla 83 Inflación promedio de los últimos años	129
Tabla 84 Proyección de precios de máquinas	129
Tabla 85 Proyección de precios de repuestos	130
Tabla 86 Matriz Locacional	135
Tabla 87 Descripción simbología	141
Tabla 88 Muebles y enseres	142
Tabla 89 Equipos de computación.....	143
Tabla 90 Equipos de oficina	143
Tabla 91 Resumen de inversiones fijas.....	144
Tabla 92 Talento humano	145
Tabla 93 Gasto sueldo administrativo mensual	145
Tabla 94 Cuadro N° 94 Gasto sueldo administrativo anual.....	145
Tabla 97 Gasto sueldo de ventas mensual	146
Tabla 98 Gasto sueldo de ventas anual.....	147
Tabla 99 Gastos de ventas mensuales.....	147
Tabla 100 Gastos de ventas anuales.....	147

Tabla 101 Inventario de máquinas	148
Tabla 102 Inventario de repuestos	148
Tabla 104 Capital de trabajo	149
Tabla 105 Inversión total del proyecto	149
Tabla 106 Financiamiento.....	150
Tabla 107 Estado de situación inicial	152
Tabla 108 Cálculo de los consumos anuales por tipo de máquinas en unidades	153
Tabla 109 Cálculo de ingresos por máquinas	154
Tabla 110 Cálculo de los consumos anuales por tipo de repuesto en unidades.....	155
Tabla 111 Cálculo de ingresos por repuestos	156
Tabla 112 Proyección del inventario que cubrirá el proyecto al primer año (máquinas)	157
Tabla 113 Proyección del inventario que cubrirá el proyecto al primer año (repuestos)	158
Tabla 114 Proyección talento humano (sueldos administrativos)	159
Tabla 115 Proyección gastos varios.....	159
Tabla 116 Sueldo personal de ventas.....	163
Tabla 117 Gastos ventas (Publicidad).....	163
Tabla 118 Parámetros del crédito	164
Tabla 119 Tabla de amortización préstamo bancario	164
Tabla 120 Gasto depreciación.....	166
Tabla 121 Gastos de constitución	167
Tabla 122 Estado de resultados proyectado.....	168
Tabla 123 Flujo de caja.....	169
Tabla 124 Costo oportunidad.....	170
Tabla 125 Calculo del VAN positivo.....	171
Tabla 126 Cálculo del VAN negativo.....	172
Tabla 127 Cálculo de la TIR.....	172

Tabla 128 Periodo de recuperación de la inversión	173
Tabla 129 Punto de equilibrio.....	174
Tabla 130 Resumen evaluación financiera	175
Tabla 131 Conformación	178
Tabla 132 Matriz de impactos.....	188
Tabla 133 Análisis impacto social	188
Tabla 134 Análisis impacto ambiental.....	190
Tabla 135 Análisis impacto empresarial.....	191
Tabla 136 Análisis impacto económico	192

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1 Rodamientos Repuesto habitual	45
Gráfico # 2 Máquinas deportivas	46
Gráfico # 3 Barras olímpicas	47
Gráfico # 4 Cruce de poleas.....	47
Gráfico # 5 Compra de repuestos y maquinaria.....	85
Gráfico # 6 Calidad en el servicio.....	86
Gráfico # 7 Incidencia en el lugar de compra	87
Gráfico # 8 Precios Repuestos	88
Gráfico # 9 Precios Máquinas.....	89
Gráfico # 10 Aceptación de compra del producto	90
Gráfico # 11 Situación actual de lugar de compra	91
Gráfico # 12 Aceptación del proyecto	92
Gráfico # 13 Productos de preferencia.....	93
Gráfico # 14 Preferencia de compra	94
Gráfico # 15 Frecuencia de daños en máquinas.....	95
Gráfico # 16 Máquinas con mayor deterioro	96
Gráfico # 17 Frecuencia de compra de repuestos	97
Gráfico # 18 Aceptación de las máquinas.....	98
Gráfico # 19 Preferencia en publicidad	100
Gráfico # 20 Oferta de repuestos en Ibarra.....	102
Gráfico # 21 Oferta de máquinas en Ibarra.....	103
Gráfico # 22 Cantidad ofertada por tipo de repuestos	104
Gráfico # 23 Cantidad ofertada por tipo de máquina.....	105
Gráfico # 24 Capacidad instalada	106

Gráfico # 25 Flujograma de distribución	140
Gráfico # 26 Logo de la empresa	177
Gráfico # 27 Organigrama estructural	179

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura # 1 Mapa de macro localización	134
Figura # 2 Mapa de micro localización.....	136
Figura # 3 Diseño de las instalaciones	137
Figura # 4 Diseño de las instalaciones	138

INTRODUCCIÓN

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura. Ubicado en la región andina, a 120 km al norte de la ciudad de Quito. Rodeada de joyas naturales como la Laguna de Yahuarcocha que posee además uno de los mejores autódromos del país, una infraestructura hotelera de primera calidad que ha sido admirada por el turismo nacional y extranjero que la visita. Ibarra es la ciudad donde el turista encuentra belleza en su paisaje y naturaleza que le rodea. La ciudad tiene una altitud de 2.225 metros sobre el nivel del mar y es conocida como la Ciudad Blanca. Ibarra aún conserva su sabor de antaño, cada rincón guarda recuerdos del pasado que se proyectan al presente y donde armoniosamente se combina lo colonial con lo moderno.

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes.

En la parte comercial debido a que en la ciudad de Ibarra hay un mayor desenvolvimiento del sector público en el área laboral local no existe una industria o comercio relativamente grande en la zona, el comercio existente es el básico para una ciudad mas no es que haya en demasía esta actividad.

El proyecto a implementarse toma en cuenta la fuerte demanda de la creciente población que concurre a los gimnasios estos están en proliferación en la ciudad y en la provincia. Pero en la actualidad no existe en la ciudad de Ibarra de hecho en la provincia una empresa legalmente constituida que provea de repuestos a los gimnasios u otro tipo de empresas que tengan maquinas deportivas es por esto que muchos negocios se ven obligados a importar maquinas nuevas o a dejar paradas sus máquinas debido a la falta de repuestos en el país.

JUSTIFICACIÓN

La permanente aparición de nuevos productos y el desarrollo del mercado en el sector deportivo, nos lleva a la necesidad de crear una empresa comercializadora de repuestos y maquinarias deportivos para poder reaccionar de una manera rápida y eficaz, con la finalidad de proveer al mercado no satisfecho por la por la falta de empresas dedicadas a la comercialización de estos productos.

Podemos observar que existe una creciente demanda de personas que acuden a gimnasios y centros deportivos por lo que ya están en auge este tipo de negocios. Muchos de ellos han encontrado problemas al momento de dar mantenimiento a sus máquinas averiadas ya que no encuentran repuestos para las mismas debida a que no existe en nuestra provincia una empresa que comercialice repuestos es por ello que se ven obligados a adquirir nuevas máquinas o dejar sin funcionamiento las que se encuentren dañadas lo que es una amenaza para estos negocios ya que pierden clientes al no operar con normalidad.

Este proyecto está orientado a incursionar a nivel local con esta nueva tendencia como es el de implementación deportiva, cuyo fin es ofrecer maquinarias deportivas y repuestos; asimismo brindar el asesoramiento especializado con relación a los tipos de adaptaciones, modificaciones y ensamblaje que cada propietario debe realizar en su negocio; y a su vez recomendar los accesorios que se ajustan con los cambios realizados, si es necesario.

Así mismo el proyecto representa una fuente de empleo al ocupar talento humano del sector contribuyendo al desarrollo económico de la ciudad; además, los beneficios indirectos para los moradores del sector quienes podrán implementar microempresas.

El proyecto posee un alto grado de factibilidad, debido a que cuenta con la aceptación de los posibles clientes y existe mercado para los productos propuestos por la empresa.

METODOLOGÍA

Método inductivo

Este método se utilizó para elaborar el marco teórico del proyecto, que sirvió para recabar información existente en libros, internet, entre otros medios que posean información relacionada al presente trabajo investigativo, que permitan el análisis de conceptos utilizados en el mismo.

Método analítico

Esta técnica facilitó la elaboración del estudio de mercado, mediante la recolección de datos y posterior tabulación, cuadros explicativos y gráficos, para analizar de la manera más adecuada la información adquirida y requerida, esto ayudo a generar ideas que respalden la comprensión del trabajo.

Método sintético

En este caso este proceso permitió completar el análisis de los datos obtenidos con la ayuda del método analítico, mismo que se usó para tener un análisis más general como también ayudo a elaborar un estudio específico de cada capítulo para concluir en sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

General

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos e implementación deportiva para gimnasios en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional en la ciudad de Ibarra con la finalidad de determinar la oportunidad de inversión.
- Estructurar el marco teórico en base a la investigación bibliográfica y linkográfica que sustente el tema.
- Realizar un estudio de mercado que permita medir el nivel de aceptación del producto.
- Elaborar el estudio técnico que permita determinar aspectos básicos y principales para implementar la empresa comercializadora de repuestos e implementación deportiva, determinar: el nivel micro y macro localización, ubicar el tamaño de la localización e infraestructura, equipamiento, talento humano, insumos, entre otros; de manera que se conozca la inversión del proyecto.
- Realizar el estudio económico financiero del proyecto con el propósito de determinar la rentabilidad económica del mismo.
- Diseñar la estructura organizacional del proyecto y conocer el marco legal.
- Determinar los principales impactos en los ámbitos social, económico, medioambiental y empresarial en la implementación del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes cantón Ibarra

Ibarra está ubicada en la zona norte de Ecuador a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán, formando parte del corredor Tulcán-Riobamba, con más de 4.5 millones de habitantes. Su clima es templado con unas temperaturas que oscilan entre los 12° y los 32° Celsius. Los componentes de relieve que destacan en torno a la ciudad son el Volcán Imbabura, la Laguna de Yahuarcocha, el Macizo Floral, la Campiña Ibarreña y la Llanura de Caranqui. Desde los valles y dehesas soplan los vientos cálidos y secos, mientras desde los andes y las partes altas soplan vientos frescos y fríos, lo que le dan a Ibarra un clima templado y agradablemente campiñesco. Además posee una altitud de 2.192 metros, latitud: 00° 21' N y longitud: 078° 07' O.

Ibarra para su manejo más equilibrado se halla dividida en más de 400 barrios que se agrupan en 5 parroquias urbanas. Éstas se encargan de mantener el orden, hacer cumplir las leyes del alcalde y de administrar bien los recursos de la ciudad. Además, existen otras 7 parroquias rurales.

Las parroquias urbanas de la ciudad son; Alpachaca, San Francisco, el sagrario, priorato y Caranqui.

1.1.1. Datos generales del cantón.

En una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura, se encuentra Ibarra, ciudad de tradición española que goza de un clima privilegiado, en la que conviven variedad de culturas y etnias que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura. La riqueza cultural, expresada a través de las diferentes manifestaciones de sus habitantes, la hace inconfundible. Ibarra, expone una ciudad pujante, educadora, progresista. Se han trabajado en proyectos que ayuden a mejorar la calidad de vida de los Ibarreños desarrollando estrategias de recuperación

ciudadana en los espacios públicos y la construcción de servicios que han mejorado rotundamente el paisaje urbanístico.

1.1.2. Breve reseña histórica

La Villa de San Miguel de Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra y bajo mandato del Rey Felipe de España.

Los motivos para la construcción de la ciudad fue que se necesitaba una ciudad de paso en el camino Quito-Pasto y la construcción de una ciudad con acceso rápido al mar. Es así como el asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fue construida en el valle de Caranqui, en los terrenos donados por Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa. La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia.

En la madrugada del 16 de agosto de 1868, la erupción del volcán Imbabura y el consiguiente terremoto devastaron la ciudad y la provincia. Ibarra quedó prácticamente destruida y fallecieron cerca de 20.000 personas.

Los sobrevivientes de este suceso se trasladaron a los llanos de Santa María de la Esperanza, donde se reubicaron y vivieron por cuatro años. Gabriel García Moreno, fue comisionado por el Presidente de la República, para reconstruir la ciudad. Finalmente el 28 de abril de 1872, los ibarreños regresaron a la rehecha ciudad. Esta fecha se considera la segunda más importante después de la fundación de Ibarra.

1.1.3. Sitios de interés

Obelisco, al entrar en la ciudad, este monumento recibe a los visitantes. En sus cuatro costados se encuentran grabados los nombres de los fundadores de la ciudad.

La Esquina del Coco, forma parte de la historia de Ibarra, en esa esquina, a pesar de la devastación del terremoto, una palmera de coco, siguió en pie, forma parte del proyecto de

regeneración urbana, por lo que cuenta con varios servicios para los visitantes tales como un bar.

Antiguo Cuartel de Infantería, vale la pena ser visto desde el exterior por su sobrio estilo y construcción en ladrillo y piedra. **Caranqui**, este sector está lleno de historia, aquí se han encontrado muchas reliquias arqueológicas debido a que se asentaron los pueblos que hicieron férrea resistencia a los Incas, en este sector se encuentran casas de la época anterior al terremoto, un tributo a los incas, el museo del sol (ubicado bajo el templo del sol), la tradicional iglesia con su magnífica pintura que representa al infierno y sus también tradicionales panes de leche.

Museo Banco Central del Ecuador Ibarra, Museo Arqueológico de la Sierra Norte del Ecuador, posee una colección de más de 350 piezas originales, además de Programa Educativo y Almacén de Publicaciones.

Casa de la Cultura, generalmente está abierta al público con muestras de arte o reliquias históricas.

1.1.4. Centros comerciales

En Ibarra existen 2 centros comerciales, el primero es la Plaza Shopping Center, conocida como La Plaza que alberga a enormes marcas como Supermaxi, Fybeca, Etafashion, Kywi, Todo hogar, Juguetón, Marathon Sport, Pinto, KFC, Captoos, y los bancos de todo el Ecuador, así mismo Laguna Mall inaugurado a inicios del 2013 cuenta con más de 50 tiendas, varias salas de cine, garaje subterráneo y decenas de stands que se ubicarán en toda la construcción.

Bajo este contexto, el desarrollo comercial en la ciudad de Ibarra es de una alto crecimiento es por ello que el comercio da empleo a 46 855 ibarreños, según el último censo del INEC.

Según el INEC, la tasa de desempleo provincial es de 5,1 de la Población Económicamente Activa (PEA) De los 181.175 habitantes de Ibarra, los jóvenes son el 62%. Las entidades públicas son la tercera fuente de empleo. Hay 11.355 funcionarios. La PEA en Ibarra es de 80.669 personas.

El siguiente trabajo investigativo consiste en realizar un estudio sobre la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos e implementación deportiva para gimnasios en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

1.2. Objetivos del diagnostico

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra con la finalidad de determinar la oportunidad de inversión.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Analizar los aspectos socio-económicos y sociodemográficos en la ciudad de Ibarra.
2. Determinar los centros de recreación y deporte que dispone Ibarra.

1.3. Matriz de relación diagnóstico

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstico

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	PÚBLICO META	
Analizar los aspectos socio-económicos en la ciudad de Ibarra.	Socio-económico	Educación	Secundaria	Documental	INEC	
		Remuneración,	Secundaria	Documental	INEC	
		ocupación,	Secundaria	Documental	INEC	
		lugar de	Secundaria	Documental	INEC	
	Sociodemográficos	residencia,	Secundaria	Documental	Dirección de	
		salud y	Secundaria	Documental	planificación	
		ubicación	Secundaria	Documental	del GPI	
		Limites	Secundaria	Documental		
		Clima				
		Vial				
Determinar los centros de Recreación y deporte que Dispone Ibarra.	Centros de recreación y deporte	Lugares públicos	Secundaria	Documental	GAD Ibarra	
		Centros privados	Primaria	linkográfica	GAD Ibarra	
		Federaciones	Secundaria	Documental	Ministerio	
		deportivas			del Deporte	

Fuente: Investigación de campo

Autora: Alicia Andrade

Año: 2015

1.4. Mecánica operativa

Una vez propuestos e identificados los objetivos variables e indicadores del diagnóstico que son base para la realización del presente estudio se llevará a cabo la investigación usando métodos, instrumentos y técnicas que serán de mucha utilidad para la recopilación de información.

1.4.1. Identificación de la población

La población o universo motivo del presente trabajo investigativo son todos aquellos gimnasios y centros deportivos públicos y privados que funcionan en la ciudad de Ibarra.

1.4.2. Técnicas e instrumentos

El instrumento y técnica que se utilizó para el presente trabajo en la realización de la investigación son los datos linkográficos de las instituciones públicas, las cuales son: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, Gobierno Provincial de Imbabura, Ministerio del Deporte, Banco Central del Ecuador y Banco del Pacífico. Ya que todo lo que se necesitó fue proporcionado en las páginas web oficiales de dichas instituciones.

1.4.3. Información secundaria

Para la recolección de información se utilizó la información existente en las páginas del INEC, Ministerio del Deporte y el GAD de Ibarra. con la finalidad de obtener datos estadísticos del deporte en la provincia, movimiento económico que este genera y la aceptación que esta actividad tiene en la ciudad así como también las diferentes instituciones públicas o privadas que prestan servicio de entrenamiento y preparación física. Adicionalmente datos económicos de las instituciones financieras antes mencionadas para determinar la viabilidad económica del proyecto.

1.5. Información situacional de la matriz acerca del proyecto. Aspectos socioeconómicos.

- **Educación**

El nivel de educación en Imbabura según el último censo realizado en el año 2010 por el INEC es; la tasa de asistencia neta en el sistema educativo vigente es de 75,2% entre los 15-17 años de edad y el 94,5% entre los 5-14 años de edad, mientras que el índice de analfabetismo en Imbabura fue de 10,6% en el 2010. En promedio los años de escolaridad son de 8,5.

La educación en Ibarra es considerada una de las mejores en el norte del país y el sur de Colombia, los centros de enseñanza son catalogados como los más modernos y académicamente prestigiosos, tal es el caso del Colegio Nacional Teodoro Gómez de La Torre, el cuarto colegio más antiguo del país, así mismo en Ibarra, dada su gran amplitud a la cultura española, heredaron como en casi todo el Ecuador Colegios religiosos de la Hermandad Católica, razón por la cual en Ibarra existen más colegios privados religiosos que públicos.

Las Universidades en Ibarra son 4 principalmente, todas sujetas a un alto nivel de estudios y una gran oferta académica, sin embargo, ninguna alcanzó la categoría "A", de la última evaluación universitaria realizada en 2013 por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior

- **Remuneración y ocupación.**

La estructura económica de la población del cantón Ibarra, la marca la Población Económicamente Activa que para el 2010 su Tasa de crecimiento de la PEA en el último periodo intercensal es del 2,99% lo que representa a 20.587 personas.

La ciudad se mantiene próspera gracias al Sector Terciario que supone el 70% de los empleos en la ciudad, la agroindustria y el procesamiento de alimentos.

Las actividades principales son:

Tabla 2 PEA en el cantón Ibarra, Censo

ACTIVIDAD	PEA	%
Sector agropecuario	9.367	11,61
Sector industrias	15.630	19,38
Sector servicios	46.855	58,02
Otros	8.817	10,93
Total PEA	80.669	99,94

Fuente: ET-INEC-CI

Año: 2010.

El Sector Servicios con el 58,02% representa a 46.855 habitantes, que evidencia la tendencia de crecimiento de esta actividad de la última década y su crecimiento es de 15.231 personas que han pasado a conformar el grupo de este sector. Dentro de este sector "el comercio al por mayor y menor" es la actividad económica más preponderante en el cantón.

Dentro de estas actividades existen los siguientes tipos de empleo:

Tabla 3 Categoría o tipo de ocupación de la población en el cantón Ibarra

CATEGORÍA DE OCUPACIÓN	CASOS	%
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	11.345	14,5564423
Empleado/a u obrero/a privado	24.975	32,0447022
Jornalero/a o peón	8.093	10,3838949
Patrono/a	3.859	4,9513716
Socio/a	1.287	1,65131258
Cuenta propia	20.610	26,4440966
Trabajador/a no remunerado	1.453	1,86430239
Empleado/a doméstico/a	3.037	3,89668711
Se ignora	3.279	4,20719033
Total	77.938	100

Fuente: Fuente INEC: Censo de Población y vivienda 2010

Año: 2010

- **Lugar de residencia**

Tabla 4 Lugar de residencia

CANTÓN	PARROQUIA	URBANO	RURAL	TOTAL
Ibarra	Ambuquí		5.477	5.477
Ibarra	Angochagua		3.263	3.263
Ibarra	Carolina		2.739	2.739
Ibarra	Ibarra	131.856	7.865	139.721
Ibarra	La esperanza		7.363	7.363
Ibarra	Lita		3.349	3.349
Ibarra	Salinas		1.741	1.741
Ibarra	San Antonio		17.522	17.522
Ibarra			49.319	181.175

Fuente: <http://inec.gob.ec>

Año: 2015

El cantón Ibarra es el principal centro administrativo de la provincia de Imbabura pero no es el cantón imbabureño con mayor índice demográfico. Actualmente es el tercer cantón con mayor índice demográfico dentro de la provincia.

A través de estos datos se puede comprobar el crecimiento demográfico que ha sufrido la población imbabureña y por ende la del cantón Ibarra. Solo en Imbabura la densidad demográfica creció 12,2 puntos por lo que se presume que la población ibarreña ha crecido una cantidad similar pero dicho análisis no puede ser exacto debido a la falta de datos disponibles a nivel cantonal.

La población del cantón Ibarra urbana y rural se encuentra distribuida:

1) Zonas residenciales

Las zonas más residenciales de la ciudad se hallan merodeantes al centro de Ibarra, La Victoria, Los Ceibos, Pílanquí, Pueblo Viejo de Yahuarcocha y Chorlaví son los lugares predilectos de una creciente clase media, mientras El Empedrado, La Florida, Ajaví, El Ejido de Ibarra, Las Colinas, El Milagro e Imbaya tienen las casas de los magnates y las clases alta

y media; y mientras en los barrios de Alpachaca, Pugacho, Azaya y Las Palmas alberga a las villas y suburbios de la población media-baja y pobre.

2) Salud

La salud en Ibarra se halla garantizada por dos hospitales: San Vicente de Paúl (hospital público), Hospital del Seguro (Hospital del IESS), así como de más de 15 clínicas privadas y cerca de 300 consultorios privados, las principales clínicas privadas son: Clínica Ibarra, Clínica Moderna, Hospital Metropolitano, Clínica Mariano Acosta, Clínica del Norte, Clínica Médica Fértil, Dialibarra, etc.

La principal causa de muerte en Ibarra son los problemas cardio-cerebrales y los respiratorios, mientras la población goza de una alta calidad de vida y una esperanza de vida que se aproxima a los 79,7 años para los hombres y 83,4 años para las mujeres.

Un dato interesante es que Ibarra tiene una población que según datos respondió visitar al médico cada 3 meses como prevención, siendo la ciudad con mejor avance de la salud preventiva del país.

La obesidad es un problema que fue algo notorio en Ibarra durante el 2005 pero no trascendió a mayores ya que para 2010 el número de casos bajó y no se ha vuelto a tener pacientes que sufran este mal.

El estrés sin embargo ha causado grandes estragos en su población, ya que los problemas nerviosos y psicológicos han sido crecientes desde el 2007.

Aproximadamente un 45% de los ibarreños mayores de 30 años fumaban para 2010, convirtiendo a Ibarra en la segunda ciudad con más población fumadora del Ecuador tras Quito, y le siguen Guaranda, Cuenca, Otavalo y Loja.

1.6. Aspectos sociodemográficos

1.6.1. Ubicación, límites

Ibarra está ubicada en la zona norte de Ecuador a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán, formando parte del corredor Tulcán-Riobamba, con más de 4.5 millones de habitantes. Su clima es templado con unas temperaturas que oscilan entre los 12° y los 32° Celsius. Los componentes de relieve que destacan en torno a la ciudad son el Volcán Imbabura, la Laguna de Yahuarcocha, el Macizo Floral, la Campiña Ibarreña y la Llanura de Caranqui. Desde los valles soplan los vientos cálidos y secos, mientras desde los andes y las partes altas soplan vientos frescos y fríos, lo que le dan a Ibarra un clima templado y agradablemente compañerismo.

- Altitud: 2.192 metros.
- Latitud: 00° 21' N
- Longitud: 078° 07' O

3) Clima

El clima de la ciudad es templado seco-mediterráneo, dado que Ibarra se halla en un valle y es modificado tanto por los vientos que llegan a los valles los vientos cálidos y secos, como por los vientos que llegan desde los Andes y las partes altas que son vientos frescos y fríos. Ibarra tiene una temperatura promedio de 18 grados, oscilando entre una temperatura media en diciembre de 7 grados y de hasta 32 grados en agosto.

La temperatura más baja registrada en Ibarra se dio el 17 de febrero de 2003, cuando la temperatura bajó hasta los -4 grados celsius, durante una ráfaga gélida proveniente de los Andes occidentales que causó hipotermias y gripes, y la más alta se dio en el verano de 2005 cuando sobrepasó los 35 grados. A menudo Ibarra suele estar contrastada de cambios meteorológicos y son casi impredecibles.

El clima anual se divide en 3 partes: la etapa seca que va desde junio hasta principios de septiembre, la época estival de principios de septiembre a mediados de febrero y la fría de finales de febrero a finales de mayo.

4) Vial

Para el beneficio de los habitantes de la ciudad de Ibarra el gobierno ha procedido con la ampliación de la vía Ibarra - Rumichaca la cual avanza sin contratiempos, a lo largo de la arteria se puede observar maquinaria pesada en la destrucción de los muros montañosos.

Cabe destacar la seguridad desplegada para la realización de este proyecto que busca mejorar las rutas del país.

5) Transporte

En Ibarra como en todas las ciudades de la Sierra Ecuatoriana el tráfico y la congestión vehicular es un problema constante para lo cual se ha propuesto un nuevo trazado urbano y vial en la ciudad, la creación del SISMERT, y una serie de proyectos y campañas escolares y profesionales sobre conciencia vial. Adicional a esto podemos destacar la preocupación del gobierno por mejorar las vías del país para fomentar el turismo y ayudar al comercio de esta forma impulsar la economía.

Ibarra cuenta con calles medianas, grades y angostas, como cualquier ciudad colonial, enmarcada con innumerables intersecciones, monumentos, redondeles, y parques, así Ibarra cuenta con dos Compañías de Autobuses, 28 de Septiembre y San Miguel de Ibarra, las cuales prestan servicios a toda la población, y en sus innumerables barrios, en este concepto Ibarra intervendrá el tranvía para 2016 como parte del Sistema de Transporte Urbano de Ibarra, que iniciará con 3 tramos principales: San Antonio-Yahuarcocha, Centro Histórico-El Ejido y Los Ceibos-Terminal.

6) Lugares públicos

Los principales sitios que los ibarreños prefieren a la hora de realizar deporte son la laguna de Yahuarcocha, los parques entre ellos están; el parque ciudad de Ibarra y parque denominado de la familia los cuales prestan las facilidades para el deporte y sano esparcimiento ya que cuentan con máquinas que simulan un gimnasio y el espacio necesario para actividades en familia, además del corredor periférico y distintas calles y avenidas de la ciudad.

7) Centros privados

Ibarra cuenta con una amplia oferta de gimnasios y centros de entrenamiento deportivo, tanto en el centro de la urbe como en los barrios de mayor opulencia; en los cuales los usuarios acuden a entrenar y mantener su figura y su salud, al cancelar un costo.

8) Federaciones deportivas

Los centros privados con los que cuenta la ciudad de Ibarra son el Centro Deportivo para el Alto Rendimiento (CEAR) ubicado en Carpuela y la Federación Deportiva de Imbabura (FDI) ubicada en el centro de Ibarra en estos lugares el gobierno ha implementado programas como: programas de entrenamiento para deportistas y programas de ejercicio para la ciudadanía.

1.6.2. Programa de entrenamiento para el alto rendimiento

El cual busca el adecuado entrenamiento de las promesas en el deporte para mejorar su desempeño tanto en competencias deportivas nacionales como internacionales. Las instalaciones de los CEARS ubicados en sitios estratégicos del país son lugares destinados para esta actividad ya que el gobierno se ha encargado de equiparlos para las diferentes disciplinas deportivas que se practican.

1.6.3. Ecuador ejercítate y vive sano

Con la colaboración de las federaciones provinciales y algunos municipios, cada provincia del país será parte de este programa que tiene como objetivo reducir el sedentarismo en el país a través de bailo terapia y aeróbicos dirigidos por profesionales que se ubicarán en tarimas localizadas en lugares públicos estratégicos de varios cantones del Ecuador, en horarios diurnos y nocturnos.

1.7. Construcción de la Matriz AOOR

Este análisis ayuda a medir las diferentes variables relacionadas con el entorno, en este caso la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos e implementación

deportiva para gimnasios en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Se examinará aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.

Tabla 5 Matriz AOR

<p>ALIADOS</p> <p>a) El Ministerio de Salud promueve campañas que impulsan el bienestar físico.</p> <p>b) El Ministerio del Deporte promueve campañas del fomento deportivo.</p> <p>c) El Gobierno mediante programas deportivos impulsa la creación de lugares aptos para el desempeño de los deportistas de élite del país así como también del público en general.</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>a) La existencia de pocos negocios no legalizados en Ibarra que comercializan repuestos y máquinas deportivas.</p> <p>b) La transformación de la matriz productiva, por incentivar la producción nacional y la economía popular y solidaria.</p> <p>c) Tendencia actual de la población de practicar deportes y mejorar su estado físico.</p> <p>d) Apoyo del gobierno al deporte, impulsando esta actividad por medio del Ministerio del Deporte y sus diferentes centros deportivos distribuidos en las principales ciudades.</p>
<p>OPONENTES</p> <p>a) Falta de un local propio, lo que produce gastos variables y fijos.</p> <p>b) Costos elevados de fletes para transportar los implementos deportivos hasta la ciudad de Ibarra.</p> <p>c) Preferencia de los consumidores por productos importados de menor precio.</p>	<p>RIESGOS</p> <p>a) La ubicación de otras empresas en la ciudad de Ibarra que comercialicen artículos para gimnasio.</p> <p>b) Altos costos de arrendamiento.</p> <p>c) Los costos crecientes en la fabricación, lo que hace que disminuye la demanda al ser muy caro el artículo.</p>

Elaboración: La Autora
Año: 2015

1.7.1. Identificación de la oportunidad de inversión

Después de haber efectuado el diagnóstico situacional y determinado los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades se ha identificado que la ciudad de Ibarra cuenta con aspectos positivos para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de repuestos e implementación deportiva para gimnasios en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; entre los cuales se puede destacar tendencia de la población para realizar deporte y fitness, apoyo del gobierno al deporte mediante campañas impulsando esta actividad con la creación de centros y complejos deportivos, además del apoyo a la matriz productiva y la escasa presencia de empresas que comercialicen maquinaria y repuestos para gimnasios en la ciudad, con estos antecedentes se puede manifestar que el proyecto tendrá alto grado de éxito al momento de su implementación,

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas y científicas

2.1.1. Repuestos e implementación deportiva

Gráfico # 1 Rodamientos Repuesto habitual



Fuente: Zona gym
Elaboración: La Autora
Año: 2015

2.1.2. Definición

Según (S/N, 2014) Un **recambio, repuesto** o **refacción** es una pieza que se utiliza para reemplazar las originales en máquinas que debido a su uso diario han sufrido deterioro o una avería.

Por el contrario, los rodamientos y otros tipos de piezas son sustituidos una vez producida la avería, en forma imprevista.

Implementos deportivos son todos aquellos artículos que sirven para el entrenamiento y la práctica deportiva ya sea en un gimnasio, en el hogar o bien al aire libre, con la finalidad de mantener, reducir o ganar masa corporal.

Los implementos deportivos son máquinas y accesorios deportivos que se encuentran no solo en gimnasios hoy en día las personas que no disponen de tiempo también lo adquieren para uso dentro de la comodidad del hogar.

Gráfico # 2 Máquinas deportivas

Elíptica



Fuente: Zona gym
Elaboración: La Autora
Año: 2015

Bicicleta estática



Fuente: Zona gym
Elaboración: La autora
Año: 2015

Gráfico # 3 Barras olímpicas



Fuente: Zona gym
Elaboración: La Autora
Año: 2015

Gráfico # 4 Cruce de poleas

Cruce de poleas



Fuente: Zona gym
Elaboración: La Autora
Año: 2015

3 Estaciones



Fuente: Zona gym
Elaboración: La Autora
Año: 2015

2.1.3. Características generales

Los repuestos dentro del ámbito deportivo son piezas fundamentales para el correcto funcionamiento de las máquinas existentes en los gimnasios, ya que estas máquinas sufren un desgaste o deterioro ya sea por el uso o el abuso al realizar entrenamiento físico. Por esta razón es necesario cumplir el mantenimiento pertinente realizando el cambio de piezas gastadas para mejorar o habilitar el funcionamiento de las máquinas.

Estas máquinas de gimnasio y sus respectivos repuestos son en su mayoría metálicas y en pequeños porcentajes plásticos con elástico o caucho, por lo general su adquisición es fuera de la provincia debido a la mínima oferta existente dentro de la provincia, la elaboración de estos implementos se realiza como fundición del metal y tornos para darle la forma exacta que encaje en la maquina averiada.

2.1.4. Ventajas de los repuestos e implementación deportiva

La principal ventaja de los repuestos constituye la función utilitaria que brinda a muchos gimnasios y centros deportivos que poseen máquinas deportivas deterioradas, los propietarios actualmente no tienen un fácil acceso a este tipo de artículos dentro de la ciudad de Ibarra.

La implementación deportiva existente en centros deportivos y de entrenamiento físico, permiten a los usuarios obtener un nivel de rendimiento físico de mayor eficacia al lograr resultados en menor tiempo y en áreas localizadas, u obtener mayor volumen en musculatura; ideal para halterofilia o personas muy delgadas.

Los diferentes artículos utilizados en centros deportivos como gimnasios son de gran utilidad para el usuario común y para deportista profesional ya que le ayuda a mantenerse en óptimo estado físico, y en su entrenamiento físico diario reglamentario en su estilo de vida para rendir al máximo en cada competencia deportiva.

2.1.5. Beneficios de realizar actividades físicas

Según (Sancho Ruiz & Waaler, 2014) Hoy día, es aceptado por toda la comunidad científica que la actividad física y el deporte, realizados y

planificados adecuadamente, no sólo reducen el índice de mortalidad general, sino que además hace que disfrutemos de una mejor salud durante nuestra vida, es decir, dan años a la vida y vida a los años.

Igualmente, hay que tener en cuenta lo que (Rodríguez, 1995) expresa: “La cantidad de ejercicio necesaria para reducir el riesgo de enfermedad de forma significativa y disfrutar de buena salud, es considerablemente menor que el necesario para alcanzar y mantener niveles elevados de condición física, por lo que el tiempo que hay que invertir para alcanzar un nivel saludable de condición física, es considerablemente menor que el necesario para conseguir un alto grado de la misma, objetivo deseable pero difícil de conseguir para la mayoría de la población”.

Realizar actividad física es esencial para mejorar la salud además de ayudar a prevenir enfermedades en las personas cualquiera sea su edad.

La práctica continua de deportes contribuye para mejorar el estilo de vida además de prolongarla, mejora el estado de ánimo produciendo bienestar físico y emocional, además de aumentar la autonomía y la integración social al compartir los momentos de sano esparcimiento.

La actividad física es una forma divertida, práctica, barata e incluyente de invertir en la salud.

2.1.6. Deporte adaptado e incluyente

El Ministerio del Deporte a través de la Dirección de Deporte Adaptado e Incluyente a lo largo de los últimos años ha venido apoyando, desarrollando y promoviendo la actividad física, el deporte y la recreación en beneficio de los Sectores de Atención Prioritaria, Pueblos y Nacionalidades del Ecuador.

2.2. Comercialización

2.2.1. Definición de producto

Según el autor (PRIETO Herrera, 2013, pág. 37) manifiesta que: "Es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para su adquisición, uso o consumo que pueda satisfacer una necesidad o deseo".

Producto constituyo todo bien físico que satisface una necesidad para el usuario, y por el cual se cancela un valor de intercambio.

En marketing un producto es una opción viable repetible que el oferente pone al servicio del demandante con el fin de atender un deseo o cubrir una necesidad a través de su uso o consumo.

2.2.2. Definición de comercialización

Según (blog spot, 2012)"La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales".

Comercialización se refiere al conjunto de actividades realizadas con el fin de facilitar la venta de un bien o servicio, es decir de cubrir con las necesidades del cliente.

En esta actividad se debe tomar muy en cuenta el análisis de las necesidades de las personas que consumen el producto, identificar qué necesidad se intenta satisfacer.

Estimar la cantidad de personas que consumirán el producto o servicio además del volumen de ventas y el precio al que están dispuestos a pagar; de este modo se puede optimizar la comercialización de cualquier producto o servicio.

1. Micro comercialización:

Según (blogspot, 2012)"**Observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. Es a su vez la ejecución de**

actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades".

La micro comercialización radica en la distribución del bien o servicio a mediana o pequeña escala sea para una clientela limitada o dentro de límites geográficos reducidos.

Está conformada por actividades que cumplen una función dentro de una organización o empresa y cuyo objetivo es cubrir las necesidades realizando un intercambio de bienes y/o servicios entre el productor y el consumidor.

2 Macro comercialización:

Según (blogspot, 2012) "**Considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución. También es un proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad".**

La macro comercialización al contrario de la micro comercialización se concentra en límites geográficos mucho más amplios que pueden cubrir desde ciudades hasta países, en los cuales los productores proveen de artículos en masa para cubrir las necesidades de los pueblos en constante crecimiento.

La macro comercialización se refiere al impacto que sufren las ventas de un producto/servicio y que comprometen a la economía de todo un país; estas ventas inciden en el desarrollo y las estadísticas económicas de la nación.

2.3. Empresa

2.3.1. Definición

Según la autora (BRAVO Mercedes, 2013, pág. 3) expresa que: "Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad".

La empresa constituye un ente productivo en el cual se concentra todos los esfuerzos colectivos de su personal, con el fin de brindar un bien o servicio de calidad que le genere un ingreso a la institución.

2.3.2. Organización empresarial

Según (BRAVO Mercedes, 2013, pág. 3) dice: "Existen algunos criterios para clasificar las empresas". Hay tres formas de clasificar las empresas por su organización empresarial de propiedad individual, sociedad colectiva y sociedad anónima.

1. Empresas Comerciales

Las empresas comerciales Según (FIERRO Ángel, 2011, pág. 75) "Desarrollan su actividad mediante la oferta de bienes corporales muebles e inmuebles a consumidores, en cantidades, géneros diversos y valores, para su uso o consumo de cuya actividad obtienen los beneficios para sus dueños".

Las empresas comerciales tienen como objetivo primordial la venta de artículos sin realizar en el ningún proceso de transformación, la única función de este tipo de empresas es la de servir de intermediario entre el productor y el consumidor.

2. Por el sector o la procedencia del capital

Estas se clasifican en públicas, privadas o mixtas.

Las empresas públicas son aquellas cuyo capital le pertenece al gobierno.

Las empresas privadas son aquellas cuyo capital le pertenece a personas particulares.

Las empresas mixtas poseen el aporte del gobierno y de personas particulares.

3. Empresas Privadas

Según la autora (BRAVO Mercedes, 2013, pág. 3) menciona que: "Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas)".

Una empresa privada es aquella que trabaja bajo su propio financiamiento es decir con capital propio ya sea de socios/ accionistas o del fundador además los ingresos generados por la actividad económica cualquiera sea esta siempre que sea lícita son para el beneficio de el o los propietarios.

4. Por la integración del capital:

Para el caso de este estudio se tomó solo a las empresas unipersonales.

Del capital

Según (Congreso Nacional, 2014) Art. 20.- **Capital empresarial.- El capital de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente- propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, según el artículo 1 de la ley de compañías. Dicho capital deberá fijarse en el acto constitutivo de manera clara precisa, y en moneda en curso legal.**

El capital de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada debe ser únicamente el que el gerente propietario aporte al momento de su constitución, y debe estar claramente indicado al momento de su inscripción pública.

- **Unipersonal**

Según el autor (FIERRO Ángel, 2011, págs. 73-74) menciona que: "**Los entes económicos individuales están constituidos por personas naturales que pueden intervenir en el proceso de creación de negocios en forma personal en calidad de comerciante, denominados entes económicos individuales mediante la separación de sus bienes personales en negocios de comercio producción o servicio siempre que cumplan con las debidas formalidades. Negocio individual: está constituido por la persona natural que conoce la oportunidad de negocio e invierte parte de su patrimonio para desarrollar una o varias de las actividades contempladas en el código de comercio, mediante el registro mercantil del establecimiento de comercio y del persona natural, para obtener beneficio personal**".

Las empresas formadas por entes económicos individuales son personas naturales o jurídicas, las cuales invierten en negocios privados cuyo fin es tener ingresos propios, este tipo de empresas no son familiares ya que le pertenecen a un único dueño y responsable legal. El

único dueño tiene pleno derecho de recibir los beneficios que genere el negocio y es totalmente responsable de las pérdidas en que incurre.

- **Por el aspecto jurídico**

Persona natural

Según el autor (FIERRO Ángel, 2011, pág. 74) expresa que: **"Es todo individuo de la especie humana independiente de su edad, raza, sexo, extirpe o condición con capacidad de tener derechos y contraer obligaciones con responsabilidad en cualquier actividad contemplada en el código de comercio con base en sus bienes personales que posee y que vincula específicamente a su negocio de compra y venta, producción o servicios"**.

Una persona natural es un individuo independientemente de raza, religión, sexo, entre otras que posee la condición legal de manejar su negocio el cual puede ser este de cualquier tipo, siempre que sea de origen legal. Una persona natural es un humano que cumple sus obligaciones y ejerce sus derechos a título personal, al constituir una empresa asume todas las obligaciones y responsabilidades de esta.

2.4. Definición pequeña empresa

"Según el autor (FIERRO Ángel, 2011, págs. 76-77) expresa que: **"Su tamaño las empresas se dividen en: grandes, medianas, pequeñas y microempresa, por lo regular el parámetro de medición depende del número de empleados vinculados a las labores o también por el total de los activos medidos en salarios mínimos legales vigentes. La pequeña empresa cuenta con planta de personal entre cincuenta y uno (51) y (200) trabajadores, o activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5000), salarios mínimos mensuales legales vigentes"**.

Las pequeñas empresas son aquellas que cuentan con una capacidad instalada limitada y cuyo capital es bajo, además de contar con poco personal. Por lo general son negocios familiares y su inversión es limitada ya que no pueden despegar con montos grandes es mejor instalarlas con restricción de fondos hasta que posean mayor capital. Las **pyme** son entidades independientes con una alta participación en el mercado, estas entidades tienen grandes ventajas debido a su capacidad de adaptabilidad, su estructura pequeña y su posibilidad de

especializarse en nichos lo que no sucede con las empresas grandes que se enfocan en productos estandarizados.

2.4.1. Constitución legal de empresas unipersonales

1. De las generalidades y naturaleza jurídica

Según (Congreso Nacional, 2014) Art. 1.- capacidad para construir empresas unipersonales.- **"Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por medio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello"**.

Una persona natural esto individuo independientemente de raza, religión, sexo, entre otras que posee la condición legal de manejar su negocio el cual puede ser este de cualquier tipo, siempre que sea legal, dependiendo del monto que este manejando.

2. De la denominación

Según (Congreso Nacional, 2014) Art.8.- Características de la denominación.- **"La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designada con una denominación específica que la identifique como tal. La ante dicha denominación específica deberá estar integrada, por el nombre y/o iniciales del gerente- propietario, al que en todo caso se agregara la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L. Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa"**.

La empresa de origen unipersonal de responsabilidad limitada deberá especificar en su denominación las iniciales del propietario además de la actividad a la que se dedicará la empresa.

3. De la nacionalidad y domicilio

Según (Congreso Nacional, 2014) Art. 13.- nacionalidad y domicilio.- **"Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional, pudiendo**

operar ocasionalmente en cualquier otro lugar de la Republica o fuera de ella".

La nacionalidad de la empresa dependerá íntegramente del lugar de origen en el que se la instala.

4. Del objeto

Según (Congreso Nacional, 2014) Art. 15- Del objeto.- "El objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es la actividad económica organizada a que se debe dedicar, según el acto de su constitución. Tal objeto comprenderá una sola actividad empresarial".

El objeto constituye el giro de negocio al cual se dedicara como tal y el cual le generará un beneficio o renta como tal a favor de su propietario, la empresa de propiedad unipersonal se manejará legalmente como persona natural tal como lo establece la ley ecuatoriana. La empresa unipersonal que se forma con una sola persona natural o jurídica, destina parte de sus activas para realizar una o varias actividades mercantiles.

5. Del plazo

Según (Congreso Nacional, 2014) Art. 19.- plazo de duración de las empresas.- "Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá constituirse por un plazo determinado. Dicho plazo deberá constar en el acto constituido en forma expresa de conformidad con esta ley".

Todo plazo para la constitución legal de una empresa estará normado por la ley y no deberá quebrantarse por ningún motivo.

El empresario que va a iniciar una actividad económica deberá solicitar su inscripción como empresa antes del inicio de sus actividades y la presentación y legalización de la documentación pertinente.

2.5. Registro

Según (Congreso Nacional, 2014) Art. 31.- **Solicitud de aprobación e inscripción de la escritura de constitución.- Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente- propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo Civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el registro mercantil de dicho domicilio.**

El registro de la empresa constituye una actividad imprescindible para su legalidad y mediante la cual le permitirá operar libremente una vez que se le otorgue la escritura pública.

Este proceso tiene como objetivo el acreditar que la empresa opere, cumpla con los requisitos de calidad y capacidad.

2.5.1. Patente municipal

INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS SOCIEDADES

1. RUC
2. Nombramiento del representante legal.
3. Copia de la cedula de identidad y certificado de votación, del representante legal.
4. Registro de actividades económicas sociedades.
5. Carta de pago de impuesto predial donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.
6. Permiso del cuerpo de bomberos.
7. En el caso de que el trámite se realice por terceros, autorización por escrito y presentar la cedula de identidad y certificado de votación.

8. Certificado del contador del patrimonio con el que inicia la actividad económica, para el caso de sucursales.

La patente municipal es otro requisito legal muy necesario, ya que esto le permitirá tener el permiso de funcionamiento otorgado por la municipalidad, y a la vez servirá en la municipalidad en sus registros de actividades económicas.

2.5.2. Constitución legal

Según (Congreso Nacional, 2014) Art.30.- Contenido de la escritura pública de constitución.- la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente- propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicara la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente- propietario.
7. La determinación del aporte del gerente propietario;
8. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente- propietario; por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,
9. Cualquier otra disposición lícita que el gerente de la empresa desee incluir.

La constitución legal representa una serie de actividades las cuales permitirán empezar el funcionamiento de la empresa como tal legalmente.

2.5.3. Registro único de contribuyentes (RUC)

Según (Servicio de Rentas Internas, 2012) **“Los requisitos para la inscripción de personas naturales en el registro único de contribuyentes varían de acuerdo con la calidad de relación de política que tenga el contribuyente con el Estado, es decir, si es ecuatoriano o extranjero con o sin residencia”**

Ubicación de la matriz y establecimientos se presentará cualquiera de los siguientes:

- Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica el contribuyente deberá presentar el original y entregar una copia de los siguientes documentos.
- Original y copia de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de tarjeta de crédito o telefonía celular.
- Original y copia de la factura por el servicio de televisión pagada o servicio de internet.
- Original y copia de cualquier documento emitido por la Institución Pública que detalle la dirección exacta del contribuyente.
- Original y copia del contrato de arrendamiento.
- Original y copia de la escritura de compra venta del inmueble; u, original y copia del certificado del registro de la Propiedad.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio.
- El registro único de contribuyentes es un requisito indispensable el cual permite constar en la base de datos del Servicio de Rentar internas, y de este modo cumplir con la obligación tributaria.

Tabla 6 Identificación del contribuyente

Requisitos	Ecuatorianos	Extranjeros residentes	Extranjeros no residentes
Original y copia a color de cédula de ciudadanía	Si	Si	-
Original y copia del pasaporte y tipo de visa, para extranjeros no residentes; u original y copia a color de la credencial de refugiado	-	-	Si
Original del certificado de Votación	Si		

Fuente: SRI
 Elaboración: La Autora
 Año: 2012

2.6. Marketing en la empresa

Según el autor (VARGAS Belmonte, 2013, págs. 9-11) expresa que: **"El marketing es la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objeto de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de las necesidades"**.

El marketing son todas las actividades dedicadas a explotar la actividad comercial, encaminando todos los esfuerzos asía la comercialización de un bien/servicio para ganar el gusto del cliente. Es un proceso que comprende la identificación de las necesidades y deseos del mercado además de ser una herramienta que todo empresario debe conocer.

Las etapas del plan de marketing son tres:

1. La primera consiste en identificar donde se localiza la empresa.
2. La segunda consiste en identificar hacia dónde quiere ir la empresa.
3. La tercera y última consiste en identificar los medios para llegar hacia el objetivo marcado en la segunda etapa.

2.6.1. Mercado

Según el autor (PRIETO Herrera, 2013, pág. 61) conceptualiza que: **"Un mercado es un espacio donde confluye la oferta y la demanda, interactúan proveedores, intermediarios con necesidades y capacidad de compra. Para que un mercado sea una realidad, deben existir personas naturales o jurídicas con necesidades y deseos, pero al mismo tiempo deben existir productos y/o servicios que satisfagan totalmente esas necesidades"**.

El mercado es el lugar donde acuden las fuerzas de la oferta y la demanda libremente y el precio es fijado dependiendo de las necesidades de estos sin la influencia de terceros. Es un ambiente social que ayuda a propiciar el intercambio de bienes o servicios en las mejores condiciones también se relaciona a las transacciones que involucran el intercambio.

1. Demanda

Según el autor (PRIETO Herrera, 2013, pág. 62) manifiesta que: "Consiste en definir el tamaño actual del mercado en unidades y pesos y estimar el potencial futuro de ventas en el mismo, para una línea o mezcla de productos y servicios de la compañía".

Demanda constituye la cantidad de un bien o servicio que el público desea adquirir y está dispuesto a pagar un valor por el mismo. También se puede expresar que es la cantidad y calidad de bienes/servicios que se pueden adquirir en un mercado en diferentes precios por el consumidor.

2. Consumidores

Según el autor (PRIETO Herrera, 2013, pág. 2009) manifiesta que: "Son todas aquellas personas que consumen un producto o utilizan un servicio del mercado en el que estamos y cuya meta es volverlo cliente nuestro".

Consumidor son las personas que necesitan el bien o servicio y lo consumen con regularidad indistintamente de su precio.

Esta demanda tiene como motivación la satisfacción de sus intereses a través de la compra de determinados bienes, al incentivar el consumo en los individuos se dinamiza las economías lo que genera nuevas oportunidades de crecimiento de la producción y establece el vínculo entre la compra- venta necesario en todo sistema económico.

3. Oferta

Según el autor (CLAUDE Ferrand, 2012, pág. 45) manifiesta que: "La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o prestadoras de servicios estarían dispuestos a intercambiar a un precio determinado".

La oferta son todos aquellos productos/servicios ofertados en el mercado los cuales están a disposición del cliente y disponen de diversas variedades.

La oferta está constituida por una cantidad de bienes y servicios que se ofrecen y están en los mercados a un precio determinado.

2.6.2. Elementos del marketing

1. Producto

Según el autor (Risco Demóstenes, 2013, pág. 150) manifiesta que: **"Es el primer y más importante componente de la mezcla de marketing que está constituido por una parte material, tangible (forma, color, sabor, envase, marca precio) y otra parte intangible (valor, calidad, prestigio) que el vendedor ofrece y el comprador puede aceptar para satisfacer alguna de sus necesidades. En muchos casos, el producto forma parte de un grupo o mezcla**

de productos que están vinculados por su naturaleza similar o características comunes".

El producto es todo aquello tangible que satisface una necesidad y puede ser medido y pesado para su oferta en el mercado, y su aceptación por el consumidor es favorable. Los productos se los oferta en combinaciones diversas y llamativas para llamar el interés del consumidor, el producto es parte estructural de la economía de un país.

2. Precio

Según el autor (Risco Demóstenes, 2013, pág. 172) manifiesta que: **"La cantidad de dinero por la que se ofrece un producto o servicio en intercambio. El consumidor entrega un valor o precio al vendedor a cambio del cual tiene la oportunidad de beneficiarse con el uso de un producto o servicio"**.

El precio constituye el valor de intercambio entregado por el consumidor al oferente al momento de realizar la transacción económica y este está regulado por el oferente según lo establecido en la ley.

En los distintos países en el mundo los precios son regulados por el gobierno para evitar las alzas indiscriminadas y mejorar el nivel de vida de los habitantes.

3. Plaza

Según el autor (PRIETO Herrera, 2013, pág. 47) conceptualiza que: **"En el marketing mix la plaza sería el sitio donde se encuentra el producto o servicio disponible para su consumo o uso, no representa lo mismo para la connotación de esta P que hace énfasis en el sistema logístico de la mercadotecnia"**.

La plaza es el lugar donde se encuentra el producto o servicio y es de fácil acceso para el consumidor, es decir es el mercado donde se lo puede encontrar y adquirir. Comprende el conjunto de consumidores y oferentes los cuales realizan la transferencia de dominio y potestad sobre el bien, al realizar este traspaso de derechos pasa a ser del dominio del consumidor final o usuario.

4. Promoción

Según el autor (PRIETO Herrera, 2013, pág. 50) expresa que: "Es la función del marketing mix relacionada con la comunicación persuasiva hacia públicos objetivos que le brinda beneficios tangibles al producto o servicio".

La promoción constituyen los medios o instrumentos empleados para publicitar el bien o servicio. Comprende una serie de técnicas de mercadotecnia necesarias para alcanzar los objetivos económicos en la comercialización de cierto producto en el menor plazo de este modo los empresarios ayudan a sus productos a darse a conocer.

5. Publicidad

Según el autor (MUNCH Lourdes, 2012, pág. 247) menciona que: "Publicidad es toda forma de comunicación pública e impersonal cuyo propósito es influir en las percepciones y en el comportamiento del consumidor para inducir la decisión de compra".

La publicidad son todos los medios publicitarios necesarios para dar a conocer el bien o servicio con el fin de enganchar al consumidor e inducir a la compra. Comprende la transmisión por cualquier medio masivo pagado para dar a conocer una idea, bien o servicio, esta es una de las herramientas más poderosas usadas por los empresarios para imponer sus productos/servicios.

2.6.3. Segmentación de mercado

Según el autor (PRIETO Herrera, 2013, pág. 50) expresa que: "**Segmentar el mercado es simplemente dividirlo en segmentos y subsegmentos, para que luego de lograr grupos homogéneos de consumidores sea más fácil y ventajoso hacer ofertas de productos o servicios. Los sectores resultantes de la segmentación han de tener rasgos o características comunes, necesidades comportamiento, preferencias similares, de modo que el departamento de marketing pueda elaborar un programa adecuado para: atacar cada grupo**".

Segmentar el mercado significa categorizarlo dependiendo de las necesidades del negocio o a quien va dirigido el producto, esto puede ser distribuyéndolo por gustos o preferencias u otro tipo de directrices.

El proceso de segmentar un mercado implica dividirlo en partes pequeñas y características similares de modo que sea más fácil manejarlo.

1. Estudio del mercado

Según el autor (Risco Demóstenes, 2013, pág. 321) conceptualiza que: "Para efectuar una segmentación es preciso elaborar un plan de trabajo con base en cuatro etapas esenciales, que conduzcan a:

1. Conocer las necesidades generales del mercado.
2. Definir en qué aspecto pueden diferir estas necesidades.
3. Conformar grupos o segmentos de necesidades afines.
4. Producir el producto o servicio que satisfaga a cada segmento del mercado de la mejor manera.

El estudio de mercado es una serie de actividades mediante las cuales se determina si un producto tiene potencial para ganar el mercado, o puede ganar preferencias de consumo mediante herramientas de marketing.

2. Factores utilizados para la segmentación.

Según el autor (Risco Demóstenes, 2013, pág. 321) conceptualiza que: "Hay un sin número de factores que se pueden tomar en cuenta para proceder a segmentar un mercado, pero de preferencia se consideran aspectos de geografía, costumbres o conducta, edades, población, entre otras".

Los factores en la segmentación de mercado son innumerables dependiendo del requerimiento del producto, pero los más comunes son los gustos y edad los cuales determinen la aceptación del producto o servicio.

2.7. Estudio técnico

Según el autor (ARAUJO Arévalo, 2012, pág. 56) manifiesta que: **"El estudio técnico se procura contestar las preguntas: ¿Cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Dónde producir? ¿Cuál debe ser la combinación de los factores productivos? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se requiere para producir? ¿Cuánto producir? ¿Cuándo producir? ¿A qué costo producir? Además aporta información muy valiosa como cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: la tecnología, magnitud de los costos de inversión, los costos y gastos de producción, todo ello en función de un programa de producción. Asimismo, considerar el tiempo de inmovilización de los recursos así como todas las previsiones para que la nueva unidad no dañe el ambiente ecológico"**.

El estudio técnico corresponde a todo el análisis necesario para determinar los requerimientos económicos tanto en muebles como personal; así como también el capital necesario para determinar el financiamiento total.

El estudio técnico de un proyecto permite analizar las distintas opciones tecnológicas para producir un bien o servicio, además permite conocer la factibilidad en la adquisición de equipos, maquinarias, materia prima, por tanto costos de inversión y de operación requerida, así como del capital de trabajo que se necesitará.

Este estudio medirá la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles lo que arrojará la información necesaria de capital de trabajo, mano de obra y materias primas, por tanto definirá el éxito al inicio de las actividades como en el transcurso de las operaciones.

2.7.1. Tamaño del proyecto

Según el autor (ARAUJO Arévalo, 2012, pág. 73) manifiesta que: **"El tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión. Esta capacidad se expresa en cantidades producidas por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados, por ciclo de operación o periodo definido. Alternativamente en algunos casos la capacidad de una planta se expresa en función del volumen de materia prima que se procesa"**.

El tamaño del proyecto tiene que ver con el tamaño de la infraestructura física del mismo así como también las áreas distribuidas para su producción y distribución, es decir su capacidad instalada y el volumen de ventas.

1. Localización de proyecto

Según el autor (MEZA Orozco, 2010, pág. 23) manifiesta que: "**Localización del proyectos es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez de servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto, no es una cosa fácil cambiar de domicilio. Lo ideal de los proyectos de inversión es que a la hora de tomar la decisión de seleccionar el sitio y donde se debe construir la obra civil de la futura empresa, éste no esté condicionado, es decir, que se puede tomar en consideración elementos como: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercados de materia primas, mercado de consumo del producto o servicio, disponibilidad de mano de obra y la configuración topográfica del sitio**".

Corresponde al sitio destinado para su instalación y posterior operación comercial, el cual ha sido estudiado previamente por el propietario del negocio, dependiendo de la idoneidad, cercanía al cliente y proveedor sector estratégico comercial, entre otras. La localización del proyecto como empresa es de gran importancia ya que su cercanía al movimiento comercial o a posibles clientes le será favorecedor para el éxito de la actividad económica

2. Ingeniería del proyecto

Según el autor (ARAUJO Arévalo, 2012, pág. 78) menciona que: "**La ingeniería del proyecto se define como una propuesta técnica de solución a ciertas necesidades individuales o colectivas, privadas o sociales. Las necesidades pueden satisfacerse a través de la aplicación de diversos factores tecnológicos. Desde el punto de vista técnico las necesidades pueden plantarse de lo general a lo particular, pasando de la incertidumbre a la certidumbre y buscando que el bien o servicio que se va a producir se adapte al mercado; igualmente se busca que reditué ganancias y dividendos a la empresa**".

En la ingeniería del proyecto se determina todos los recursos necesarios para cumplir con la producción establecida como óptima.

Es aquí donde se debe resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Se debe establecer los diferentes procesos, equipos, talento humano, instalación de la planta, distribución de muebles y equipos, entre otras.

2.8. Estudio financiero

Según el autor (MURCIA M, 2011, pág. 289) manifiesta que: "**Desde el punto de vista financiero, un proyecto es en esencia un intercambio de sumas de dinero es la oportunidad de entregar ciertas cantidades de dinero en momentos definidos, a cambio de recibir otra sumas de dinero en otros momentos, también específicos**".

El estudio financiero es aquello que nos demuestra mediante el análisis de las cifras económicas la viabilidad del proyecto, es decir las inversiones su rentabilidad o pérdidas y erogaciones, para realizar la toma de decisiones oportuna. En este estudio es donde el empresario determina si el proyecto es rentable es decir si el dinero invertido entregara el rendimiento esperado.

2.8.1. Gastos operacionales

En el sitio web de (Definición miles de términos explicados, s/f): Los gastos operacionales son aquellos gastos que se derivan del funcionamiento normal de una empresa. Se contraponen a los gastos no operacionales, aquellos gastos que un agente económico realiza de forma extraordinaria y poco frecuente. Los gastos operacionales pueden entenderse como costos ordinarios que la empresa debe afrontar con la finalidad de obtener beneficios. Algunos ejemplos pueden ser los pagos por servicios como luz, agua, alquiler, etc.

Los gastos operacionales representan todas aquellas operaciones necesarias para el funcionamiento normal de la empresa y aportan a su rendimiento económico. Los gastos operacionales también son conocidos como gastos indirectos, ya que se relacionan aquellos gastos necesarios para el funcionamiento del negocio es decir están destinados a mantener activo el negocio.

2.8.2. Ingresos

Según la autora (BRAVO Mercedes, 2013, pág. 6) expresa que: "La definición incluye tanto los ingresos de actividades ordinarias como a las ganancias".

Los ingresos son todos aquellos valores que representan utilidad por una transacción económica o intercambio de bienes o servicios.

En el campo empresarial corresponde a todo ingreso económico que se recibe por la venta de productos o servicios.

2.8.3. Egresos

Según la autora (BRAVO Mercedes, 2013, pág. 6) menciona que: "**Constituyen los desembolsos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa tales como: sueldos, servicios básicos, suministros y materiales, entre otros**". Estos rubros son erogaciones que la empresa incurre con el fin de seguir en el mercado produciendo sus productos o servicios".

Son todas aquellas erogaciones necesarias o invertidas con el fin de entregar un servicio o producto de calidad al consumidor final.

El egreso representa la salida de dinero de propiedad de la empresa ya sea como gasto o inversión, siempre que supone un desembolso financiera cualquiera sea su fin forma parte de los egresos de la empresa.

2.9. Fundamentos contables

1. NIFFS

Según la autora (BRAVO Mercedes, 2013, pág. 456) menciona que "El objetivo de las NIIF es trabajar con la consecución de un único conjunto de normas globales de alta calidad para la preparación de la información financiera, desarrolladas de acuerdo a los principios de transparencia".

Las NIIF tienen como finalidad única estandarizar los datos contables en su presentación a la vez que se expresan en una forma más clara y comprensible.

2. Contabilidad

Según el autor (SÁNCHEZ Zapata, 2011, pág. 7) manifiesta que: "Contabilidad es un sistema de información que mide las actividades de las empresas, procesa esta información en estados y comunica los resultados a los tomadores de decisiones".

La contabilidad es la técnica usada para demostrar los datos financieros de manera clara y oportuna para realizar la toma de decisiones por parte de la máxima autoridad de la empresa o institución.

2.9.1. Presentación de los estados financieros

1. Definición

Según la autora (BRAVO Mercedes, 2013, pág. 191) expresa que: "**Los estados financieros se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencia futuro de la compañía**".

Los estados financieros son un compendio de los datos económicos de una institución los cuales se representan a manera de resumen para su mejor comprensión.

A través de los estados financieros las autoridades de la empresa conocen mejor su estado económico actual y pueden tomar decisiones.

2. Clase de estados financieros

Entre los principales estados financieros se tiene:

El Balance General, Estado de Resultados y el de Flujo de Efectivo.

3. Estado de situación financiera

Según el autor (CHANABA Vega, 2010, pág. 199) expresa que: "**Es el documento contable que presenta la situación financiera de un negocio en una**

fecha determinada. El balance general comprende el análisis de las propiedades de una empresa y la proporción en que intervienen los acreedores y los accionistas o dueños de tal propiedad, expresados en términos monetarios".

Este estado resume las posesiones de la empresa así como también sus obligaciones crediticias y la parte patrimonial que le corresponde a los dueños.

4. Estado de evolución del patrimonio

Según el autor (SÁNCHEZ Zapata, 2011, pág. 330) menciona que: **"El estado de evolución del patrimonio presenta los cambios que se van dando en las distintas partidas del patrimonio, y hace referencia al tradicional y útil Estado Superávit- Ganancias Retenidas, que trata del origen y destino de las utilidades presentes anteriores y su presencia como enlace con el Estado de Resultados. El estado de evolución, en conjunto con el de resultados, es consultado por los accionistas deseosos de conocer el cómo y el porqué de los cambios en el patrimonio, lo que les permitirá en perspectiva inferir la posición de este en el futuro mediante decisiones que en este sentido pudieran tomar, pensando no solo en sus intereses personales de hoy, sino en la posibilidad de un crecimiento junto con la empresa, que a fin de cuentas es suya".**

Este estado representa todos los aportes de los socios o incrementos que ha hecho el propietario en el patrimonio y sus rentabilidades.

5. Estado de pérdidas y ganancias

Según el autor (SÁNCHEZ Zapata, 2011, pág. 284) manifiesta que: **"Informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado que es el producto de la gestión acertada o desacertada de la dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia".**

El estado de pérdidas y ganancias presenta en orden los rubros de rentas costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos que arrojo el ejercicio económico, tomando en cuenta la gestión que se llevó a cabo para dicho ejercicio.

6. Estado de flujo de efectivo

Según el autor (SÁNCHEZ Zapata, 2011, pág. 389) expresa que: **"Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura"**.

En este estado se presenta los datos operación, inversión y financiamiento así como también la entrada y salida de efectivo durante el periodo analizado, es así como se podrá evaluar la liquidez de la institución y si podrá enfrentar las obligaciones pendientes.

2.10. Evaluación financiera

Según el autor (MURCIA M, 2011, pág. 299) manifiesta que: "Consiste en determinar la rentabilidad comercial del proyecto a precios de mercado. Es decir, se quiere medir lo que el proyecto gana o pierde desde el punto de vista comercial financiero".

La evaluación financiera determina la rentabilidad del proyecto en el mercado, para saber si es rentable o no desde la parte comercial.

2.10.1. Evaluadores financieros

1. Valor actual neto

Según el autor (SAPAG Chain, 2007, pág. 253) manifiesta que: **"Es el método más conocido, mas generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectadas a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero. Si el resultado es menor que cero, mostrara cuanto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa i que se exigía de retorno al proyecto; si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa i que se quería obtener después de recuperar el capital invertido; y el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperar la inversión"**.

El van es un indicador financiero que mide la rentabilidad del proyecto después de recuperar la inversión, si el resultado es menor que se cero mostrara cuanto gano el proyecto, si es igual que cero mostrara cuanto se requería ganar y si es negativo muestra la tasa que necesita para tener ganancia.

El VAN permite medir en términos actuales lo que en dólar de hoy el valor total de un proyecto que se extenderá por varios años y que puede combinar flujos de ingresos y gastos, por esto se emplea una tasa de descuento que considera la inflación o el costo del préstamo y la fórmula usada en el VAN es la siguiente:

$$\text{VAN} = (-I) + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n}$$

Dónde:

I = inversión inicial

FE: flujo de efectivo

r: tasa de redescuento

2. Tasa interna de retorno

Según el autor (VARELA Villegas, 2010, pág. 99) menciona que: "La tasa de retorno calculada no es el rendimiento sobre la inversión inicial, sino sobre la parte de la inversión no amortizada al comienzo de cada periodo".

La TIR constituye el rendimiento sobre la inversión al comienzo de cada periodo.

Así mismo devuelve la inversión monetaria futura al tiempo presente. Este indicado determina cual es la tasa de descuento que hace que el VAN de un proyecto sea igual a 0. La fórmula usada en la TIR es la siguiente:

$$\text{TIR} = \text{TRi} + (\text{TRs} - \text{TDi}) \left[\frac{\text{VANi}}{\text{VANi} - \text{VANs}} \right]$$

Dónde:

TRS: tasa superior

TRI: tasa inferior

VANs: van superior

VANi: van inferior

3. Relación costo beneficio

Según el autor (SAPAG Chain, 2007, pág. 256) expresa que: "**Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio- costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero, la relación será mayor que uno, y si el VAN es negativo, esta será menor que uno. Este método no aporta ninguna información importante que merezca ser considerada**".

El costo beneficio compara el VAN con la inversión para saber lo que está ganando o perdiendo si estuviera realizando otra actividad económica. Este mide la relación entre costos y beneficios asociados al proyecto de inversión para determinar su rentabilidad. Su fórmula es:

COSTO BENEFICIO: INGRESOS ACTUALIZADOS/GASTOS ACTUALIZADOS

4. Periodo de recuperación de la inversión

Según (SAPAG Chain, 2007, pág. 255) "El periodo de recuperación de la inversión, PRI, es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recuperara la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado".

El PRI, es el indicador que nos muestra cuanto tiempo se demora en recuperar la inversión. Este indicador permite medir tanto la liquidez del proyecto como el riesgo relativo ya que permite conocer eventos a corto plazo. Su fórmula es:

$$PRI = a + (b - c)/d$$

Dónde:

a= Año inmediato anterior al que se recupera la inversión

b= Inversión inicial

c= Flujo efectivo acumulado del año inmediato anterior al que se recupera la inversión

d= Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión

5. Punto de equilibrio

Según (SAPAG Chain, 2007, pág. 180) **"El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existiría problema, para calcular el punto de equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. Esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que solo es una importante referencia a tomar en cuenta"**.

El punto de equilibrio es la técnica que relaciona costos fijos, variables y los beneficios, que sirve de referencia para evaluar la rentabilidad de la inversión. Su fórmula es:

$$P. E. (\$) = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

2.11. Capital de trabajo

Según (De La Torre & Zamarrón, 2002, pág. 19) **"Desde el punto de vista de la evaluación de proyectos, el capital de trabajo forma parte de la inversión; esto es para que un proyecto opere requiere contar al final del periodo de inversión de una caja mínima e inventarios de materias primas y refacciones, entre otros"**.

El capital de trabajo está conformado por inversión fija y variable, en este se refleja el requerimiento económico que el proyecto necesita al finalizar el proyecto.

2.11.1. Fuentes de financiamiento

Según (Hernández & Rodríguez, 2009, págs. 265-266) **"Los expertos suelen recomendar disponer, en el momento inicial, de un capital propio que sea como mínimo la mitad de la inversión total necesaria, lo que sin duda facilitara el acceso al crédito bancario. De cualquier forma, la elección de una nueva**

fuente de financiación siempre debe venir acompañada de un análisis de coste de las distintas alternativas, así como de sus ventajas e inconvenientes".

Las fuentes de financiamiento representan todos aquellos fuentes económicas que necesita el proyecto para arrancar, estas pueden ser propias o mediante créditos e instituciones financieras. Cual sea la forma de financiar el proyecto siempre es necesario tomar en cuenta el pago de los dineros y su riesgo si no se paga con prontitud.

2.12. Fundamentos administrativos

Importancia de la administración

2.12.1. Proceso administrativo

Según (BERNAL C. & Sierra, 2013, pág. 16) **"El proceso administrativo - que tiene su origen en la teoría de la administración general de Henry Fayol y más tarde se consolida en el enfoque neoclásico- comprende el conocimiento, las herramientas y las técnicas del que hacer administrativo, hace referencia a los procesos de planeación, organización, dirección y control".**

Los fundamentos administrativos radican en todas aquellas técnicas que el líder o jefe imponen en su entorno con el fin de lograr objetivos y alcanzar metas individuales y colectivas.

1. Planeación

Relacionada con el direccionamiento de las organizaciones hacia lo que será el futuro.

2. Organización

Comprende la división del trabajo por responsabilidades y áreas funcionales.

3. Dirección

Se refiere a la conducción de las personas que laboran en las organizaciones para el logro de los objetivos previstos en la planeación. La dirección empresarial es un proceso continuo que requiere la correcta administración de los recursos de la empresa.

4. Control

Se refiere al proceso de evaluar y retroalimentar el desempeño de las personas y organizaciones para el logro de sus objetivos.

2.12.2. Misión

Según el autor (Correa F, 2009, pág. 19) expresa que: **"La misión de una empresa se refiere a la forma en que está constituida, a su esencia y a su relación con el contexto social. De esta forma, podemos definirla como una filosofía relacionada con el marco contextual de la sociedad dentro de la que opera"**.

La misión expresa lo que la empresa está haciendo las metas cumplidas y actividad en el entorno, así como también labor y la ayuda que presta en un contexto determinado.

2.12.3. Visión

Según el autor (Correa F, 2009, pág. 21) expresa que "la visión de la empresa indica de manera clara cuales son las pretensiones de la misma en el futuro, cómo se visualiza en la actualidad y cómo desea verse en algunos años".

La visión de una empresa determina a dónde quiere llegar esta y los medios que usara para alcanzarlos, así como también su expansión y crecimiento en el tiempo los logros que pretende llegar alcanzar y su mérito alcanzado.

2.12.4. Estructura organizacional

Según el autor (BERNAL C. & Sierra, 2013, pág. 162) menciona que: **"El diseño de la estructura organizacional es la representación formal de las relaciones laborales de las organizaciones, donde se definen la división formal del trabajo y las relaciones de dependencia en una organización"**.

La estructura organizacional representa las relaciones laborales como tal, la división del trabajo y las dependencias jerárquicas.

2.12.5. Organigrama funcional

Según el autor (BERNAL C. & Sierra, 2013, pág. 170) expresa que: **"La departamentalización funcional es la estructura más común para la organización de las actividades de las empresas y consiste en agrupar los cargos o puestos de trabajo en departamentos por el criterio de funciones, competencias y recursos similares. Comúnmente, este tipo de departamentalización se da cuando las organizaciones o empresas se estructuran por denominaciones de los departamentos o áreas funcionales básicas, como producción, marketing, desarrollo humano, contabilidad y finanzas, etc. Las denominaciones de los departamentos o áreas pueden variar de una organización a otra"**.

La organización funcional se refiere al orden jerárquico y el nivel de responsabilidades que recae sobre cada funcionario, así como también la importancia de cada una de estas dentro de la empresa. En este organigrama se encuentran especificadas las competencias y atribuciones de cada unidad departamental en la que se encuentre dividida la empresa.

1. Niveles jerárquicos

Según el autor (BERNAL C. & Sierra, 2013, pág. 165) conceptualiza que: **"La jerarquía administrativa se refiere a los niveles los niveles jerárquicos que se establecen en las organizaciones para su administración y la respectiva relación de autoridad y toma de decisiones entre los diferentes niveles. Mientras más niveles de autoridad se establezcan en una organización, se dice que es más jerárquica"**.

Los niveles jerárquicos se establecen dentro de una organización con el fin de acatar reglas y determinar claramente quien depende de quién para no confundir mandos, y mejor las relaciones interinstitucionales.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DE MERCADO

3.1. Investigación de mercado

3.1.1. Identificación del producto

Actualmente el Cantón Ibarra no cuenta con una empresa legalmente constituida que se dedique a la comercialización de máquinas deportivas de gimnasio y sus repuestos, por tal motivo se ha visto la necesidad de implementar este tipo de producto, el cual se realizará dependiendo de las necesidades del consumidor considerando el crecimiento de la actividad deportiva en Ibarra.

Los productos que se pretenden comercializar mientras la empresa gana aceptación en el mercado serán básicamente las máquinas de gimnasio que sufren mayor deterioro debido a su constante uso y utilidad o preferencias del deportista, además de los repuestos para las distintas máquinas que existen en un gimnasio; las máquinas y repuestos que la nueva empresa pretende distribuir serán de producción nacional bajo la marca Hamer, estos productos serán de hierro fundido y tensado lo que permite su uso bajo pesos máximos ideal para las competencias deportivas, además que los distintos artículos como barras y discos se manejarán con las normas de la federación deportiva para competencia y entrenamiento.

En el caso de la maquinaria tendrá garantía de un año, para los repuestos ya que son susceptibles al daño o desgaste y debido a sus bajos costos no dispondrán de garantía.

Lo que se busca es distribuir en la ciudad de Ibarra máquinas de gimnasio y los distintos repuestos para estas máquinas y que su venta sea libre sin que el consumidor tenga la restricción de repuestos bajo garantía de la maquinaria.

3.1.2. El mercado potencial

La ciudad de Ibarra dispone de la mayor población además existe la mayor cantidad de gimnasios de la provincia y es donde se podría colocar el producto ya que es la ciudad más grande y con mayor movimiento comercial. Además es aquí donde se encuentran las tiendas que disponen de máquinas deportivas para el hogar y los sitios que actualmente comercializan artículos deportivos y de gimnasios, los cuales son: almacén Golty y fundidora Bonilla. Los repuestos para las máquinas deportivas se comercializan dentro de una garantía previa compra en el primer local citado y fundidora Bonilla realizan estas piezas de manera muy genérica y bajo pedido. La mayor parte de propietarios de gimnasios de Ibarra prefiere adquirir máquinas y repuestos en:

Tabla 7 Ciudades con mayor número de oferentes de artículos para gimnasios

CIUDAD	EMPRESA
Guayaquil	Taurus Fitness Company
Quito	SANBRI
Quito	Zona Gym equipos de gimnasio
Quito	Industrias Metálicas Díaz, equipo para gimnasios
Quito	Universal Gym
Cuenca	John Shichel
importación	Importaciones Kao

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios.

Elaboración: La autora

Año 2015.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. General

Determinar la oferta potencial, la demanda potencial, el precio potencial y la comercialización de repuestos y máquinas para gimnasio en la ciudad de Ibarra.

3.2.2. Objetivos específicos

- Analizar la oferta existente de insumos y maquinaria deportiva en la ciudad de Ibarra.
- Identificar la demanda de insumos y maquinaria deportiva en la ciudad de Ibarra.
- Establecer los canales de distribución y comercialización de insumos y maquinaria deportiva en la ciudad de Ibarra.

Tabla 8 Matriz del estudio de mercado

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Analizar la oferta existente de insumos y maquinaria deportiva en la ciudad de Ibarra	Oferta	Nivel de oferta Variedades Productos sustitutos/complementarios Precios	Primaria	Entrevista	Locales deportivos/ fundidoras
Identificar la demanda de insumos y maquinaria deportiva en la ciudad de Ibarra	Demanda	Nivel de demanda según consumo actual frecuencia de consumo gustos/preferencias precios	Primaria	Encuesta	Centros deportivos/ gimnasios
Establecer los canales de distribución y comercialización de insumos y maquinaria deportiva en la ciudad de Ibarra	Comercialización	Presentación del producto promoción de los insumos y maquinaria deportiva Nivel de satisfacción del cliente Canales de distribución	Primaria	Encuesta	Centros deportivos/ gimnasios

Elaboración: La Autora

Año: 2015

3.3. Mecánica operativa del estudio de mercado

Para el desarrollo del estudio de mercado se procedió de la siguiente manera:

3.3.1. Identificación de la población

Para el desarrollo del presente estudio de mercado del proyecto, se ha tomado como universo el número total de gimnasios que operan dentro de la ciudad de Ibarra, los cuales son treinta y un gimnasios. Se utilizarán fuentes primarias y secundarias.

Para la recolección de información primaria se utilizó la encuesta que fue diseñada en base a las variables y aplicada a las siguientes poblaciones:

- Propietarios y administradores de gimnasios y centros deportivos, que en este caso el número de gimnasios dentro de la ciudad de Ibarra. Los cuales de acuerdo a la información solicitada al Municipio de la ciudad, son un total de 22 establecimientos registrados hasta diciembre del 2014, adicionalmente existen 2 gimnasios públicos destinados para el entrenamiento de deportista de alto rendimiento en Carpuela y la Federación Deportiva de Imbabura, además existen gimnasios en las principales universidades de la ciudad ubicados en las Universidad Técnica del Norte y en la Universidad Católica y se conoce que algunos hoteles de la ciudad cuentan con gimnasios estos son: Hotel Ajaví, La Giralda y El Prado, arrojando un total de 31 gimnasios en la ciudad de Ibarra.
- Propietarios y administradores de los principales locales deportivos, estos son: GOLTY y fundidora Bonilla, que actualmente distribuyen máquinas para gimnasio y repuestos en la ciudad de Ibarra. para lo cual se realizó observación directa ya que estos establecimientos no realizan este tipo de comercialización regularmente sino más bien bajo pedido por lo que no se encuentran registradas legalmente como empresas dedicadas al comercio de maquinaria deportiva o de gimnasio.

3.3.2. Determinación de la muestra

En este caso ya que es una población pequeña a la que se va a realizar la investigación (31 gimnasios) no es necesario realizar cálculo muestral sino se trabajara con censo.

Para la oferta

Con el objetivo de determinar la oferta de maquinarias deportivas y repuestas se utilizó información proporcionada por los propietarios y administradores de gimnasios y centros deportivos de la ciudad, para determinar cuáles son sus actuales proveedores.

3.4. Análisis de la investigación

3.4.1. Tabulación de la información

Con el objetivo de determinar el nivel de aceptación de los productos se aplicó una encuesta dirigida a gerentes/propietarios de gimnasios en la ciudad de Ibarra, a continuación se detallan las preguntas realizadas a dueños de gimnasios para el caso de locales privados y a gerentes de los distintos centros deportivos para el caso de lugares públicos de origen gubernamental.

Adicionalmente se analiza también la información obtenida de los propietarios de los locales que actualmente comercializan algún tipo de maquinaria y /o repuesto para gimnasios.

Empezando por la entrevista a dueños y gerentes de gimnasios la cual arrojó los siguientes datos:

1. ¿Dónde acude usted regularmente a comprar los repuestos y maquinaria para su negocio?

Tabla 9 Compra de repuestos y maquinaria

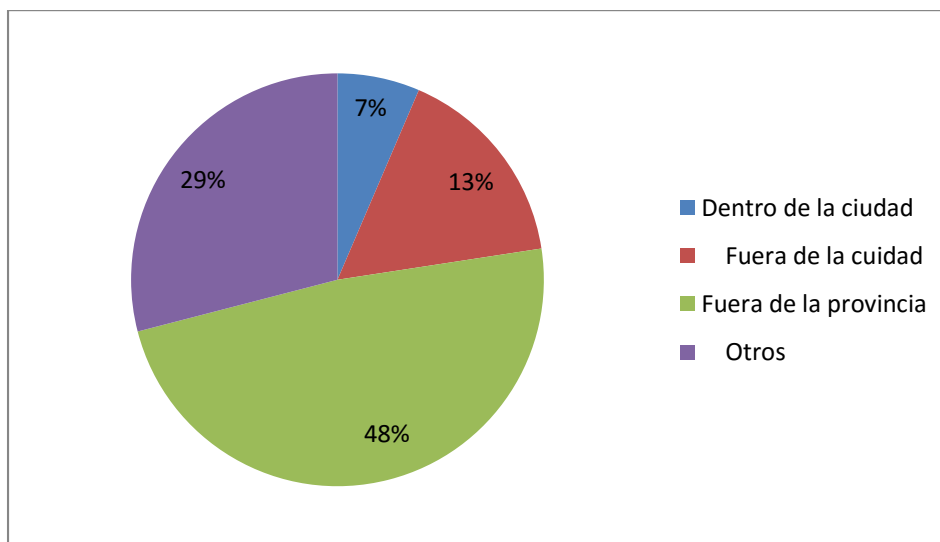
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Dentro de la ciudad	2	6%
Fuera de la ciudad	5	16%
Fuera de la provincia	15	48%
Otros	9	29%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios.

Elaboración: La autora

Año 2015.

Gráfico # 5 Compra de repuestos y maquinaria



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios.

Elaboración: La autora

Año 2015

ANÁLISIS:

De acuerdo a las encuestas realizadas la mayor parte de los propietarios de gimnasios manifiestan que adquieren las máquinas y repuestos fuera de la provincia específicamente en Quito, mientras que el resto prefiere las de origen importado ya que según expresan son de mayor calidad.

2. ¿En los lugares que usted frecuenta para realizar la compra de repuestos y maquinaria para su negocio, obtiene un servicio de calidad?

Tabla 10 Calidad en el servicio

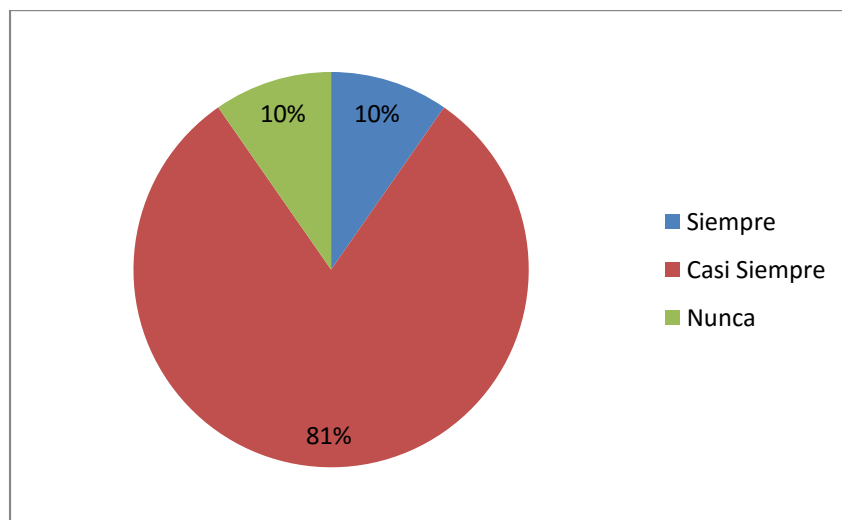
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Siempre	3	10%
Casi Siempre	25	81%
Nunca	3	10%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios.

Elaboración: La autora

Año 2015.

Gráfico # 6 Calidad en el servicio



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios.

Elaboración: La autora

Año 2015

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados señala que la atención recibida en la mayoría de ocasiones en los sitios que actualmente les proveen han obtenido un servicio de calidad cuando realiza sus compras, lo que indica que no existe satisfacción total del servicio recibido, demuestra que la compra se realiza por necesidad más que calidad en la atención; esto permite detectar que existe un descontento en el servicio que actualmente reciben por parte de sus proveedores.

3. ¿Actualmente usted encuentra repuestos y maquinaria deportiva en un solo lugar?

Tabla 11 Incidencia en el lugar de compra

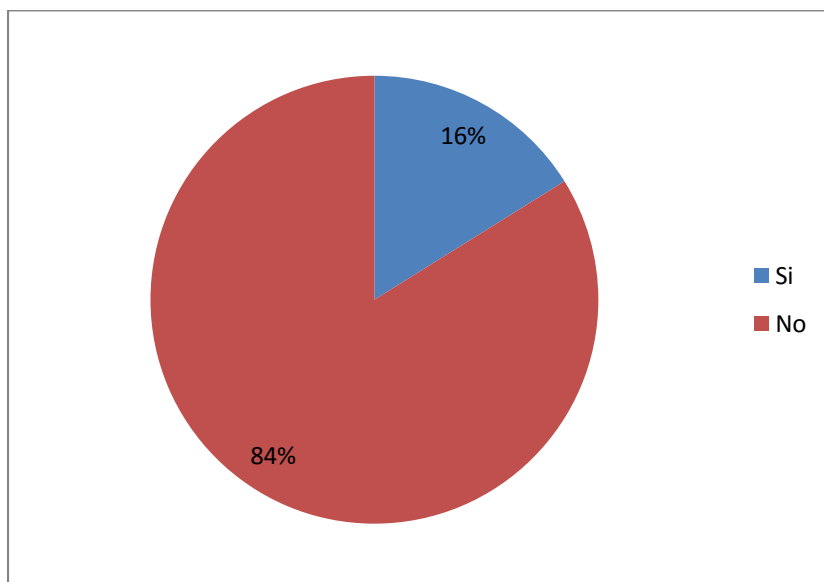
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Si	5	16%
No	26	84%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios.

Elaboración: La autora

Año 2015.

Gráfico # 7 Incidencia en el lugar de compra



Fuente: Encuesta a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

Gran parte de los encuestados manifiesta que nunca encuentra maquinaria y repuestos en el mismo lugar solo bajo garantía de máquinas nuevas, esto quiere decir que muy pocas personas actualmente disponen de los repuestos para las maquinas sin que haya la necesidad de adquirir maquinas nuevas.

4. Actualmente cuánto paga por los repuestos y maquinaria :

Tabla 12 Precios Repuestos

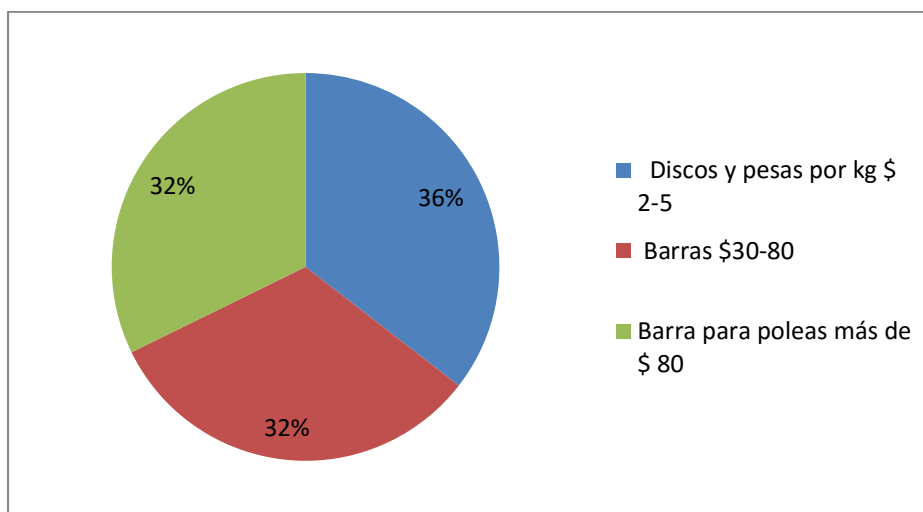
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Discos y pesas por kg \$ 2-5	11	35%
Barras \$30-80	10	32%
Barra para poleas más de \$ 80	10	32%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios.

Elaboración: La autora

Año 2015.

Gráfico # 8 Precios Repuestos



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

La mayor parte de los encuestados manifiesta que actualmente paga precios altos por los repuestos y máquinas, esto quiere decir que la mayoría de los productos tienen un precio sobrevalorado debido a la escases de estos artículos en la provincia. Imbabura.

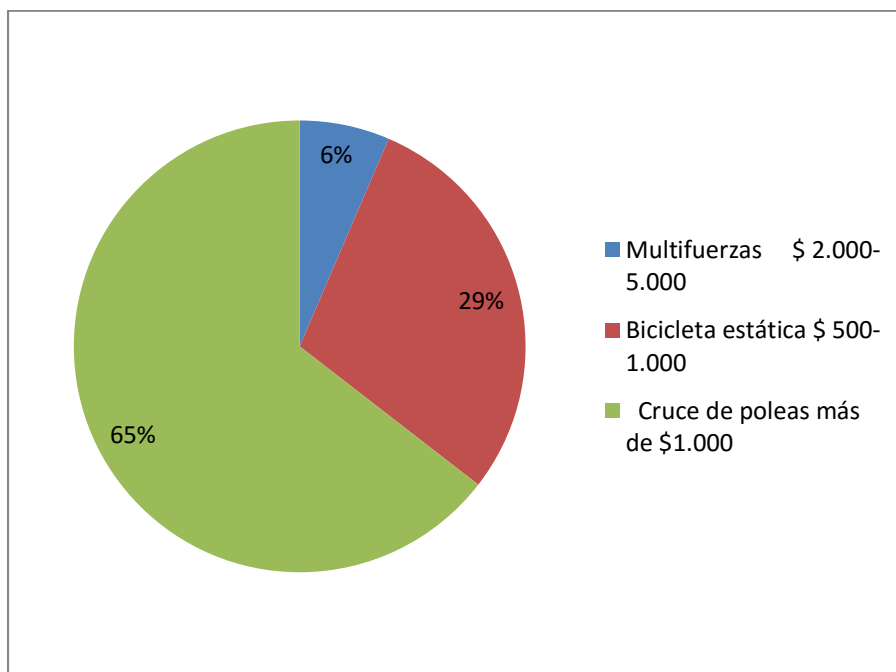
Tabla 13 Precios Máquinas

OPCIONES		FRECUENCIA	%
Multifuercas	\$ 2.000-5.000	2	6
Bicicleta estática	\$ 500-1.000	9	29
Cruce de poleas más de \$1.000		20	65
Total		31	100

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios.

Elaboración: La autora

Año 2015.

Gráfico # 9 Precios Máquinas

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

La mayor parte de los encuestados manifiesta que actualmente paga precios altos por los repuestos y máquinas, esto quiere decir que la mayoría de los productos tienen un precio sobrevalorado debido a la escasez de estos artículos en la provincia. Imbabura.

5. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir repuestos y maquinaria en un solo lugar con utilización y diseños de maquinaria de excelente calidad?

Tabla 14 Aceptación de compra del producto

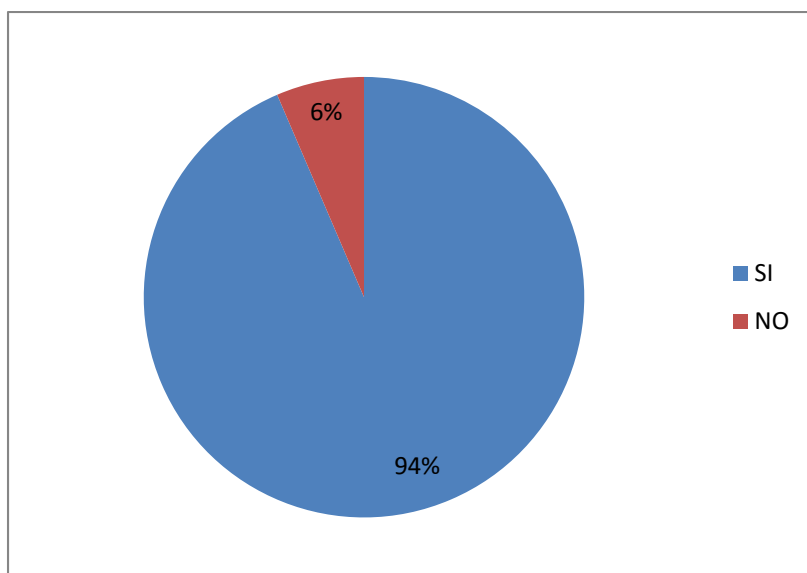
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	29	94%
NO	2	6%
Total	31	100%

Fuente: encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: la autora

Año: 2015

Gráfico # 10 Aceptación de compra del producto



Fuente: encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: la autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

De las encuestas aplicadas se muestra que los propietarios y gerentes de gimnasios si desean comprar los repuestos y las maquinarias que se propone en este estudio para la creación de la nueva empresa, de esta manera se van a potenciar la economía de la ciudad e incrementar las fuentes de empleo de la zona.

6. ¿Considera que los locales deportivos y fundidoras de la ciudad cuentan con la maquinaria adecuada para efectuar los servicios de fitness y entrenamiento para el alto rendimiento, que su negocio ofrece?

Tabla 15 Situación actual de lugar de compra

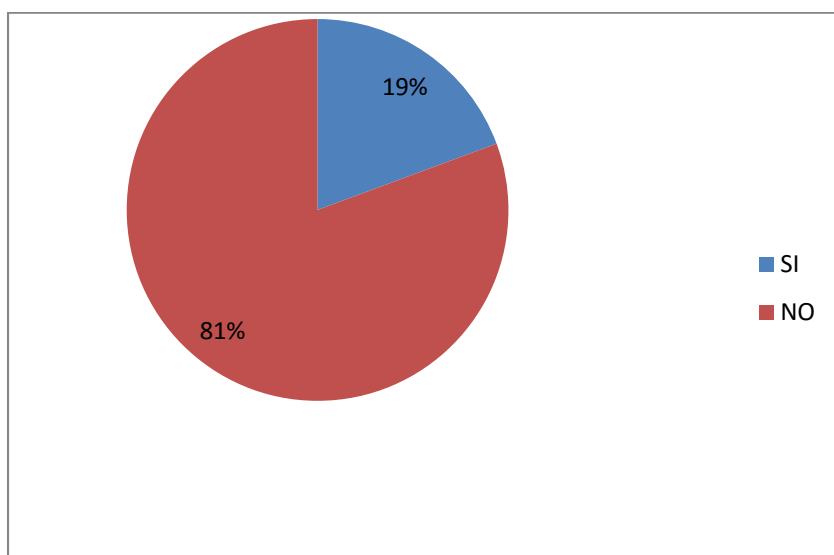
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Si	6	19%
No	25	81%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 11 Situación actual de lugar de compra



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

De acuerdo a las encuestas realizadas tenemos que la mayor parte de los encuestados opinan que ningún proveedor de la ciudad de Ibarra dispone de productos de calidad, lo que confirma el actual descontento que sufren los consumidores actuales.

7. ¿Le gustaría que en la ciudad de Ibarra se cree una empresa comercializadora de repuestos y máquinas para gimnasio de calidad, marca y excelente durabilidad?

Tabla 16 Aceptación del proyecto

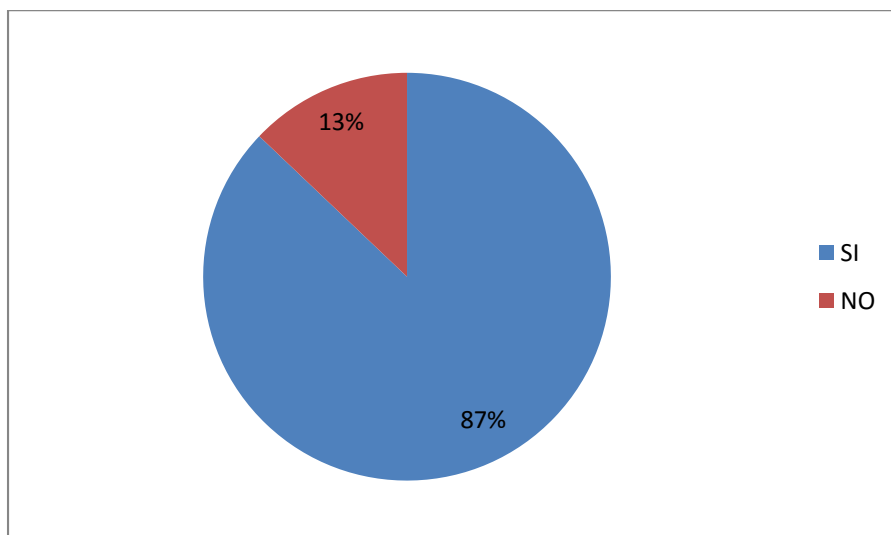
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Si	27	87%
No	4	13%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 12 Aceptación del proyecto



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados expresan que Ibarra requiere de un local comercial que cuente con los repuestos y maquinaria para gimnasios en un solo lugar, demuestra que el proyecto de creación de una nueva empresa tiene aceptación de los actuales consumidores.

8. ¿Qué tipo de productos son de su preferencia?

Tabla 17 Productos de preferencia

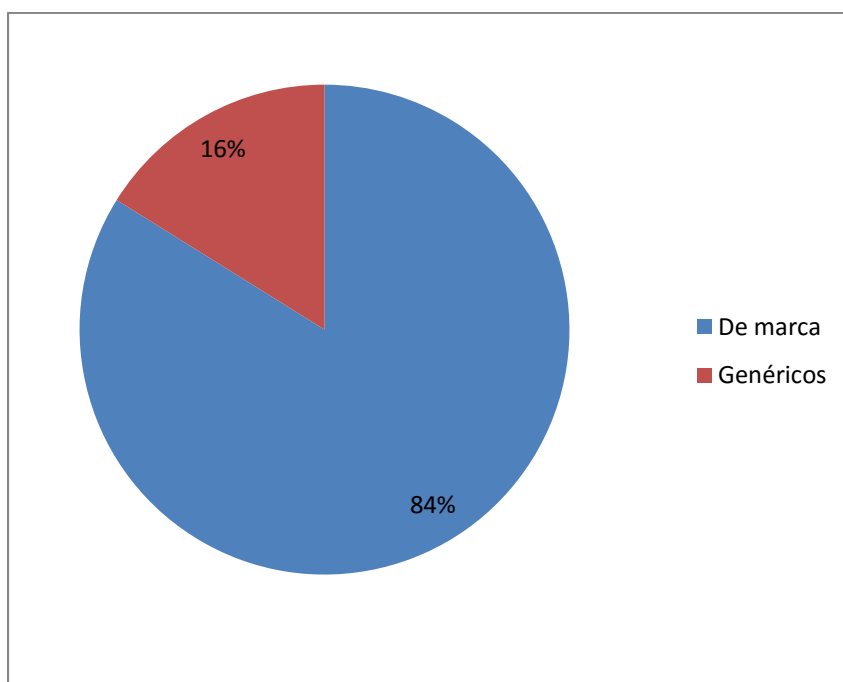
OPCIONES	FRECUENCIA	%
De marca	26	84%
Genéricos	5	16%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 13 Productos de preferencia



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

Gran parte de los encuestados manifiesta que valoran al momento de adquirir un producto es la marca, precio y calidad. Estos tres factores son de gran importancia para el cliente acompañado de un excelente atención al cliente.

9. ¿Los repuestos y maquinaria deportiva que usted adquiere los prefiere por:

Tabla 18 Preferencia de compra

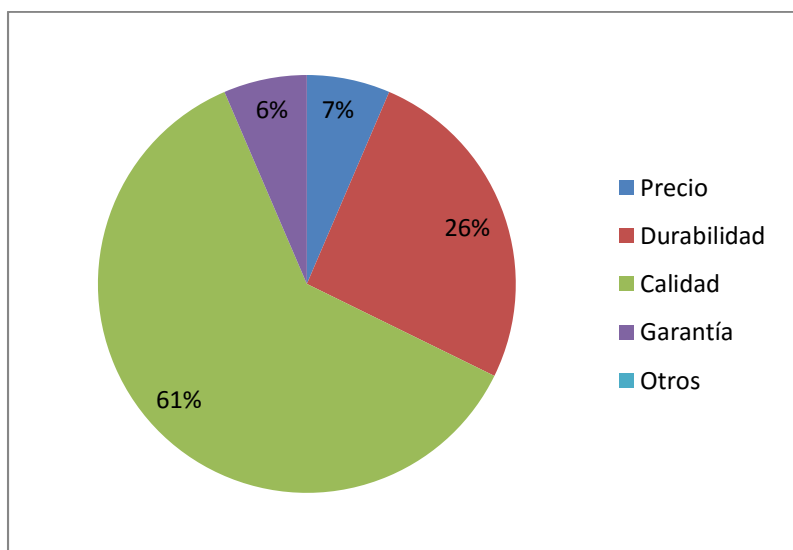
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Precio	2	6%
Durabilidad	8	26%
Calidad	19	61%
Garantía	2	6%
Otros	0	0%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 14 Preferencia de compra



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

La mayor parte de los encuestados manifestó que prefería demandar un producto por su calidad, durabilidad, precio y garantía respectivamente. Además manifiestan que la calidad de un buen servicio y asesoramiento al momento de la realizar la compra son de gran utilidad.

10. ¿Con qué frecuencia tiene daños en las máquinas de su gimnasio/ centro deportivo?

Tabla 19 Frecuencia de daños en máquinas

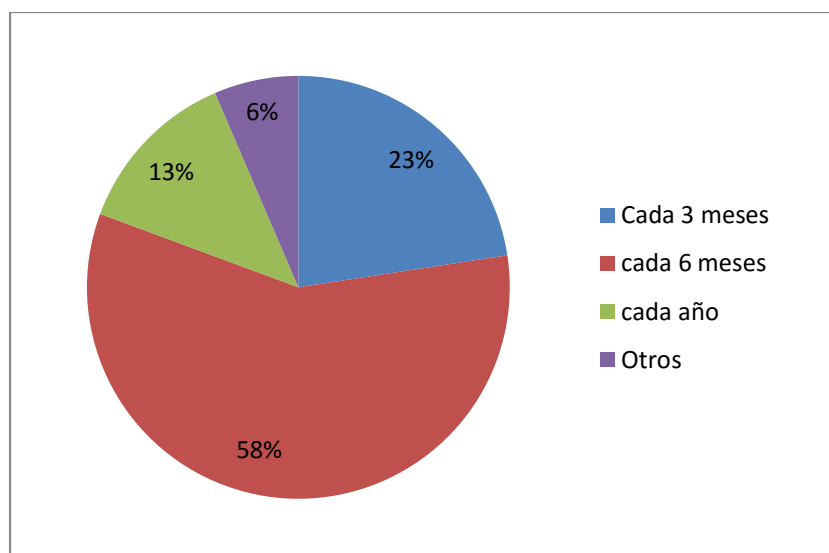
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Cada 3 meses	7	23%
cada 6 meses	18	58%
cada año	4	13%
Otros	2	6%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 15 Frecuencia de daños en máquinas



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

La mayor parte de los encuestados manifiesta que sus máquinas sufren averías cada tres meses, lo que se encuentra ligado al desgaste por uso ya que son artículos de uso continuo.

11. ¿Cuáles son las máquinas que sufren mayor deterioro o desgaste?

Tabla 20 Máquinas con mayor deterioro

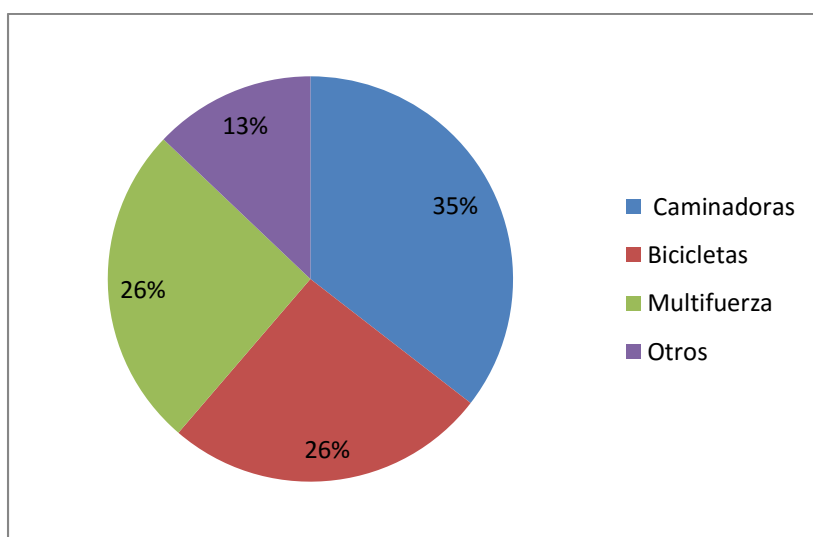
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Caminadoras	11	35
Bicicletas	8	26
Multifuerza	8	26
Otros	4	13
Total	31	100

FUENTE: Encuestas a propietarios de gimnasios

ELABORACIÓN: La autora

Año: 2015

Gráfico # 16 Máquinas con mayor deterioro



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados manifestó que en su negocio las máquinas que más sufren desgaste o daños son aquellas que trabajan brazos piernas y glúteos, debido al constante uso y contar con piezas que se afectan como: poleas, bandas, entre otras.

12. ¿Con qué frecuencia realiza usted la compra de repuestos para estas máquinas?

Tabla 21 Frecuencia de compra de repuestos

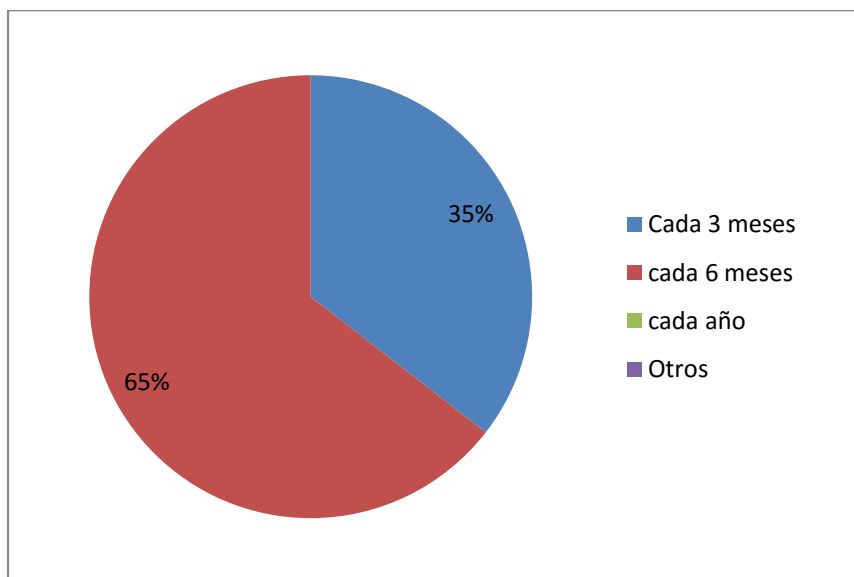
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Cada 3 meses	11	35%
Cada 6 meses	20	65%
Cada año	0	0%
Otros	0	0%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 17 Frecuencia de compra de repuestos



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

Gran parte de los encuestados señalo que es importante adquirir repuestos para las máquinas averiadas lo más pronto posible ya que el tener máquinas paradas les implicaría pérdidas en su negocio.

13. Le gustaría adquirir máquinas de la marca Hamer que la nueva empresa pretende implementar en Ibarra

Tabla 22 Aceptación de las máquinas

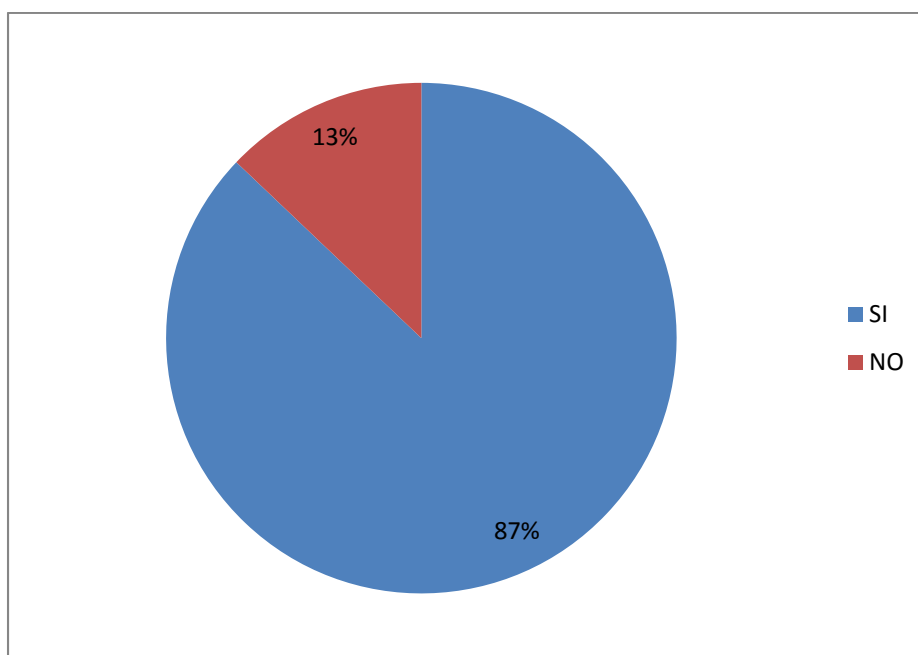
OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	27	87%
NO	4	13%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 18 Aceptación de las máquinas



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

La mayor parte de los encuestados manifiesta que las maquinas propuestas por el proyecto son las de mayor uso, por tanto son las que mayor consumo tienen en cada centro deportivo.

Si su respuesta es sí, escoja cuál de estas opciones es de su preferencia:

Tabla 23 Preferencias de consumo

MÁQUINAS	CANTIDAD AL AÑO
Multifuerza	X
Pierna total	X
Bicicleta estática	X
Cruce de poleas	X
Elípticas	
Silla romana	

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

Se pudo comprobar que la mayoría de los gerentes y propietarios estarían dispuestos a adquirir máquinas a una nueva empresa que se las ofreciera en Ibarra, además que las de mayor uso o preferencia son las señaladas en el cuadro anterior.

14. ¿De construirse un local comercial que oferte repuestos y maquinaria deportiva para gimnasios y centros deportivos para el alto rendimiento con la utilización de maquinaria de última tecnología, por cual medio de comunicación le gustaría que se realice la publicidad para darse a conocer?

Tabla 24 Preferencia en publicidad

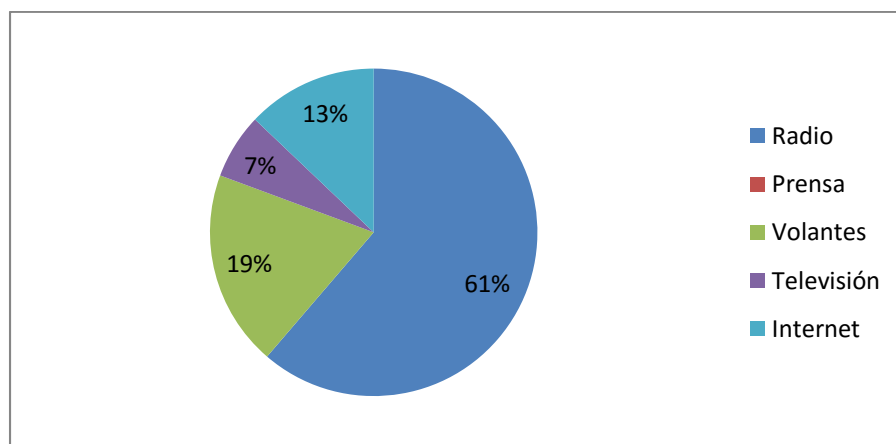
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Radio	19	61%
Prensa	0	0%
Volantes	6	19%
Televisión	2	6%
Internet	4	13%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Gráfico # 19 Preferencia en publicidad



Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

ANÁLISIS:

La mayor parte de los encuestados manifiestan que les gustaría que el proyecto propuesto dé a conocer sus productos mediante la radio ya que es el medio más conocido, mientras que una cantidad representativa manifiesta que preferiría una distribución de volantes en las principales calles de la ciudad para su mayor acceso.

3.5.1. Tabulación de la información al oferente

Con el objetivo de recabar información de los oferentes, la cual permitirá consolidar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora repuestos e implementación deportiva en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Para obtener información se aplicó la siguiente entrevista dirigida a los oferentes de repuestos y máquinas deportivas para gimnasios en Ibarra, los mismos que son: GOLTY y fundiciones Bonilla.

1.- ¿Con qué frecuencia y qué cantidad de los siguientes servicios ofrece a sus clientes?:

Repuestos (Barras, Discos, Balas)

Tabla 25 Oferta de repuestos en Ibarra

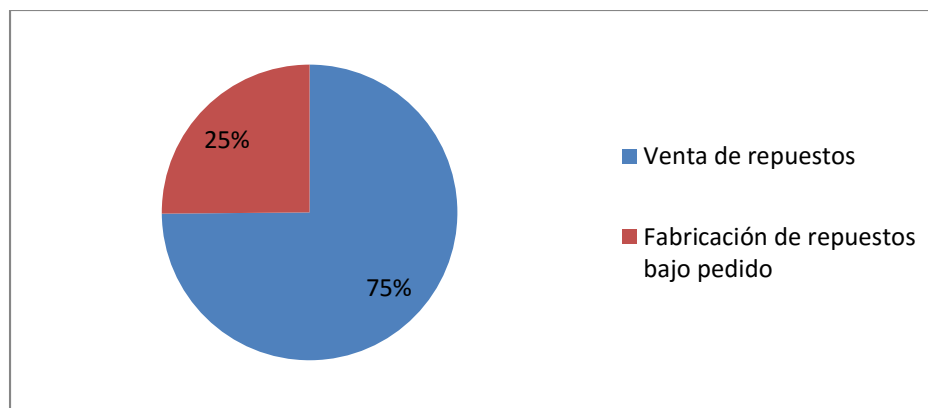
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Venta de repuestos	715	75%
Fabricación de repuestos bajo pedido	240	25%
Total	955	100%

Fuente: Entrevista a propietarios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 20 Oferta de repuestos en Ibarra



Fuente: Entrevista a propietarios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Análisis:

Los propietarios de Golty y fundiciones Bonilla manifiestan que tienen mayor comercialización de repuestos, ya que estos sufren desgaste más frecuente lo que no ocurre con las máquinas.

El propietario de fundiciones Bonilla expresó que en su negocio no alcanza mayores ventas ya que en la ciudad no tienen preferencia por los artículos genéricos, es decir prefieren productos importados que muchas veces no son de calidad.

Máquinas (Piernas, Brazos, Glúteos)

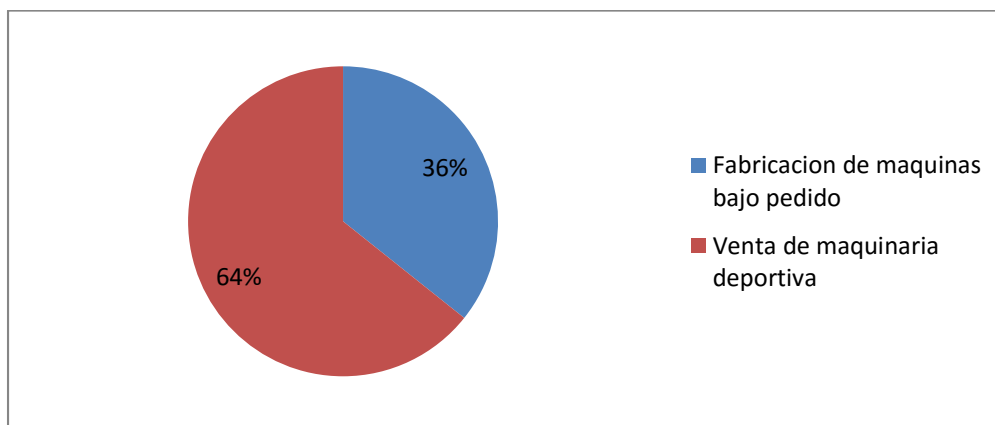
Tabla 26 Oferta de máquinas en Ibarra

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Fabricación de máquinas bajo pedido	5	36%
Venta de maquinaria deportiva	9	64%
Total	14	100%

Fuente: Entrevista a propietarios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 21 Oferta de máquinas en Ibarra

Fuente: Entrevista a propietarios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Análisis:

Ambos propietarios de los locales comerciales tienen dos y tres clientes fijos mismos de los cuales, ellos expresan fueron los que equiparon los gimnasios completos. Por lo cual explican que cada gimnasio completo se equipa con un mínimo de veinticinco artículos entre máquinas y equipo deportivo, por un precio de alrededor de \$19.646,46.

En este caso ambos locales comerciales se encuentran al mismo nivel de ventas, ya que las máquinas se venden a un similar número de clientes, que no es mayoritario en comparación con los gimnasios existentes en la ciudad de Ibarra.

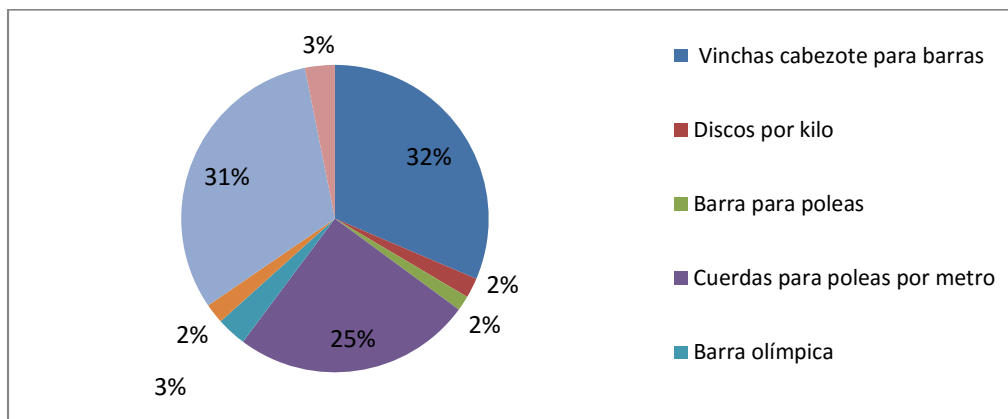
2.- ¿Qué cantidad de repuestos y máquinas deportivas para entrenamiento para el alto rendimiento vende con mayor frecuencia en su local? Repuestos

Tabla 27 Cantidad ofertada por tipo de repuestos

OPCIONES	FRECUENCIA DE VENTA	%
Vinchas cabezote para barras	300	31%
Discos por kilo	20	2%
Barra para poleas	15	2%
Cuerdas para poleas por metro	240	25%
Barra olímpica	30	3%
Barra z	20	2%
Pesas de aparatos de fuerza por Kg.	300	31%
Cabo para tríceps	30	3%
Total	955	100%

Fuente: Entrevista a propietarios
Elaboración: La autora
Año: 2015

Gráfico # 22 Cantidad ofertada por tipo de repuestos



Fuente: Entrevista a propietarios
Elaboración: La autora
Año: 2015

Análisis:

Ambos propietarios coinciden en que los repuestos que más suelen vender en sus negocios, son aquellos que más que por desgaste natural son susceptibles a sustracción de los usuarios de los diferentes gimnasios, además de aquellos accesorios de máquinas que se usan en ejercicios de potencia o fisiculturismo como son: pesas barras, poleas y discos.

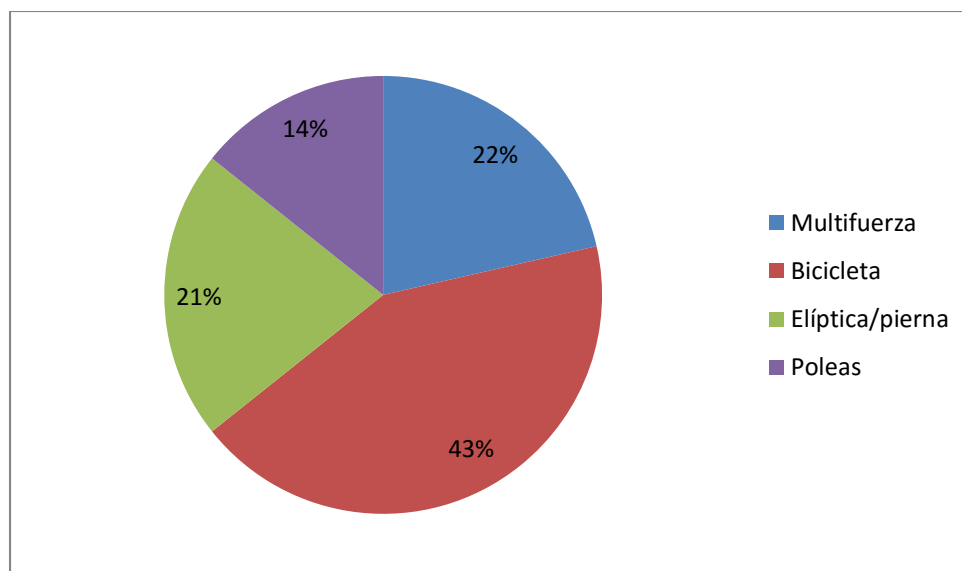
Tabla 28 Cantidad ofertada por tipo de máquina

OPCIONES	FRECUENCIA	DE VENTA	%
Multifuerza	3		21%
Bicicleta	6		43%
Elíptica/pierna	3		21%
Poleas	2		14%
Total	14		100%

Fuente: Entrevista a propietarios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 23 Cantidad ofertada por tipo de máquina

Fuente: Entrevista a propietarios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Análisis:

En este caso ambos propietarios de los locales comerciales expresan que, son de preferencia de sus clientes las máquinas que poseen más de una función al momento de realizar entrenamiento, es por ello que las de mayor elaboración en el caso de fundiciones Bonilla y compra-venta en el caso de GOLTY, son máquinas multifuerza en todas sus variedades, máquinas para brazos y piernas para entrenamiento de potencia.

3.- ¿Actualmente a cuántos gimnasios provee usted de máquinas y/o repuestos?

Tabla 29 Capacidad instalada

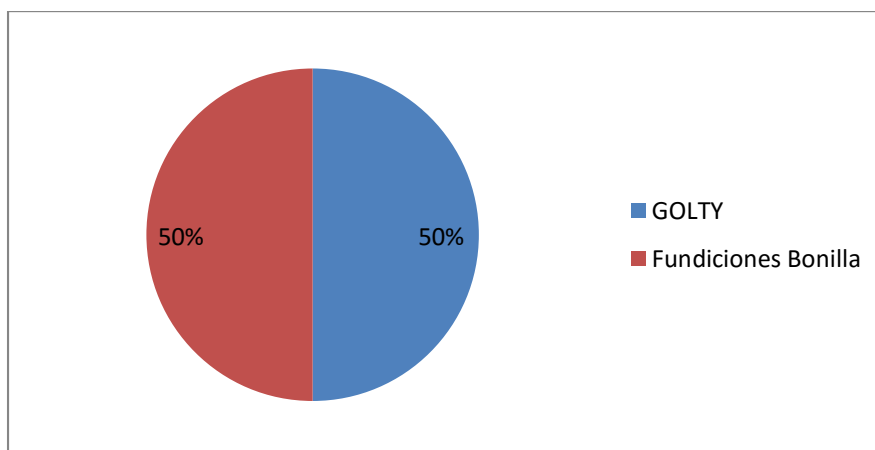
OPCIONES	NÚMERO DE CLIENTES	%
GOLTY	2	50%
Fundiciones Bonilla	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Entrevista a propietarios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Gráfico # 24 Capacidad instalada



Fuente: Entrevista a propietarios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Análisis:

El propietario de GOLTY explicó que él es el actual proveedor del Centro Deportivo para el Alto Rendimiento en Carpuela y para la Federación Deportiva de Imbabura. Mientras que el propietario de fundiciones Bonilla posee tres clientes fijos los cuales son de propiedad de personas naturales, aunque ambos manifiestan que su negocio no está enfocado en la venta de máquinas individuales sino más bien en el equipamiento de gimnasios completos. Aun así el número de clientes que poseen es limitado ya que en la ciudad muchos prefieren máquinas y repuestos de las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca e incluso importado.

Conclusión de las entrevistas

Luego de realizar las entrevistas dirigidas hacia los propietarios de locales deportivos los cuales son proveedores de implementos deportivos, se puede concluir expresando que; en la ciudad existen dos lugares que ofertan este tipo de artículos, los mismos que no cubren la demanda existente en la ciudad, ya que las preferencias de la demanda existente se inclinan por artículos de otras provincias o importados.

Así también como información adicional se obtuvo una entrevista al Lic. Miguel Vallejos Lara gerente del CEAR E.P. de Carpuela, quien supo expresar su apoyo a la creación de la empresa para la cual se realizó el estudio de mercado, además de explicar los grandes montos de dinero que el Ministerio del Deporte invierte en el equipamiento de sus instalaciones, de este modo brindar el mejor servicio a los y las deportistas que acuden a estos lugares.

3.4.2. Identificación de la demanda

Es de mucha importancia conocer a la demanda para determinar si los productos tendrán o no aceptación en el mercado. Además de usar las herramientas de marketing que potencien el mismo.

La demanda potencial se obtuvo de un análisis a través de datos publicados por el Municipio de la ciudad de Ibarra a través de su página web, en el cuál se manifiesta que el número de gimnasios y centros deportivos públicos de la ciudad de Ibarra son 31.

1. Análisis de la demanda

El objetivo principal de realizar un análisis de la demanda es determinar sus exigencias adquisitivas y como satisfacer las mismas.

Para conocer acerca de las necesidades de los clientes se realizó una investigación directa a través de encuestas, datos que servirán para establecer la demanda de estos productos en la ciudad de Ibarra.

2. Proyección de la demanda

Número de personas que desean adquirir los productos.

Tabla 30 Proyección de la demanda

NÚMERO TOTAL DE GIMNASIOS Y CENTROS DEPORTIVOS	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN DEL LOCAL COMERCIAL	TOTAL DE GIMNASIOS Y CENTROS DEPORTIVOS
31	87%	27

Fuente: Encuestas a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

Para determinar la demanda en función del nivel de aceptación la frecuencia de consumo de la encuesta realizada a los gerentes y propietarios de gimnasios y centros deportivos de la ciudad de Ibarra:

Mercado meta 27 gimnasios

Referencia pregunta 1

1. ¿Dónde acude usted regularmente a comprar los repuestos y maquinaria para su negocio?

Tabla 31 Compra de repuestos y maquinaria

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Dentro de la ciudad	2	6%
Fuera de la ciudad	5	16%
Fuera de la provincia	15	48%
Otros	9	29%
Total	31	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autora

Año: 2015

De los 31 gimnasios, 27 han manifestado que les gustaría comprar los productos, esto es el 87% de aceptación.

Demanda

Frecuencia de compra de repuestos y máquinas (Referencia cuadro N°21 y 22)

Tabla 32 Demanda

OPCIONES	FRECUENCIA COMPRA (ANUAL)	DE %
Multifuerza 3 estaciones	27	25%
Bicicleta estática	28	26%
Pierna total	28	26%
Cruce de poleas	24	22%
Total	107	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de gimnasios

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Fórmula de la demanda

$$D = P * F$$

D=Demanda

P=Población

F=Frecuencia de compra

Demanda anual de máquinas

La demanda anual de máquinas es igual a: $D = D * \% + D$

Tabla 33 Demanda de máquinas

MÁQUINAS	DEMANDA
Multifuerza	
3 estaciones	34
Bicicleta estática	35
Pierna total	35
Cruce de poleas	29
Total	133

Fuente: Encuesta a propietarios de gimnasios

Elaboración: La autor

Año: 2015

Tabla 34 Repuestos

OPCIONES	FRECUENCIA	
	DE	%
	COMPRA(ANUAL)	
Vinchas cabezote para barras	540	25%
Discos x kilo	480	22%
Barra para poleas	27	1%
Cuerdas para poleas x metro	480	22%
Barra olímpica	60	3%
Barra z	60	3%
Pesas de aparatos de fuerza x Kg.	480	22%
Cabo para tríceps	54	2%
Total	2181	100%

Fuente: Encuesta a propietarios de gimnasios

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 35 Demanda de repuestos

MÁQUINAS	DEMANDA
Vinchas cabezote para barras	674
Discos por kilo	586
Barra para poleas	27
Cuerdas para poleas por metro	586
Barra olímpica	62
Barra z	62
Pesas de aparatos de fuerza por Kg.	586
Cabo para tríceps	55
Total	2638

Fuente: Encuesta a propietarios de gimnasios

Elaboración: La Autora

Año: 2015

3.5. Proyección de la demanda

Para realizar la proyección se utilizó los datos obtenidos del **Cuadro N° 33, Cuadro N°35** y la tasa de crecimiento del deporte en la provincia de Imbabura, es 10.48% de acuerdo a información establecida por el INEC del último censo realizado en el año 2010.

Tabla 36 Proyección de la demanda de máquinas

PORCENTAJE CRECIMIENTO DEPORTE	DE DEL AÑOS	CONSUMO (Multifuerza 3 estaciones)	ANUAL
	2015	34	
	2016	38	
10,48%	2017	41	
	2018	45	
	2019	50	

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 37 Proyección de la demanda de máquina bicicleta

PORCENTAJE CRECIMIENTO DEPORTE	DE DEL AÑOS	CONSUMO (Bicicleta)	ANUAL
	2015	36	
	2016	39	
10,48%	2017	43	
	2018	48	
	2019	53	

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 38 Proyección de la demanda de máquina pierna total

PORCENTAJE CRECIMIENTO DEPORTE	DE DEL AÑOS	CONSUMO ANUAL (Pierna total)
	2015	36
	2016	39
10,48%	2017	43
	2018	48
	2019	53

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 39 Proyección de la demanda de máquina cruce de poleas

PORCENTAJE CRECIMIENTO DEPORTE	DE DEL AÑOS	CONSUMO ANUAL (Cruce de poleas)
	2015	29
	2016	32
10,48%	2017	36
	2018	40
	2019	44

Elaboración: La Autora
Año: 2015

3.5.1. Fórmula de cálculo de la demanda

$$DF = Dp (1 + i)^n$$

Donde:

DF: Demanda Futura

Dp: Demanda presente

i: Tasa de crecimiento

n: Año proyectado

El cuadro anterior indica la demanda potencial proyectada según la tasa de crecimiento, es así que se observa una cantidad demandada alta de consumo anual.

3.6. Análisis de la oferta

Para elaborar el análisis de la oferta, se realizó un estudio de mercado, en el cual se aplicó entrevistas a los propietarios de los locales donde se comercializan repuestos y máquinas de

gimnasio, el cual sirvió para determinar la oferta histórica, futura, y el mercado potencial al cual se va a cubrir con el proyecto.

Análisis de la oferta

Tabla 40 Oferta actual en la ciudad de Ibarra

OFERENTES
Golty
Fundiciones Bonilla.

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 41 Oferta de máquinas

OPCIONES	FRECUENCIA DE VENTA	%
Multifuerza 3 estaciones	3	21%
Bicicleta	6	43%
Pierna total	3	21%
Cruce de poleas	2	14%
Total	14	100%

Fuente: Entrevista a propietarios de locales deportivos
Elaboración: La Autora
Año: 2015

Fórmula de la oferta

Oferta = Población* frecuencia de venta

Tabla 42 Oferta anual de máquinas

MÁQUINAS	DEMANDA
Multifuerza 3 estaciones	4
Bicicleta estática	9
Pierna total	4
Cruce de poleas	2

Fuente: Entrevista a propietarios de locales deportivos

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 43 Oferta de repuestos

OPCIONES	FRECUENCIA DE VENTA	%
Vinchas cabezote para barras	300	31%
Discos por kilo	20	2%
Barra para poleas	15	2%
Cuerdas para poleas por metro	240	25%
Barra olímpica	30	3%
Barra z	20	2%
Pesas de aparatos de fuerza por Kg.	300	31%
Cabo para tríceps	30	3%
Total	955	100%

Fuente: Entrevista a propietarios de locales deportivos

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 44 Oferta anual de repuestos

MÁQUINAS	OFERTA
Vinchas cabezote para barras	394
Discos por kilo	20
Barra para poleas	15
Cuerdas para poleas por metro	300
Barra olímpica	31
Barra Z	20
Pesas de aparatos de fuerza por Kg.	394

Elaboración: La Autora

Año: 2015

3.6.1. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se realizó tomando en cuenta las ventas anuales de máquinas y repuestos. Para proyectar la oferta se utilizó la tasa de crecimiento de las ventas, estos datos fueron obtenidos en la entrevista que se realizó en los gerentes de locales comerciales que disponen de estos artículos en la ciudad de Ibarra (Referencia entrevista: pregunta 3).

Según datos recolectados en la entrevista a los propietarios de locales comerciales de la ciudad de Ibarra sobre las ventas de máquinas y repuestos, que arrojó un promedio de 4% de crecimiento de las ventas y de capacidad instalada, lo que sirvió para proyección para los próximos 5 años.

Tabla 45 Oferta de máquinas proyectado multifuerza 3 estaciones

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Multifuerza)
	2015	4
	2016	4
4%	2017	4
	2018	4
	2019	4

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 46 Oferta de máquinas proyectado bicicleta estática

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Bicicleta)
	2015	9
	2016	9
4%	2017	9
	2018	10
	2019	10

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 47 Oferta de máquinas proyectado pierna total

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Pierna)
	2015	4
	2016	4
4%	2017	4
	2018	4
	2019	4

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 48 Oferta de máquinas proyectado cruce poleas

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Cruce poleas)
	2015	2
	2016	2
4%	2017	2
	2018	3
	2019	3

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 49 Oferta de repuestos proyectado vinchas

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Vinchas)
	2015	394
	2016	410
4%	2017	426
	2018	443
	2019	461

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 50 Oferta de repuestos proyectado disco por kilo

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (discos por kilo)
	2015	20
	2016	21
4%	2017	22
	2018	23
	2019	24

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 51 Oferta de repuestos proyectado barra para poleas

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Barra para poleas)
	2015	15
	2016	16
4%	2017	16
	2018	17
	2019	18

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 52 Oferta de repuestos proyectado cuerdas para poleas por metro

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Cuerdas)
	2015	300
	2016	312
4%	2017	325
	2018	338
	2019	351

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 53 Oferta de repuestos proyectado barra olímpica

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Barra olímpica)
	2015	31
	2016	32
4%	2017	33
	2018	35
	2019	36

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 54 Oferta de repuestos proyectado barra z

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Barra z)
	2015	20
	2016	21
4%	2017	22
	2018	23
	2019	24

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 55 Oferta de repuestos proyectado pesas de aparatos

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Pesas de aparatos)
	2015	394
	2016	410
4%	2017	426
	2018	443
	2019	461

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 56 Oferta de repuestos proyectado cabo para tríceps

CAPACIDAD INSTALADA	AÑOS	OFERTA (Cabo)
	2015	30
	2016	31
4%	2017	32
	2018	34
	2019	35

Elaboración: La Autora

Año: 2015

3.7. Demanda potencial a satisfacer

La comparación entre los datos obtenidos entre oferta y la demanda arroja un resultado mayor de demandantes, es decir, existen propietarios de gimnasios que no encuentran el producto en la ciudad.

Los resultados se muestran a continuación:

Tabla 57 Demanda potencial a satisfacer multifuerza 3 estaciones

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	34	4	30
2016	38	4	34
2017	41	4	37
2018	45	4	41
2019	50	4	46

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 58 Demanda potencial a satisfacer bicicleta estática

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	36	9	27
2016	39	9	30
2017	43	9	34
2018	48	10	38
2019	53	10	43

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 59 Demanda potencial a satisfacer pierna total

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	36	4	32
2016	39	4	35
2017	43	4	39
2018	48	4	44
2019	52	4	48

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 60 Demanda potencial a satisfacer poleas

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	29	2	27
2016	32	2	30
2017	36	3	33
2018	40	3	37
2019	44	3	41

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Repuestos

Tabla 61 Demanda potencial a satisfacer vinchas

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	673	394	279
2016	744	410	334
2017	822	426	396
2018	908	443	465
2019	1.003	461	542

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 62 Demanda potencial a satisfacer discos por kilo

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	585	20	565
2016	647	21	626
2017	715	22	693
2018	790	23	767
2019	873	24	849

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 63 Demanda potencial a satisfacer barra para poleas

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	27	15	12
2016	30	16	14
2017	33	16	17
2018	37	17	20
2019	41	18	23

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 64 Demanda potencial a satisfacer cuerdas para poleas por metro

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	585	300	285
2016	647	312	335
2017	715	325	390
2018	790	338	452
2019	872	351	521

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 65 Demanda potencial a satisfacer barra olímpica

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	62	31	31
2016	68	32	36
2017	75	33	42
2018	83	35	48
2019	92	36	56

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 66 Demanda potencial a satisfacer barra z

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	61	20	41
2016	68	21	47
2017	75	22	53
2018	83	23	60
2019	92	24	68

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 67 Demanda potencial a satisfacer pesas de aparatos de fuerza por Kg.

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	585	394	191
2016	647	410	237
2017	714	426	288
2018	789	443	346
2019	872	461	411

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 68 Demanda potencial a satisfacer cabo para tríceps

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	55	30	25
2016	61	31	30
2017	67	32	35
2018	75	34	41
2019	82	35	47

Elaboración: La Autora
Año: 2015

3.7.1. Demanda a captar por el proyecto

En su primer año el proyecto prevee satisfacer al 50% del total de la demanda insatisfecha tomando en cuenta algunos parámetros como publicidad, legalización y puesta en marcha del negocio se determina que se mide ganancias a partir del sexto mes de trabajo.

Máquinas

Tabla 69 Demanda a captar por el proyecto multifuerza 3 estaciones

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA CAPTAR POR EL PROYECTO	A DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	30	15	50%
2016	34	17	50%
2017	37	19	50%
2018	41	21	50%
2019	46	23	50%

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 70 Demanda a captar por el proyecto bicicleta estática

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA CAPTAR POR EL PROYECTO	A DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	27	13	50%
2016	30	15	50%
2017	34	17	50%
2018	38	19	50%
2019	43	21	50%

Elaboración: La Autora
Año: 2015

Tabla 71 Demanda a captar por el proyecto pierna total

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA CAPTAR POR PROYECTO	A DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	32	16	50%
2016	35	18	50%
2017	39	20	50%
2018	44	22	50%
2019	48	24	50%

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 72 Demanda a captar por el proyecto cruce de poleas

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA CAPTAR POR PROYECTO	A DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	27	14	50%
2016	30	15	50%
2017	33	17	50%
2018	37	19	50%
2019	41	21	50%

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Repuestos

Tabla 73 Demanda a captar por el proyecto vinchas

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA CAPTAR POR PROYECTO	A DEMANDA A CAPTAR POR EL EL PROYECTO EN %
2015	279	140	50%
2016	334	167	50%
2017	396	198	50%
2018	465	233	50%
2019	542	271	50%

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 74 Demanda a captar por el proyecto discos por kilo

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	565	283	50%
2016	626	313	50%
2017	693	346	50%
2018	767	383	50%
2019	849	424	50%

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 75 Demanda a captar por el proyecto barra para poleas

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	12	6	50%
2016	14	7	50%
2017	17	8	50%
2018	20	10	50%
2019	23	11	50%

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 76 Demanda a captar por el proyecto cuerdas para poleas por metro

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	285	143	50%
2016	335	167	50%
2017	390	195	50%
2018	452	226	50%
2019	521	261	50%

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 77 Demanda a captar por el proyecto barra olímpica

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	31	15	50%
2016	36	18	50%
2017	42	21	50%
2018	48	24	50%
2019	56	28	50%

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 78 Demanda a captar por el proyecto barra z

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	41	21	50%
2016	47	23	50%
2017	53	27	50%
2018	60	30	50%
2019	68	34	50%

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 79 Demanda a captar por el proyecto pesas

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	191	96	50%
2016	237	119	50%
2017	288	144	50%
2018	346	173	50%
2019	411	206	50%

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 80 Demanda a captar por el proyecto cabo para tríceps

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHO	DEMANDA A CAPTAR X EL PROYECTO	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO EN %
2015	25	13	50%
2016	30	15	50%
2017	35	18	50%
2018	41	20	50%
2019	47	24	50%

Elaboración: La Autora

Año: 2015

3.8. Análisis de los precios

A continuación se indican los precio en promedio de los dos locales que actualmente expenden estos productos en la ciudad de Ibarra, además se consideró los precios de repuestos que se comercializan en las ciudades con mayor número de oferentes.

Tabla 81 Competencia local

MÁQUINAS	PRECIO PROMEDIO 2015
Multifuerza 3 estaciones	\$ 4750
Bicicleta estática	\$ 610
Pierna total	\$ 1400
Cruce de poleas	\$ 2200

Fuente: Entrevista locales: Goly, Fundiciones Bonilla

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 82 Oferta en Quito

REPUESTOS	PRECIO PROMEDIO
Vinchas cabezote para barras	\$ 25
Discos por kilo	\$ 3
Barra para poleas	\$ 60
Cuerdas para poleas	\$ 3
Barra olímpica	\$ 135
Barra z	\$ 90
Pesas de aparatos de fuerza por Kg.	\$ 3
Cabo para tríceps	\$ 35

Fuente: Entrevista: Taurus, Zona Gym

Elaboración: La Autora

Año: 2015

3.8.1. Proyección de precios de comercialización

Para determinar los precios a los cuales se estiman la comercialización se tomó como referencia los precios de la competencia además se sumó el porcentaje de la inflación de los últimos años.

Tabla 83 Inflación promedio de los últimos años

INFLACIÓN EN PROMEDIO
3,98

Fuente: www.ecuadorencifras.gob.ec

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 84 Proyección de precios de máquinas

OPCIONES	PRECIO 2015	PROYECCIÓN DE PRECIOS			
		2016	2017	2018	2019
Multifuerza estaciones	3 \$ 4.750	\$ 4.939	\$ 5.136	\$ 5.340	\$ 5.553
Bicicleta estática	\$ 610	\$ 634	\$ 660	\$ 686	\$ 713
Pierna total	\$ 1.400	\$ 1.456	\$ 1.514	\$ 1.574	\$ 1.637
Cruce de poleas	\$ 2.200	\$ 2.288	\$ 2.379	\$ 2.473	\$ 2.572

Elaboración: La Autora

Año: 2015

Tabla 85 Proyección de precios de repuestos

OPCIONES	PRECIO	PROYECCIÓN DE PRECIOS			
	2015	2016	2017	2018	2019
Vinchas cabezote para barras	\$ 25	\$ 26	\$ 27	\$ 28	\$ 29
Discos por kilo	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3
Barra para poleas	\$ 60	\$ 62	\$ 65	\$ 67	\$ 70
Cuerdas para poleas	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3
Barra olímpica	\$ 135	\$ 140	\$ 146	\$ 152	\$ 158
Barra z	\$ 90	\$ 94	\$ 97	\$ 101	\$ 105
Pesas de aparatos de fuerza por Kg.	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 4
Cabo para tríceps	\$ 35	\$ 36	\$ 38	\$ 39	\$ 41

Elaboración: La Autora

Año: 2015

3.9. Estrategias de comercialización

Para la comercialización de las máquinas y repuestos de la empresa se tomará las siguientes medidas de marketing las cuales son:

3.9.1. Producto

- Se creará un logotipo atractivo e innovador el cual describa la actividad de la empresa.
- Se aplicará estrategias de publicidad las cuales impulsen las ventas y den a conocer la empresa en la ciudad y fuera de ella.
- Incrementar los productos ofertados de acuerdo al crecimiento del negocio en el tiempo.

3.9.2. Precio

- Se comercializará los implementos deportivos a un precio similar al de la competencia.
- Se brindara servicio de instalación de las máquinas adquiridos, para el caso de gimnasios completos.

3.9.3. Plaza

- Se determinara la localización de la empresa de acuerdo a la conveniencia comercial, disponibilidad de recursos y áreas.
- Abrir sucursales cuando el negocio obtenga ganancias y reconocimiento en el mercado local.

3.9.4. Promoción

- Se realizará descuentos en las compras al por mayor, es decir, equipamientos completos.
- Se mantendrá registro de los clientes fijos para realizar entrega de obsequios.

3.10. Conclusiones del estudio de mercado

Al realizar el estudio de mercado se pudo evidenciar que existe una fuerte demanda de artículos o implementos deportivos, Ibarra cuenta un número creciente de gimnasios tanto privados como de administración gubernamental.

En la ciudad existe baja oferta de artículos deportivos para gimnasio, razón por la cual, la mayor parte de gerentes y propietarios de los gimnasios prefieren adquirir repuestos y máquinas fuera de la ciudad, ya que según manifiestan ningún local de los que se encuentran en Ibarra proveen artículos deportivos de calidad.

Por otra parte al realizar la entrevista a los proveedores que se encuentran actualmente atendiendo en la ciudad se pudo constatar que no llegan a cubrir más que una mínima parte del total de la demanda existente.

Además se demostró que existe demanda insatisfecha, la cual debe ser aprovechada con la creación de la empresa del presente estudio.

Para fijar los precios con los cuales se ofertará los artículos se basó en los de la competencia.

Luego de haber efectuado el estudio correspondiente tanto a la oferta como a la demanda se determina que existe mercado para la comercialización de repuestos y maquinaria para gimnasios en la ciudad de Ibarra, por lo que debido al porcentaje de aceptación de la población se procede a realizar el análisis financiero para iniciar con el proyecto.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El presente estudio técnico busca determinar aspectos básicos y principales para implementar la empresa comercializadora de repuestos e implementación deportiva para gimnasios en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, para lo cual se analizarán aspectos como: ubicación de la empresa, tamaño óptimo, lugar de obtención de insumos, equipos necesarios, personal, su adecuada distribución e instalación de espacios, entre otros; es decir todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto, con el fin de verificar la factibilidad técnica a partir de un presupuesto de inversión y gastos para su ejecución.

4.1. Localización del proyecto

Este aspecto se refiere a la localización exacta del proyecto, en el que se especificará la ubicación geográfica y lugar en el que se ubicará la empresa. Es por ello que se tomará en cuenta algunos aspectos del entorno para desarrollar la actividad empresarial: disponibilidad de estructura, existencia de servicios básicos; energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono, cercanía para el segmento de mercado, adquisición de insumos y fuerza laboral.

4.1.1. Macro localización

La macro localización es la apreciación general de la ubicación del proyecto en desarrollo, desde el punto de vista macro la empresa comercializadora de repuestos e implementación deportiva para gimnasios estará ubicada en la región norte del país, en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, barrio el Olivo.

Los límites de la provincia de Imbabura:

Al norte: Provincia del Carchi

Al sur: Provincia de Pichincha

Al este: Provincia de Sucumbíos

Al oeste: Provincia de Esmeraldas

A continuación se presenta la localización de la ciudad de Ibarra dentro del mapa de la provincia.

Figura # 1 Mapa de macro localización



**Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra
Año: 2015**

4.1.2. Micro localización

Para determinar la micro localización del proyecto se ha considerado cuatro sectores de la ciudad de Ibarra que son: Pilanquí (Avenida Mariano Acosta y Fray Vacas Galindo), El Sagrario (Bolívar y Avenida Teodoro Gómez de la Torre) y El Olivo (panamericana norte y Gral. José María Córdova).

Para llegar a determinar la zona más idónea se analizará los factores más importantes imprescindibles, adicionalmente calificarla de acuerdo a su importancia. A continuación se muestra la matriz de localización en las que se toman encuentra las siguientes consideraciones:

Tabla 86 Matriz Locacional

N°	FACTORES OCASIONALES	% PONDERACIÓN		EL OLIVO		PILANQUÍ		EL SAGRARIO	
				%	Valor	%	Valor	%	Valor
1.	Existencia de áreas amplias en arriendo	14	14	13	1,82	11	1,5	12	1,68
2.	Abastecimiento de servicios básicos	11	11	11	1,21	11	1,2	11	1,21
3.	Disponibilidad de vías de acceso para clientes	10	10	9	0,9	10	1	10	1
4.	Seguridad	10	10	10	1	10	1	10	1
5.	Cercanía para los clientes	12	12	11	1,32	10	1,2	10	1,2
6.	Disponibilidad de recurso humano	10	10	10	1	9	0,9	8	0,8
7.	Costos de arriendo adecuados	8	8	7	0,56	7	0,6	6	0,48
8.	Transporte	9	9	9	0,81	8	0,7	8	0,72
9.	Aceptación de la comunidad	16	16	15	2,4	14	2,2	12	1,92
TOTAL		100	100	95	11	90	10	87	10

Elaboración: La Autora
Año: 2015

- **Selección de la alternativa óptima**

El proyecto se ejecutará en el sector de la panamericana norte frente a la gasolinera los Olivos; entre Troncal de la Sierra y calle General José María Córdova. Sector que se destaca gracias a su gran afluencia automotriz debido a la cercanía con el norte de la ciudad, además de su cercanía a las principales universidades de la ciudad lo que facilitaría la contratación de talento humano capacitado.

Figura # 2 Mapa de micro localización



Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra
 Elaboración: La Autora
 Año: 2015

4.2. Ingeniería del proyecto

En esta etapa se definirá todos los parámetros necesarios para poner en marcha el proyecto.

4.2.1. Diseño de las instalaciones

El diseño de las instalaciones estará distribuido de manera que el cliente y los empleados se sientan cómodos.

La empresa estará distribuida en las siguientes secciones: área administrativa donde se ubicaran las oficinas, área comercial y bodega donde se encuentre los implementos.

4.2.2. Área administrativa y comercial

Esta área será adecuada para la gerencia, el contador que además realizará actividades de secretaría.

Para el área comercial se dispondrá de un área de exhibición de algunos de los productos para el vendedor y un ambiente para caja.

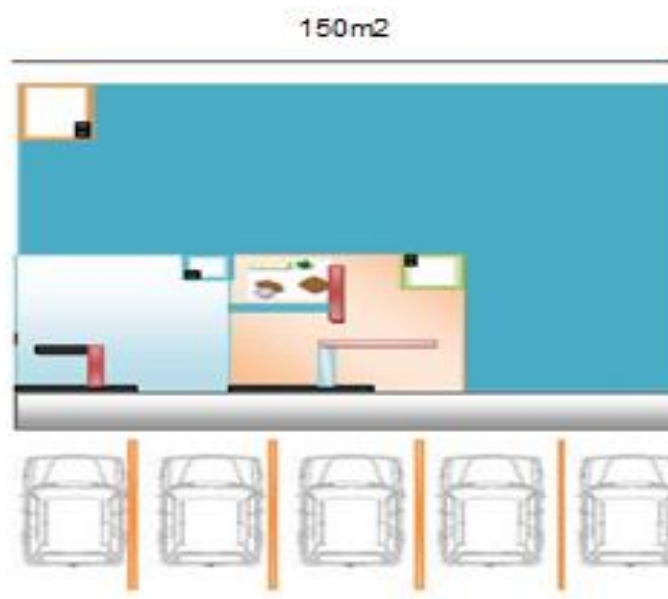
4.2.3. Área de bodega

Estará situada en la parte lateral izquierda del local comercial y será de uso exclusivo para almacenaje de máquinas y repuestos.

Figura # 3 Diseño de las instalaciones



Elaboración: La Autora
Año: 2015

Figura # 4 Diseño de las instalaciones

Elaboración: Arquitecto Miguel Ángel Vásquez
Año: 2015

4.2.4. Proceso de comercialización

Para el proceso de comercialización de acuerdo a las encuestas realizadas a la demanda se determinó que los productos de preferencia son los de marca, por tal razón para el proyecto se realizara la adquisición de los productos a la empresa SANBRI en la ciudad de Quito.

Para el proceso de comercialización se contará con la ayuda de asesores comerciales de la empresa SANBRI; los mismos que nos facilitarán el traslado hasta las instalaciones de la empresa, para poder llegar al consumidor final.

1. Diagrama de flujo para comercialización

Para representar el siguiente proceso se ha diseñado un flujo grama el mismo que será distribuido por medio de bloques distribuidos de acuerdo a los distintos usuarios los cuales son: cliente vendedor cajera y bodeguero.

De acuerdo a las necesidades del cliente se efectuó dos procesos de compra:

- 1) El cliente requiere de maquinaria/repuestos, o el que requiere equipamiento completo este proceso será el más impulsado ya que existe una gran demanda insatisfecha actualmente.

2) El cliente solo requiere de proformas.

Los documentos a utilizar para este proceso son:

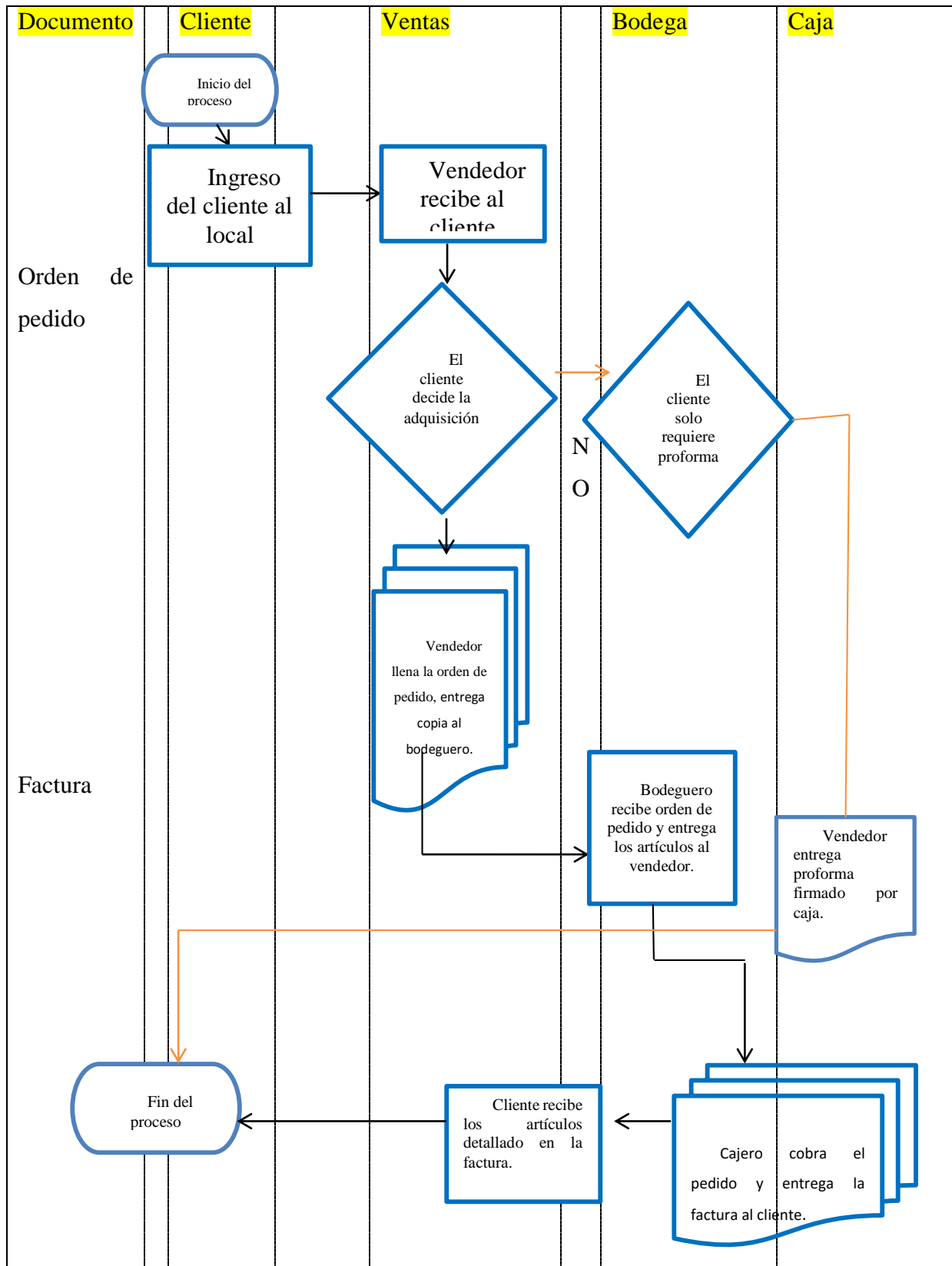
Factura: Este documento se entregará una original y tres copias

Factura original para el cliente, primera copia que reposará en el archivo de caja indispensable en el Servicio de rentas Internas, segunda copia para el departamento de contabilidad y tercera copia para bodega.

Orden de pedido: Este documento constará de una original y una copia, distribuidos a caja y bodega.




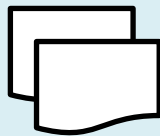

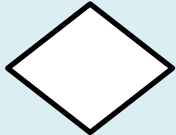
A continuación la distribución en el siguiente flujograma:

Gráfico # 25 Flujograma de distribución



Elaborado por: La autora
 Año: 2015

Tabla 87 Descripción simbología

NOMBRE	SÍMBOLO	EXPLICACIÓN
Comienzo o final del proceso		Información para iniciar el proceso
Proceso (Actividad)		Actividades del proceso
Documento		Registro de datos
Copia de documento		Proceso interno
Conexión de pasos		Dirección del flujo de proceso
Decisión		Toma la decisión (si o no)

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Presupuestos técnicos

Inversiones fijas

1. Muebles y enseres

Los muebles y enseres formaran parte de los ambientes internos en el área administrativa, de comercialización y bodega. Con una inversión que asciende a los \$ 4.518 dólares.

Tabla 88 Muebles y enseres

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA(ÁREA ADMINISTRATIVA)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Estación de trabajo en L	\$ 270,00	\$ 270,00
1	Archivador aéreo	\$ 130,00	\$ 130,00
3	Sillones de espera	\$ 42,00	\$ 126,00
1	Silla tipo secretaria	\$ 95,00	\$ 95,00
1	Escritorio	\$ 187,00	\$ 187,00
1	Archivador	\$ 215,00	\$ 215,00
TOTAL			\$ 1.023,00

Fuente: Línea nueva mobiliario cia Ltda.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA (ÁREA VENTAS)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Estación de trabajo	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Escritorio	\$ 127,00	\$ 127,00
1	Escritorio bodega	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Sillón giratorio	\$ 106,00	\$ 106,00
1	Silla tipo secretaria	\$ 95,00	\$ 95,00
1	Archivador aéreo	\$ 130,00	\$ 130,00
2	Estanterías metálicas de 0.92 x 0,32 cm	\$ 55,00	\$ 110,00
2	Estanterías metálicas de 0.72 x0,32x 1,50 m	\$ 40,00	\$ 80,00
TOTAL			\$ 948,00

Fuente: Línea nueva mobiliario Cía Ltda.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

2. Equipos de computación

Los equipos de computación son muy importantes en todas las áreas para llevar el control tanto físico como financiero de los productos.

Tabla 89 Equipos de computación

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE (ÁREA ADMINISTRATIVA)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Computador hp+ impresora multifunción	\$ 895,00	\$ 895,00
1	Computador (hacer-hibrida)	\$ 599,00	\$ 599,00
1	Servidor software	\$ 400,00	\$ 400,00
TOTAL			\$ 1.894,00

Fuente: Point Technology

Elaborado por: La autora

Año: 2015

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE (ÁREA VENTAS)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Computador (hacer-híbrida)	\$ 599,00	\$ 599,00
TOTAL			\$ 599,00

Fuente: Point Technology

Elaborado por: La autora

Año: 2015

3. Equipos de oficina

Equipos tales como los teléfonos serán de mucha utilidad en las distintas áreas para dinamizar el proceso comercial.

Tabla 90 Equipos de oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA (ÁREA ADMINISTRATIVA)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Teléfono con una extensión servicio	\$ 27,00	\$ 54,00
TOTAL			\$ 54,00

Fuente: line Technology

Elaborado por: La autora

Año: 2015

4. Resumen de inversiones fijas

A continuación se presenta un cuadro resumen en el cual se detalla los valores totales de las inversiones fijas antes mencionadas.

Tabla 91 Resumen de inversiones fijas

NRO.	DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA		
1	Muebles de oficina	\$ 1.023,00
2	Equipos de oficina	\$ 54,00
3	Equipos de computación y software	\$ 1.894,00
	Subtotal	\$ 2.971,00
INVERSIONES ÁREA VENTAS		
1	Muebles de oficina	\$ 948,00
2	Equipos de computación y software	\$ 599,00
	Subtotal	\$ 1.547,00
INVERSIONES		\$ 4.518,00

Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.3. Inversión variable o capital de trabajo

El capital de trabajo representa la inversión inicial requerida para poner en marcha la comercialización de los insumos a ofertarse por el proyecto, el presupuesto del capital de trabajo se encuentra estructurado así:

4.3.1. Talento humano

Está constituido por el personal, el cual estará distribuido por áreas; área administrativa, área comercial y ventas, los valores por sueldos serán establecidos dependiendo del cargo y según el Ministerio de Relaciones Laborales. El personal que laborará en la empresa se detalla de la siguiente manera:

Tabla 92 Talento humano

CANTIDAD	PERSONAL	SALARIO BASICO UNIFICADO 2015	TOTAL
	Área Administrativa		
1	Administrador Gerencial	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Contador	\$ 400,00	\$ 400,00
	Área de Ventas		
1	Vendedor	\$ 363,27	\$ 363,27
1	Cajera	\$ 363,27	\$ 363,27
1	Bodeguero	\$ 361,40	\$ 361,40
	TOTAL		\$ 2.087,94

Fuente: M.R.L.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

4.3.2. Gastos administrativos

De acuerdo al ministerio de relaciones laborales y a los requerimientos de personal administrativo de la empresa se han fijado los siguientes precios.

Tabla 93 Gasto sueldo administrativo mensual

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO					
SUELDO MENSUAL PROYECTADO					
PERSONAL	2015	2016	2017	2018	2019
Gerente	\$ 600,00	\$ 649,20	\$ 702,43	\$ 760,03	\$ 822,36
Contador	\$ 400,00	\$ 432,80	\$ 468,29	\$ 506,69	\$ 548,24
MENSUAL	\$ 1.000,00	\$ 1.082,00	\$ 1.170,72	\$ 1.266,72	\$ 1.370,59
ANUAL	\$ 12.000,00	\$ 12.984,00	\$ 14.048,69	\$ 15.200,68	\$ 16.447,14

Fuente: M.R.L.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 94 Cuadro N° 94 Gasto sueldo administrativo anual

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Básico					
Unificado	\$ 12.000,00	\$ 12.984,00	\$ 14.048,69	\$ 15.200,68	\$ 16.447,14
Vacaciones	\$ 500,00	\$ 541,00	\$ 585,36	\$ 633,36	\$ 685,30
Aporte Patronal	\$ 1.458,00	\$ 1.577,56	\$ 1.706,92	\$ 1.846,88	\$ 1.998,33
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 1.081,57	\$ 1.170,26	\$ 1.266,22	\$ 1.370,05
Décimo Tercero	\$ 916,67	\$ 1.082,00	\$ 1.170,72	\$ 1.266,72	\$ 1.484,81
Décimo Cuarto	\$ 619,50	\$ 766,06	\$ 828,87	\$ 896,84	\$ 1.293,84
Total	\$ 15.494,17	\$ 18.032,18	\$ 19.510,82	\$ 21.110,70	\$ 23.279,46

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 95 Gastos anuales

DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Servicios Básicos Administrativos	\$ 540,00	\$ 561,49	\$ 583,84	\$ 607,08	\$ 631,24
Materiales de aseo	\$ 44,50	\$ 46,27	\$ 48,11	\$ 50,03	\$ 52,02
Materiales de oficina	\$ 98,70	\$ 102,63	\$ 106,71	\$ 110,96	\$ 150,45
Gasto Arriendo	\$ 4.800,00	\$ 4.991,04	\$ 5.189,68	\$ 5.396,23	\$ 5.611,00
Seguros	\$ 2.855,00	\$ 2.968,63	\$ 3.086,78	\$ 3.209,63	\$ 3.337,38
Gasto flete	\$ 800,00	\$ 831,84	\$ 864,95	\$ 899,37	\$ 935,17
Gastos Constitución	\$ 170,00				
Sueldos Administrativos	\$ 15.494,17	\$ 18.032,18	\$ 19.510,82	\$ 21.110,70	\$ 23.279,46
TOTAL	\$ 24.802,37	\$ 27.534,08	\$ 29.390,89	\$ 31.384,01	\$ 33.996,71

Fuente: Varios proveedores

Elaborado por: La autora

Año: 2015

4.3.3. Gasto de ventas

Para este rubro se detalla los siguientes datos:

Tabla 95 Gasto sueldo de ventas mensual

GASTOS PERSONAL VENTAS					
SUELDO MENSUAL PROYECTADO					
PERSONAL	2015	2016	2017	2018	2019
Vendedor	\$ 363,27	\$ 393,06	\$ 425,29	\$ 460,16	\$ 497,90
Cajera	\$ 363,27	\$ 393,06	\$ 425,29	\$ 460,16	\$ 497,90
Bodeguero	\$ 361,40	\$ 391,03	\$ 423,10	\$ 457,79	\$ 495,33
MENSUAL	\$ 1.087,94	\$ 1.177,15	\$ 1.273,68	\$ 1.378,12	\$ 1.491,12
ANUAL	\$ 13.055,28	\$ 14.125,81	\$ 15.284,13	\$ 16.537,43	\$ 17.893,50

Fuente: M.R.L.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 96 Gasto sueldo de ventas anual

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Básico Unificado	\$ 13.055,28	\$ 14.125,81	\$ 15.284,13	\$ 16.537,43	\$ 17.893,50
Vacaciones	\$ 543,97	\$ 588,58	\$ 636,84	\$ 689,06	\$ 745,56
Aporte Patronal	\$ 1.586,22	\$ 1.716,29	\$ 1.857,02	\$ 2.009,30	\$ 2.174,06
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 1.176,68	\$ 1.273,17	\$ 1.377,57	\$ 1.490,53
Décimo Tercero	\$ 997,28	\$ 1.177,15	\$ 1.273,68	\$ 1.378,12	\$ 1.615,39
Décimo Cuarto	\$ 619,50	\$ 1.149,08	\$ 1.243,31	\$ 1.345,26	\$ 1.940,76
Total	\$ 16.802,24	\$ 19.933,59	\$ 21.568,14	\$ 23.336,73	\$ 25.859,80

Fuente: M.R.L.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 97 Gastos de ventas mensuales

Gastos de Publicidad					
AÑOS					
RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
Radio Ritmo	12	12	12	12	12
Mensual	\$ 200,00	\$ 207,96	\$ 216,24	\$ 224,84	\$ 233,79

Fuente: Radio ritmo FM (Ovación)

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 98 Gastos de ventas anuales

Gastos de Publicidad					
AÑOS					
RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
Radio Ritmo	12	12	12	12	12
Mensual	\$ 200,00	\$ 207,96	\$ 216,24	\$ 224,84	\$ 233,79
total	\$ 2.400,00	\$ 2.495,52	\$ 2.594,84	\$ 2.698,12	\$ 2.805,50

Fuente: Radio ritmo FM (Ovación)

Elaborado por: La autora

Año: 2015

4.3.4. Costo de ventas

Los costos de todas aquellas máquinas que se comercialicen, además de los repuestos de las mismas constituyen un costo de ventas ya que el proyecto tiene como fin la venta de estos artículos este constituye el inventario de la empresa.

Tabla 99 Inventario de máquinas

OPCIONES	PRECIO POR UNIDAD
Multifuerza 3 estaciones	\$ 3.000
Bicicleta estática	\$ 400
Pierna total	\$ 700
Cruce de Poleas	\$ 1.400
TOTAL	\$ 5.400

Fuente: Entrevista a proveedor SANBRI.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 100 Inventario de repuestos

OPCIONES	PRECIO POR UNIDAD
Vinchas cabezote para barras	\$ 20
Discos por kilo	\$ 1,50
Barra para poleas	\$ 30
Cuerdas para poleas	\$ 0,60
Barra olímpica	\$ 80
Barra z	\$ 30
Pesas de aparatos de fuerza por Kg.	\$ 1,90
Cabo para tríceps	\$ 15

Fuente: Entrevista a proveedor SANBRI.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

4.3.5. Capital de trabajo

Se ha considerado que el capital de trabajo se lo realizara para seis meses, ya que como se explica en el capítulo anterior los posibles consumidores expresan que realizan compras trimestrales y semestrales y debido que no es un producto de consumo masivo no se tendrán ventas diarias. A continuación explica en el siguiente cuadro:

Tabla 101 Capital de trabajo

Resumen de Capital de Trabajo		
DESCRIPCIÓN	ANUAL	SEMESTRAL
Gastos Administrativos	\$ 24.802,37	\$ 12.401,18
Gastos Ventas	\$ 19.202,24	\$ 9.601,12
Gastos Financieros	\$ 4.071,24	\$ 2.035,62
TOTAL	\$ 48.075,85	\$ 24.037,93

Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.3.6. Inversión total del proyecto

En el siguiente cuadro se detalla el total de la inversión del proyecto

Tabla 102 Inversión total del proyecto

NRO.	DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
INVERSIONES ADMINISTRATIVAS		
1	Muebles de oficina	\$ 1.023,00
2	Equipos de oficina	\$ 54,00
3	Equipos de computación y software	\$ 1.894,00
SUBTOTAL		\$ 2.971,00
INVERSIONES VENTAS		
1	Muebles de oficina	\$ 948,00
2	Equipos de computación y software	\$ 599,00
Subtotal		\$ 1.547,00
TOTAL		\$ 4.518,00
INVERSION VARIABLE		
1	Inventario mercadería	\$ 43.226,70
2	Capital de trabajo	\$ 24.037,93
SUBTOTAL		\$ 67.264,63
INVERSIONES		\$ 71.782,63

Elaborado por: La autora
Año: 2015

4.3.7. Financiamiento

El presente proyecto dispondrá de un financiamiento otorgado por el Banco del Pacífico, cuyo monto del préstamo será de \$ 43.000 financiamiento bancario y \$ 28.782,63 serán fondos propios. La cantidad financiada es un monto alto ya que actualmente no se dispone de fondos propios en valores altos.

Tabla 103 Financiamiento

DETALLE DEL CAPITAL		
DESCRIPCION	VALOR	%
Capital Propio	28.782,63	40,10
Préstamo	43.000,00	59,90
TOTAL	71.782,63	100,00

Elaborado por: La autora

Año: 2015

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es de gran importancia, ya que permite determinar la factibilidad del proyecto que se pretende crear; mediante la proyección de los ingresos y gastos así como su respectiva comparación. Ya que estos datos son la base para determinar las decisiones con respecto a la inversión y el financiamiento.

Este estudio también arrojará los indicadores financieros los cuales nos permitirán conocer el nivel de rentabilidad que tendrá el proyecto, la cual facilita la asignación de recursos financieros.

5.1. Estado de situación financiera inicial. (Balance de arranque).

En este estado se da a conocer el estado financiero de la empresa al iniciar la actividad económica, estableciendo las cuentas de activo, pasivo y patrimonio.

Tabla 104 Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
BALANCE DE ARRANQUE			
AÑO 0			
<u>ACTIVOS</u>		<u>Obligaciones con Instituciones Financieras</u>	
Propiedad del Proyecto		\$ 67.265	
<u>Activos de Libre Disponibilidad</u>	\$ 67.265	Obligación Largo Plazo	\$ 43.000
Efectivo o Equivalente	\$ 24.038		
Inventario mercadería	\$ 43.227		
		TOTAL PASIVO	\$ 43.000
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 4.518	
<u>Administrativos</u>			
Muebles de oficina	\$ 1.023		
Equipos de oficina	\$ 54		
Equipos de computación y software	\$ 1.894		
<u>Ventas</u>		PATRIMONIO	\$ 28.783
Muebles de oficina	\$ 948		
Equipos de computación y software	\$ 599	Inversión Propia	\$ 28.783
		TOTAL PATRIMONIO	
		TOTAL PASIVO + OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 71.783
TOTAL ACTIVO	\$ 71.783		

Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.2. Determinación de ingresos proyectados

Para realizar los cálculos que determinan los ingresos estimados que la empresa pretende captar en un año se tomó los datos obtenidos correspondientes a la demanda insatisfecha tanto de máquinas y repuestos así como para el cálculo de los precios de cada artículos tomando como base que se estima captar el 50% de la demanda insatisfecha (referencia cuadros N°69 al 80), ya que la demanda existente en la ciudad es reducida pero de gran aporte económico.

Tabla 105 Cálculo de los consumos anuales por tipo de máquinas en unidades

TIPO DE MÁQUINA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Multifuerza 3 estaciones	15	17	19	21	23
Bicicleta estática	13	15	17	19	21
Pierna total	16	18	20	22	24
Cruce de poleas	14	15	17	19	21
TOTAL UNIDADES ANUALES	58	65	72	80	89

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Tabla 106 Cálculo de ingresos por máquinas

AÑOS RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Multifuerza 3 estaciones</i>					
Cantidad	15	17	19	21	23
Precio	\$ 4.750,00	\$ 4.939,05	\$ 5.135,62	\$ 5.340,02	\$ 5.552,55
ANUAL	\$ 71.654,29	\$ 82.897,32	\$ 95.860,44	\$ 110.803,40	\$ 128.024,93
AÑOS RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Bicicleta estática</i>					
Cantidad	13	15	17	19	21
Precio	\$ 610,00	\$ 634,28	\$ 659,52	\$ 685,77	\$ 713,06
ANUAL	\$ 8.160,48	\$ 9.550,67	\$ 11.162,02	\$ 13.028,59	\$ 15.189,63
AÑOS RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Pierna total</i>					
Cantidad	16	18	20	22	24
Precio	\$ 1.400,00	\$ 1.455,72	\$ 1.513,66	\$ 1.573,90	\$ 1.636,54
ANUAL	\$ 22.178,97	\$ 25.650,38	\$ 29.652,21	\$ 34.264,53	\$ 39.579,37
AÑOS RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Cruce de poleas</i>					
Cantidad	14	15	17	19	21
Precio	\$ 2.200,00	\$ 2.287,56	\$ 2.378,60	\$ 2.473,27	\$ 2.571,71
ANUAL	\$ 29.807,21	\$ 34.411,07	\$ 39.713,64	\$ 45.819,99	\$ 52.850,91
TOTAL MÁQUINAS	\$ 131.800,95	\$ 152.509,44	\$ 176.388,31	\$ 203.916,51	\$ 235.644,84

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Tabla 107 Cálculo de los consumos anuales por tipo de repuesto en unidades

TIPO DE REPUESTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vinchas cabezote para barras	140	167	198	233	271
Discos por kilo	283	313	346	383	424
Barra para poleas	6	7	8	10	11
Cuerdas para poleas	143	167	195	226	261
Barra olímpica	15	18	21	24	28
Barra z	21	23	27	30	34
Pesas de aparatos de fuerza por Kg.	96	119	144	173	206
Cabo para tríceps	13	15	18	20	24
Total unidades anuales	715	829	957	1.100	1.259

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Tabla 108 Cálculo de ingresos por repuestos

AÑOS RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Vinchas cabezote para barras</i>					
Cantidad	140	167	198	233	271
Precio	\$ 25,00	\$ 26,00	\$ 27,03	\$ 28,11	\$ 29,22
ANUAL	\$ 3.493,24	\$ 4.344,98	\$ 5.350,46	\$ 6.534,75	\$ 7.926,83
<i>Discos x kilo</i>					
Cantidad	283	313	346	383	424
Precio	\$ 2,50	\$ 2,60	\$ 2,70	\$ 2,81	\$ 2,92
ANUAL	\$ 706,53	\$ 813,36	\$ 936,22	\$ 1.077,51	\$ 1.239,99
<i>Barra para poleas</i>					
Cantidad	6	7	8	10	11
Precio	\$ 60,00	\$ 62,39	\$ 64,87	\$ 67,45	\$ 70,14
ANUAL	\$ 362,96	\$ 447,75	\$ 547,67	\$ 665,16	\$ 803,06
<i>Cuerdas para poleas</i>					
Cantidad	143	167	195	226	261
Precio	\$ 2,50	\$ 2,60	\$ 2,70	\$ 2,81	\$ 2,92
ANUAL	\$ 356,66	\$ 435,01	\$ 527,08	\$ 635,07	\$ 761,54
<i>Barra olímpica</i>					
Cantidad	15	18	21	24	28
Precio	\$ 135,00	\$ 140,37	\$ 145,96	\$ 151,77	\$ 157,81
ANUAL	\$ 2.072,80	\$ 2.521,91	\$ 3.049,28	\$ 3.667,49	\$ 4.391,07
<i>Barra z</i>					
Cantidad	21	23	27	30	34
Precio	\$ 90,00	\$ 93,58	\$ 97,31	\$ 101,18	\$ 105,21
ANUAL	\$ 1.855,43	\$ 2.193,37	\$ 2.586,64	\$ 3.043,85	\$ 3.574,98
<i>Pesas de aparatos de fuerza por Kg.</i>					
Cantidad	96	119	144	173	206
Precio	\$ 3,00	\$ 3,12	\$ 3,24	\$ 3,37	\$ 3,51
ANUAL	\$ 287,10	\$ 369,66	\$ 467,74	\$ 583,92	\$ 721,18
<i>Cabo para tríceps</i>					
Cantidad	13	15	18	20	24
Precio	\$ 35,00	\$ 36,39	\$ 37,84	\$ 39,35	\$ 40,91
ANUAL	\$ 443,40	\$ 544,74	\$ 664,03	\$ 804,19	\$ 968,56
TOTAL REPUESTOS	\$ 9.578,11	\$ 11.670,77	\$ 14.129,11	\$ 17.011,94	\$ 20.387,21

Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.3. Determinación de egresos proyectados

Para conocer el total de ingresos que se incurrirán en el proyecto es necesario conocer los gastos que se generarán.

En el caso del inventario se muestra el costo de compra que el proveedor nos entregará las máquinas y repuestos los cuales se comercializarán en Ibarra por la empresa GYM EQUIPAMENT A.A.

5.3.1. Gastos operacionales

1. Inventario

Tabla 109 Proyección del inventario que cubrirá el proyecto al primer año (máquinas)

OPCIONES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Multifuerza 3 estaciones	\$ 3.000	\$ 45.500	\$ 46.791	\$ 48.653	\$ 50.589	\$ 52.603	\$ 54.696
Bicicleta estática	\$ 400	\$ 5.200	\$ 5.407	\$ 5.605	\$ 5.811	\$ 6.024	\$ 6.245
Pierna total	\$ 700	\$ 11.200	\$ 11.646	\$ 12.073	\$ 12.516	\$ 12.976	\$ 13.452
Cruce de poleas	\$ 1.400	\$ 19.600	\$ 20.380	\$ 21.128	\$ 21.903	\$ 22.707	\$ 23.541
TOTAL	\$ 5.500	\$ 81.000	\$ 84.223	\$ 86.143	\$ 89.514	\$ 93.074	\$ 96.779

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Tabla 110 Proyección del inventario que cubrirá el proyecto al primer año (repuestos)

OPCIONES	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO TOTAL	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		2015	2016	2017	2018	2019
Vinchas cabezote para barras	\$ 20	\$ 2.800	\$ 2.911	\$ 3.027	\$ 3.148	\$ 3.273
Discos por kilo	\$ 2	\$ 366	\$ 381	\$ 396	\$ 411	\$ 428
Barra para poleas	\$ 30	\$ 180	\$ 187	\$ 195	\$ 202	\$ 210
Cuerdas para poleas	\$ 1	\$ 55	\$ 57	\$ 60	\$ 62	\$ 65
Barra olímpica	\$ 80	\$ 1.200	\$ 1.248	\$ 1.297	\$ 1.349	\$ 1.403
Barra z	\$ 30	\$ 600	\$ 624	\$ 649	\$ 675	\$ 701
Pesas de aparatos de fuerza x Kg.	\$ 2	\$ 72	\$ 75	\$ 78	\$ 81	\$ 84
Cabo para tríceps	\$ 15	\$ 180	\$ 187	\$ 195	\$ 202	\$ 210
Total	\$ 179	\$ 5.453	\$ 5.670	\$ 5.896	\$ 6.131	\$ 6.375

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Para totalizar el valor del inventario que se comercializará en la empresa se sumó los totales de las proyecciones tanto en máquinas como en repuestos.

En el caso de los valores de las proyecciones se tomó los datos obtenidos del estudio de mercado específicamente de la demanda potencial a satisfacer por el costo individual de cada implemento.

5.3.2. Gastos administrativos

1. Talento humano

Se calcula los salarios y sus respectivos beneficios del personal que laborara en la empresa. Para las proyecciones de los sueldos y salarios se tomó el incremento salarial de los últimos años el cual fue de 8,20%, según El Ministerio de Relaciones Laborales.

Tabla 111 Proyección talento humano (sueldos administrativos)

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2015	2016	2017	2018	2019
Gerente	\$ 600,00	\$ 649,20	\$ 702,43	\$ 760,03	\$ 822,36
Contador	\$ 400,00	\$ 432,80	\$ 468,29	\$ 506,69	\$ 548,24
MENSUAL	\$ 1.000,00	\$ 1.082,00	\$ 1.170,72	\$ 1.266,72	\$ 1.370,59
ANUAL	\$ 12.000,00	\$ 12.984,00	\$ 14.048,69	\$ 15.200,68	\$ 16.447,14
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Básico Unificado	\$ 12.000,00	\$ 12.984,00	\$ 14.048,69	\$ 15.200,68	\$ 16.447,14
Vacaciones	\$ 500,00	\$ 541,00	\$ 585,36	\$ 633,36	\$ 685,30
Aporte Patronal	\$ 1.458,00	\$ 1.577,56	\$ 1.706,92	\$ 1.846,88	\$ 1.998,33
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 1.081,57	\$ 1.170,26	\$ 1.266,22	\$ 1.370,05
Décimo Tercero	\$ 916,67	\$ 1.082,00	\$ 1.170,72	\$ 1.266,72	\$ 1.484,81
Décimo Cuarto	\$ 619,50	\$ 766,06	\$ 828,87	\$ 896,84	\$ 1.293,84
TOTAL	\$ 15.494,17	\$ 18.032,18	\$ 19.510,82	\$ 21.110,70	\$ 23.279,46

Elaborado por: La autora
Año: 2015

2 Gastos varios

Tabla 112 Proyección gastos varios

		Servicios Básicos Administrativos				
AÑOS	RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
Agua Potable						
	Cantidad (m3)	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
	Precio	\$ 0,70	\$ 0,73	\$ 0,76	\$ 0,79	\$ 0,82
	Valor mensual	\$ 5,60	\$ 5,82	\$ 6,05	\$ 6,30	\$ 6,55
	ANUAL	\$ 67,20	\$ 69,87	\$ 72,66	\$ 75,55	\$ 78,55
Energía Eléctrica						
	Cantidad (KW)	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
	Precio	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,12	\$ 0,12	\$ 0,13
	Valor mensual	\$ 15,40	\$ 16,01	\$ 16,65	\$ 17,31	\$ 18,00
	ANUAL	\$ 184,80	\$ 192,16	\$ 199,80	\$ 207,75	\$ 216,02
Teléfono						
	Cantidad (minutos)	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
	Precio	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,07	\$ 0,07
	Valor mensual	\$ 9,00	\$ 9,36	\$ 9,73	\$ 10,12	\$ 10,52
	ANUAL	\$ 108,00	\$ 112,30	\$ 116,77	\$ 121,42	\$ 126,25
Internet						
	Valor (plan) mensual	\$ 15,00	\$ 15,60	\$ 16,22	\$ 16,86	\$ 17,53
	ANUAL	\$ 180,00	\$ 187,16	\$ 194,61	\$ 202,36	\$ 210,41
	TOTAL	\$ 540,00	\$ 561,49	\$ 583,84	\$ 607,08	\$ 631,24

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Materiales de aseo					
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
1 Escobas					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor Unitario	\$ 3,00	\$ 3,12	\$ 3,24	\$ 3,37	\$ 3,51
Valor anual	\$ 6,00	\$ 6,24	\$ 6,49	\$ 6,75	\$ 7,01
2 Detergente					
Cantidad grande	1	1	1	1	1
Valor Unitario	\$ 6,50	\$ 6,76	\$ 7,03	\$ 7,31	\$ 7,60
Valor anual	\$ 6,50	\$ 6,76	\$ 7,03	\$ 7,31	\$ 7,60
3 Trapeador					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor Unitario	\$ 4,00	\$ 4,16	\$ 4,32	\$ 4,50	\$ 4,68
Valor anual	\$ 8,00	\$ 8,32	\$ 8,65	\$ 8,99	\$ 9,35
4 Desinfectante					
Cantidad galones	2	2	2	2	2
Valor Unitario	\$ 4,00	\$ 4,16	\$ 4,32	\$ 4,50	\$ 4,68
Valor anual	\$ 8,00	\$ 8,32	\$ 8,65	\$ 8,99	\$ 9,35
5 Recogedor					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor Unitario	\$ 5,00	\$ 5,20	\$ 5,41	\$ 5,62	\$ 5,84
Valor anual	\$ 10,00	\$ 10,40	\$ 10,81	\$ 11,24	\$ 11,69
6 Franelas					
Cantidad	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Valor Unitario	\$ 1,00	\$ 1,04	\$ 1,08	\$ 1,12	\$ 1,17
Valor anual	\$ 6,00	\$ 6,24	\$ 6,49	\$ 6,75	\$ 7,01
TOTAL	\$ 44,50	\$ 46,27	\$ 48,11	\$ 50,03	\$ 52,02

Materiales de oficina					
AÑOS					
RUBROS	2015	2016	2017	2018	2019
Carpetas archivadoras					
Cantidad	4	4	4	4	24
Precio	\$ 1,50	\$ 1,56	\$ 1,62	\$ 1,69	\$ 1,75
Valor	\$ 6,00	\$ 6,24	\$ 6,49	\$ 6,75	\$ 42,08
Carpetas plásticas					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	\$ 0,30	\$ 0,31	\$ 0,32	\$ 0,34	\$ 0,35
Valor	\$ 1,20	\$ 1,25	\$ 1,30	\$ 1,35	\$ 1,40
Basureros					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	\$ 6,00	\$ 6,24	\$ 6,49	\$ 6,75	\$ 7,01
Valor	\$ 24,00	\$ 24,96	\$ 25,95	\$ 26,98	\$ 28,06
Bolígrafos					
Cantidad Caja	1	1	1	1	1
Precio	\$ 3,50	\$ 3,64	\$ 3,78	\$ 3,93	\$ 4,09
Valor	\$ 3,50	\$ 3,64	\$ 3,78	\$ 3,93	\$ 4,09
Papel Bond					
Cantidad (resmas)	4	4	4	4	4
Precio	\$ 4,00	\$ 4,16	\$ 4,32	\$ 4,50	\$ 4,68
Valor	\$ 16,00	\$ 16,64	\$ 17,30	\$ 17,99	\$ 18,70
Grapadora					
Cantidad	2	2	2	2	2
Precio	\$ 4,00	\$ 4,16	\$ 4,32	\$ 4,50	\$ 4,68
Valor	\$ 8,00	\$ 8,32	\$ 8,65	\$ 8,99	\$ 9,35
Perforadora					
Cantidad	4	4	4	4	4
Precio	\$ 4,00	\$ 4,16	\$ 4,32	\$ 4,50	\$ 4,68
Valor	\$ 16,00	\$ 16,64	\$ 17,30	\$ 17,99	\$ 18,70
Factureros					
Cantidad libretín	2	2	2	2	2
Precio	\$ 12,00	\$ 12,48	\$ 12,97	\$ 13,49	\$ 14,03
Valor	\$ 24,00	\$ 24,96	\$ 25,95	\$ 26,98	\$ 28,06
TOTAL	\$ 98,70	\$ 102,63	\$ 106,71	\$ 110,96	\$ 150,45

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Gasto Arriendo					
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
1 Mensual					
Cantidad	12	12	12	12	12
Valor					
Unitario	\$ 400,00	\$ 415,92	\$ 432,47	\$ 449,69	\$ 467,58
Valor anual	\$ 4.800,00	\$ 4.991,04	\$ 5.189,68	\$ 5.396,23	\$ 5.611,00

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Seguros					
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
SEGURO CONTRA ROBO E INCENDIO					
1 Mensual					
Cantidad	1	1	1	1	1
Valor					
Unitario	\$ 2.855,00	\$ 2.968,63	\$ 3.086,78	\$ 3.209,63	\$ 3.337,38
TOTAL	\$ 2.855,00	\$ 2.968,63	\$ 3.086,78	\$ 3.209,63	\$ 3.337,38

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Gasto flete					
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
1 Alquiler de vehículo					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor					
Unitario	\$ 400,00	\$ 415,92	\$ 432,47	\$ 449,69	\$ 467,58
Valor anual	\$ 800,00	\$ 831,84	\$ 864,95	\$ 899,37	\$ 935,17
SUBTOTAL	\$ 800,00	\$ 831,84	\$ 864,95	\$ 899,37	\$ 935,17

Elaborado por: La autora
Año: 2015

3. Gastos de ventas

Estos son los valores correspondientes al personal que se desempeña en el área de ventas y los respectivos rubros que se desembolsaran para su propósito.

Tabla 113 Sueldo personal de ventas

GASTOS PERSONAL VENTAS					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2015	2016	2017	2018	2019
Vendedor	\$ 363,27	\$ 393,06	\$ 425,29	\$ 460,16	\$ 497,90
Cajera	\$ 363,27	\$ 393,06	\$ 425,29	\$ 460,16	\$ 497,90
Bodeguero	\$ 361,40	\$ 391,03	\$ 423,10	\$ 457,79	\$ 495,33
MENSUAL	\$ 1.087,94	\$ 1.177,15	\$ 1.273,68	\$ 1.378,12	\$ 1.491,12
ANUAL	\$ 13.055,28	\$ 14.125,81	\$ 15.284,13	\$ 16.537,43	\$ 17.893,50
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Básico Unificado	\$ 13.055,28	\$ 14.125,81	\$ 15.284,13	\$ 16.537,43	\$ 17.893,50
Vacaciones	\$ 543,97	\$ 588,58	\$ 636,84	\$ 689,06	\$ 745,56
Aporte Patronal	\$ 1.586,22	\$ 1.716,29	\$ 1.857,02	\$ 2.009,30	\$ 2.174,06
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 1.176,68	\$ 1.273,17	\$ 1.377,57	\$ 1.490,53
Décimo Tercero	\$ 997,28	\$ 1.177,15	\$ 1.273,68	\$ 1.378,12	\$ 1.615,39
Décimo Cuarto	\$ 619,50	\$ 1.149,08	\$ 1.243,31	\$ 1.345,26	\$ 1.940,76
TOTAL	\$ 16.802,24	\$ 19.933,59	\$ 21.568,14	\$ 23.336,73	\$ 25.859,80

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Tabla 114 Gastos ventas (Publicidad)

AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
RUBROS					
Radio					
Ritmo	12	12	12	12	12
Mensual	200,00	207,96	216,24	224,84	233,79
total	2.400,00	2.495,52	2.594,84	2.698,12	2.805,50

Elaborado por: La autora

Año: 2015

5.4. Gastos financieros

Se solicita el financiamiento del Banco del Pacífico, mismo que financian créditos empresariales. Se obtendrá el crédito a una tasa de interés de 10,21% anual según la tasa activa del Banco del Pacífico, se lo cancelará en un plazo de cinco años en pagos mensuales. A continuación se detalla la siguiente tabla de amortización de la deuda.

Tabla 115 Parámetros del crédito

DETALLE	VALOR
Monto	\$ 43.000
Interés	10,21%
Plazo	5 años
Interés mensual	0,008508

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Tabla 116 Tabla de amortización préstamo bancario

NRO	CUOTA FIJA	INTERES	SALDO	
			SOLUTO	INSOLUTO
1	\$ 918,07	\$ 365,86	\$ 552,21	\$ 42.447,79
2	\$ 918,07	\$ 361,16	\$ 556,91	\$ 41.890,87
3	\$ 918,07	\$ 356,42	\$ 561,65	\$ 41.329,22
4	\$ 918,07	\$ 351,64	\$ 566,43	\$ 40.762,79
5	\$ 918,07	\$ 346,82	\$ 571,25	\$ 40.191,54
6	\$ 918,07	\$ 341,96	\$ 576,11	\$ 39.615,43
7	\$ 918,07	\$ 337,06	\$ 581,01	\$ 39.034,42
8	\$ 918,07	\$ 332,12	\$ 585,95	\$ 38.448,47
9	\$ 918,07	\$ 327,13	\$ 590,94	\$ 37.857,53
10	\$ 918,07	\$ 322,10	\$ 595,97	\$ 37.261,56
11	\$ 918,07	\$ 317,03	\$ 601,04	\$ 36.660,52
12	\$ 918,07	\$ 311,92	\$ 606,15	\$ 36.054,37
13	\$ 918,07	\$ 306,76	\$ 611,31	\$ 35.443,06
14	\$ 918,07	\$ 301,56	\$ 616,51	\$ 34.826,55
15	\$ 918,07	\$ 296,32	\$ 621,76	\$ 34.204,79
16	\$ 918,07	\$ 291,03	\$ 627,05	\$ 33.577,75
17	\$ 918,07	\$ 285,69	\$ 632,38	\$ 32.945,36
18	\$ 918,07	\$ 280,31	\$ 637,76	\$ 32.307,60
19	\$ 918,07	\$ 274,88	\$ 643,19	\$ 31.664,41
20	\$ 918,07	\$ 269,41	\$ 648,66	\$ 31.015,75
21	\$ 918,07	\$ 263,89	\$ 654,18	\$ 30.361,57
22	\$ 918,07	\$ 258,33	\$ 659,75	\$ 29.701,83
23	\$ 918,07	\$ 252,71	\$ 665,36	\$ 29.036,47
24	\$ 918,07	\$ 247,05	\$ 671,02	\$ 28.365,45

25	\$ 918,07	\$ 241,34	\$ 676,73	\$ 27.688,72
26	\$ 918,07	\$ 235,58	\$ 682,49	\$ 27.006,23
27	\$ 918,07	\$ 229,78	\$ 688,29	\$ 26.317,94
28	\$ 918,07	\$ 223,92	\$ 694,15	\$ 25.623,78
29	\$ 918,07	\$ 218,02	\$ 700,06	\$ 24.923,73
30	\$ 918,07	\$ 212,06	\$ 706,01	\$ 24.217,71
31	\$ 918,07	\$ 206,05	\$ 712,02	\$ 23.505,69
32	\$ 918,07	\$ 199,99	\$ 718,08	\$ 22.787,62
33	\$ 918,07	\$ 193,88	\$ 724,19	\$ 22.063,43
34	\$ 918,07	\$ 187,72	\$ 730,35	\$ 21.333,08
35	\$ 918,07	\$ 181,51	\$ 736,56	\$ 20.596,52
36	\$ 918,07	\$ 175,24	\$ 742,83	\$ 19.853,69
37	\$ 918,07	\$ 168,92	\$ 749,15	\$ 19.104,54
38	\$ 918,07	\$ 162,55	\$ 755,52	\$ 18.349,01
39	\$ 918,07	\$ 156,12	\$ 761,95	\$ 17.587,06
40	\$ 918,07	\$ 149,64	\$ 768,44	\$ 16.818,62
41	\$ 918,07	\$ 143,10	\$ 774,97	\$ 16.043,65
42	\$ 918,07	\$ 136,50	\$ 781,57	\$ 15.262,08
43	\$ 918,07	\$ 129,85	\$ 788,22	\$ 14.473,86
44	\$ 918,07	\$ 123,15	\$ 794,92	\$ 13.678,94
45	\$ 918,07	\$ 116,38	\$ 801,69	\$ 12.877,25
46	\$ 918,07	\$ 109,56	\$ 808,51	\$ 12.068,74
47	\$ 918,07	\$ 102,68	\$ 815,39	\$ 11.253,36
48	\$ 918,07	\$ 95,75	\$ 822,33	\$ 10.431,03
49	\$ 918,07	\$ 88,75	\$ 829,32	\$ 9.601,71
50	\$ 918,07	\$ 81,69	\$ 836,38	\$ 8.765,33
51	\$ 918,07	\$ 74,58	\$ 843,49	\$ 7.921,84
52	\$ 918,07	\$ 67,40	\$ 850,67	\$ 7.071,17
53	\$ 918,07	\$ 60,16	\$ 857,91	\$ 6.213,26
54	\$ 918,07	\$ 52,86	\$ 865,21	\$ 5.348,05
55	\$ 918,07	\$ 45,50	\$ 872,57	\$ 4.475,48
56	\$ 918,07	\$ 38,08	\$ 879,99	\$ 3.595,49
57	\$ 918,07	\$ 30,59	\$ 887,48	\$ 2.708,01
58	\$ 918,07	\$ 23,04	\$ 895,03	\$ 1.812,97
59	\$ 918,07	\$ 15,43	\$ 902,65	\$ 910,33
60	\$ 918,07	\$ 7,75	\$ 910,33	\$ 0,00
	\$			
TOTALES	55.084,34	\$ 12.084,34	\$ 43.000,00	

Fuente: Banco del Pacífico.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

5.5. Gastos de depreciación

Tabla 117 Gasto depreciación

RESUMEN GASTO DEPRECIACION								
Nº	DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
ÁREA ADMINISTRATIVA								
1	Muebles de oficina	\$ 102,30	\$ 102,30	\$ 102,30	\$ 102,30	\$ 102,30	\$ 511,50	\$ 511,50
2	Equipos de oficina	\$ 5,40	\$ 5,40	\$ 5,40	\$ 5,40	\$ 5,40	\$ 27,00	\$ 27,00
3	Equipos de computación y software	\$ 631,33	\$ 631,33	\$ 631,33			\$ 1.894,00	\$ 0,00
4	Reinversión Equipos de computación				\$ 631,33	\$ 631,33	\$ 1.262,67	\$ 631,33
	subtotal	\$ 739,03	\$ 739,03	\$ 739,03	\$ 739,03	\$ 739,03	\$ 3.695,17	\$ 1.169,83
ÁREA DE VENTAS								
1	Muebles de oficina	\$ 94,80	\$ 94,80	\$ 94,80	\$ 94,80	\$ 94,80	\$ 474,00	\$ 474,00
2	Equipos de computación y software	\$ 199,67	\$ 199,67	\$ 199,67			\$ 599,00	\$ 0,00
3	Reinversión Equipos de computación				\$ 199,67	\$ 199,67	\$ 399,33	\$ 199,67
	Subtotal	\$ 294,47	\$ 294,47	\$ 294,47	\$ 294,47	\$ 294,47	\$ 1.472,33	\$ 673,67
	TOTAL USD.....	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50	\$ 5.167,50	\$ 1.843,50

Fuente: Ley de Régimen Tributario.

Elaborado por: La autora

Año: 2015

Para el cálculo de la depreciación de propiedad planta y equipo se usó los datos obtenidos de la Ley de Régimen Tributario Interno. Donde se pudo obtener datos de la depreciación de cada bien y su vida útil (Anexo 3).

5.5.1. Gastos de constitución

Tabla 118 Gastos de constitución

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Permisos Municipales	\$ 16,00	\$ 16,00
1	Trámite en el SRI (copias)	\$ 5,00	\$ 5,00
1	Registro notaria publica	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Pago bomberos	\$ 4,00	\$ 4,00
1	Registro mercantil	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 170,00

Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.6. Estado de resultados proyectado

Tabla 119 Estado de resultados proyectado

ESTADO DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019
VENTAS PROYECTADAS	\$ 141.379	\$ 164.180	\$ 190.517	\$ 220.928	\$ 256.032
VENTAS NETAS	\$ 141.379	\$ 164.180	\$ 190.517	\$ 220.928	\$ 256.032
(-) Costos de Ventas	\$ 86.453	\$ 89.894	\$ 92.039	\$ 95.645	\$ 99.450
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	\$ 54.926	\$ 74.286	\$ 98.478	\$ 125.283	\$ 156.582
GASTOS ADMINISTRACION	\$ 24.741	\$ 27.441	\$ 29.265	\$ 31.224	\$ 33.801
Servicios Básicos					
Administrativos	\$ 540	\$ 561	\$ 584	\$ 607	\$ 631
Materiales de aseo	\$ 45	\$ 46	\$ 48	\$ 50	\$ 52
Materiales de oficina	\$ 99	\$ 103	\$ 107	\$ 111	\$ 150
Gasto Arriendo	\$ 4.800	\$ 4.991	\$ 5.190	\$ 5.396	\$ 5.611
Seguros	\$ 2.855	\$ 2.969	\$ 3.087	\$ 3.210	\$ 3.337
Gastos Constitución	\$ 170	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Sueldos Administrativos	\$ 15.494	\$ 18.032	\$ 19.511	\$ 21.111	\$ 23.279
Depreciación	\$ 739	\$ 739	\$ 739	\$ 739	\$ 739
GASTOS VENTAS	\$ 19.497	\$ 22.724	\$ 24.457	\$ 26.329	\$ 28.960
Gastos Personal	\$ 16.802	\$ 19.934	\$ 21.568	\$ 23.337	\$ 25.860
Gastos Publicidad	\$ 2.400	\$ 2.496	\$ 2.595	\$ 2.698	\$ 2.806
Gastos depreciación	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294	\$ 294
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	\$ 10.688	\$ 24.121	\$ 44.756	\$ 67.730	\$ 93.822
GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.071	\$ 3.328	\$ 2.505	\$ 1.594	\$ 586
Intereses Pagados	\$ 4.071	\$ 3.328	\$ 2.505	\$ 1.594	\$ 586
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	\$ 6.616	\$ 20.793	\$ 42.251	\$ 66.136	\$ 93.236
Participación trabajadores 15 %	\$ 992	\$ 3.119	\$ 6.338	\$ 9.920	\$ 13.985
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	\$ 5.624	\$ 17.674	\$ 35.913	\$ 56.215	\$ 79.251
Impuesto a la Renta	\$ 0	\$ 549	\$ 3.194	\$ 6.984	\$ 12.455
UTILIDAD O PERDIDA NETA	\$ 5.624	\$ 17.125	\$ 32.719	\$ 49.231	\$ 66.796

Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.7. Flujo de efectivo financiero

Tabla 120 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	AÑO 0	2015	2016	2017	2018	2019
Capital propio	-\$ 28.782,63					
Capital Financiado	-\$ 43.000,00					
INVERSION TOTAL	-\$ 71.782,63					
Utilidad del Ejercicio		\$ 5.623,87	\$ 17.125,49	\$ 32.718,59	\$ 49.231,40	\$ 66.796,00
(+) Depreciaciones		\$ 1.033,50	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50
Valor de recate						\$ 0,00
TOTAL DE INGRESOS		\$ 6.657,37	\$ 18.158,99	\$ 33.752,09	\$ 50.264,90	\$ 67.829,50
Egresos						
Pago de deuda		\$ 4.071,24	\$ 3.327,95	\$ 2.505,11	\$ 1.594,21	\$ 585,84
Reinversión					\$ 2.493,00	
(-) Total de egresos		\$ 4.071,24	\$ 3.327,95	\$ 2.505,11	\$ 4.087,21	\$ 585,84
(+) Recuperación efectivo						\$ 24.037,93
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						\$ 1.843,50
FLUJO NETO	-\$ 71.782,63	\$ 2.586,13	\$ 14.831,05	\$ 31.246,98	\$ 46.177,68	\$ 93.125,09

Elaborado por: La autora
Año: 2015

5.7.1. Evaluación Financiera

1. Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

Tabla 121 Costo oportunidad

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE	V. PROMEDIO
INV. PROPIA	\$ 28.782,63		12,00	481,16
		40,10		
INV. FINANCIERA	\$ 43.000,00		10,21	611,61
		59,90		
TOTAL	\$ 71.782,63	100,00%		1.092,77
				10,93
				0,1093
TRM = (1+IF)(1+CK)-1				
TRM=	(1+0,0398)(1+0.1093)-		0,1535	15,35
	1			BASE
				INFLA
				CIÓN

Fuente: Banco del Pacífico.
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Al determinar el aporte propio y financiado para la ejecución del proyecto se obtuvo la tasa pasiva; específicamente la tasa que paga el Banco del Pacífico y la tasa activa propuesta por el mismo banco en el caso del préstamo bancario, para luego calcular el costo de oportunidad del mismo y dicho costo ayudo a calcular la tasa de rendimiento medio.

La tasa de rendimiento medio se procedió a calcular de la siguiente manera:

$$TRM = (1 + Ck) (1 + Inf) - 1$$

Entonces:

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD

IF = TASA DE INFLACIÓN

2. Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 122 Calculo del VAN positivo

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS	Factor actualización $1/(1+r)^{(n)}$	FCA
1	\$ 2.586,13	0,87	\$ 2.242,08
2	\$ 14.831,05	0,75	\$ 11.147,42
3	\$ 31.246,98	0,65	\$ 20.361,58
4	\$ 46.177,68	0,56	\$ 26.087,76
5	\$ 93.125,09	0,49	\$ 45.611,31
	\$ 187.966,93		\$ 105.450,15
	(-) Inversión inicial		-\$ 71.782,63
	= VAN		\$ 33.667,53

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Inversión: - 71.782,63

VAN: FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN

El Valor Actual Neto es positivo es decir >0 , por lo que se determina que el proyecto es rentable en teoría.

3. Determinación de la Tasa Interna de Retorno

Para el cálculo de la TIR es necesario un VAN positivo y un VAN negativo, en el cuadro anterior se obtuvo el VAN positivo con una tasa del 26%, por lo que se procede al cálculo del VAN negativo.

Tabla 123 Cálculo del VAN negativo

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 26	VAN NEGATIVO 31 %
0	71.782,63	71.782,63	71.782,63
1	2.586,13	2.052,48	2.020,41
2	14.831,05	9.341,80	9.052,15
3	31.246,98	15.620,55	14.899,72
4	46.177,68	18.321,03	17.202,53
5	93.125,09	29.323,38	27.102,97
	116.184,30	2.876,62	-1.504,84

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Tabla 124 Cálculo de la TIR

AÑOS	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	-71.782,63
1	2.586,13
2	14.831,05
3	31.246,98
4	46.177,68
5	93.125,09

Elaborado por: La autora
Año: 2015

$$TIR = 27,31\%$$

$$TIR = TI + DEDT \left(\frac{VAN(TI)}{VAN(TI) - VAN(T.S.)} \right)$$

Para determinar la TIR se requiere un VAN positivo y un VAN negativo, para lo cual se obtuvo un VAN positivo con una tasa 26%, entonces se buscó un VAN negativo con una tasa superior de 31% de esta manera se obtuvo la TIR.

La tasa interna de retorno es de 27,31% lo que demuestra que el proyecto será rentable ya que supera al costo de oportunidad que fue de 15,35%, lo que demuestra que el proyecto tendrá rentabilidad pero no desde el primer año.

4. Costo beneficio

Para el cálculo del costo beneficio tenemos que:

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$$

Costo beneficio=

$$\text{CB} = 1,18 \quad \frac{620.333,19}{523.584,90}$$

El cálculo del costo beneficio es mayor a 1, por lo cual, se generará 1,18 por cada dólar invertido, es decir gana 0,18.

5. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 125 Periodo de recuperación de la inversión

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RUCUPERAC.
1	\$ 2.586,13	\$ 2.192,56	\$ 2.192,56	\$ 2.192,56
2	\$ 14.831,05	\$ 10.660,46	\$ 10.660,46	\$ 12.853,02
3	\$ 31.246,98	\$ 19.042,07	\$ 19.042,07	\$ 31.895,09
4	\$ 46.177,68	\$ 23.858,35	\$ 23.858,35	\$ 55.753,44
5	\$ 93.125,09	\$ 40.792,18	\$ 16.029,19	\$ 71.782,63
	\$ 187.966,93	\$ 96.545,63	\$ 71.782,63	

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Recuperación 4 años 2 meses.

La inversión del proyecto tendrá un tiempo de recuperación de 4 años, 2 meses lo que indica que es un tiempo prudencial ya que es un bien de comercialización no continua.

6. Punto de equilibrio

En este caso evaluaremos los ingresos y egresos de la empresa para conocer el punto en el que se gana ni se pierde y la utilidad es igual a cero.

Tabla 126 Punto de equilibrio

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS					
VENTAS	\$ 141.379,06	\$ 164.180,21	\$ 190.517,42	\$ 220.928,45	\$ 256.032,04
COSTOS FIJOS					
Sueldos Personal administrativo	\$ 15.494,17	\$ 18.032,18	\$ 19.510,82	\$ 21.110,70	\$ 23.279,46
Gastos personal ventas	\$ 16.802,24	\$ 19.933,59	\$ 21.568,14	\$ 23.336,73	\$ 25.859,80
Gastos de ventas	\$ 2.400,00	\$ 2.495,52	\$ 2.594,84	\$ 2.698,12	\$ 2.805,50
Gastos Administrativos	\$ 9.308,20	\$ 9.501,90	\$ 9.880,08	\$ 10.273,30	\$ 10.717,25
Gastos financieros	\$ 4.071,24	\$ 3.327,95	\$ 2.505,11	\$ 1.594,21	\$ 585,84
Depreciación	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50	\$ 1.033,50
TOTAL COSTO FIJO	\$ 49.109,35	\$ 54.324,64	\$ 57.092,49	\$ 60.046,57	\$ 64.281,34
COSTOS VARIABLES					
Compras	\$ 86.453,40	\$ 89.894,25	\$ 92.039,24	\$ 95.645,37	\$ 99.449,79
TOTAL COSTO VARIABLE	\$ 86.453,40	\$ 89.894,25	\$ 92.039,24	\$ 95.645,37	\$ 99.449,79
PE DOLARES	\$ 126.407,83	\$ 120.063,46	\$ 110.452,01	\$ 105.888,17	\$ 105.108,23

Elaborado por: La autora

Año: 2015

El punto de equilibrio que debe tener la empresa es \$126.407,83, para no tener ni pérdida ni ganancia se debe tener esta cantidad en dólares.

Punto de equilibrio para el año 2015

$$PE (\$) = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})}$$

$$\frac{49.109,35}{0,39} = \mathbf{126.407,83 \text{ USD}}$$

5.8. Evaluación financiera

Tabla 127 Resumen evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	15,35%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	27,31%	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	\$ 33.667,53	
4	RC	RECUPERACION INVERSIÓN	RECUPERACION 4 AÑOS 4 MESES	PROYECTO SOCIAL
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,18	POR CADA DÓLAR GANA 0,18
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 126.407,83	IGUALA LOS INGRESOS Y EGRESOS

Elaborado por: La autora
Año: 2015

Después de calcular los indicadores se pudo obtener la rentabilidad de la empresa **GYM EQUIPAMENT A.A.** Por lo que se determina que el proyecto es viable.

5.9. Conclusiones del estudio financiero

Al finalizar el estudio financiero y una vez obtenidos los indicadores financieros, se puede determinar que el proyecto es viable la inversión es de \$ 71.782,63 y que se obtuvo el VAN de \$ 33.667,53 que es un valor aceptable y mayor que 0, la TIR de 27,31% que es mayor que la

tasa media de rendimiento, lo que demuestra que el proyecto tendrá rentabilidad, además los ingresos cubren a los egresos incurridos durante el primer año.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. La empresa

Al finalizar el estudio realizado, se determina la importancia de crear una empresa de este tipo en la ciudad de Ibarra la cual pretende comercializar repuestos y maquinaria para gimnasios todo en un mismo lugar. Con el fin de cubrir la demanda actual la cual supera a la oferta, con un servicio eficiente y a precios de competencia.

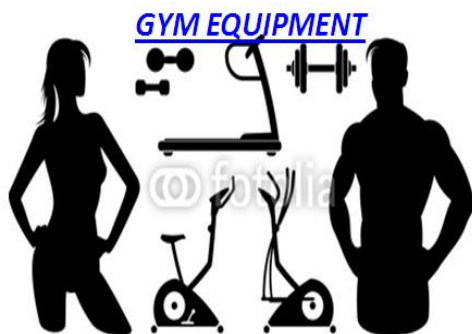
6.1.1. Razón social

La actividad comercial se llevará a cabo bajo el nombre: *GYM EQUIPMENT A.A.*

El nombre fue escogido ya que le da a entender de manera rápida el propósito de la empresa, además de la añadidura de las iniciales del gerente propietario ya que es una empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

A continuación se presenta el logo de la empresa:

Gráfico # 26 Logo de la empresa



Elaborado por: La autora Año: 2015

6.1.2. Conformación

Tabla 128 Conformación

Ley que regula	Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada.
Proceso de Constitución	Escritura pública
Nombre	GYM EQUIPMENT A.A.
Capital	El aporte de capital será de un salario mínimo vital multiplicado por diez.
Responsabilidad	El gerente/propietario es el único responsable de la empresa.
Plazo de duración	Se establece al momento de su constitución.
Administración	El gerente- propietario es el único representante. Las responsabilidades de esta recaen sobre él.

Elaborado por: La autora
Año: 2015

6.1.3. Misión

GYM EQUIPMENT es una empresa comprometida a brindar un servicio de calidad y eficiencia, comercializando repuestos y maquinaria deportiva de excelente calidad y durabilidad logrando cumplir con las exigencias del consumidor a la vez que atiende sus necesidades.

6.1.4. Visión

En el 2020 será una empresa líder en la comercialización de implementos deportivos en la zona norte del país, que brinde confianza a nuestros clientes, mediante un servicio especializado, logrando ofrecer equipamiento deportivo y mantenimiento de los mismos obtenido reconocimiento en el mercado y a la vez ganar el respaldo de instituciones públicas dedicadas al deporte.

6.1.5. Políticas

- La asesoría al momento de la venta, para brindar el mejor servicio al cliente.

- Contar con socios estratégicos dedicados a la comercialización de implementos para gimnasio, la cual brindara respaldo y garantía a la empresa.
- El servicio de traslado de las maquinarias y repuestos será gratuito para el caso de equipamiento de gimnasios completos.
- Servir con eficiencia y amabilidad al cliente en todo momento.

6.1.6. Valores

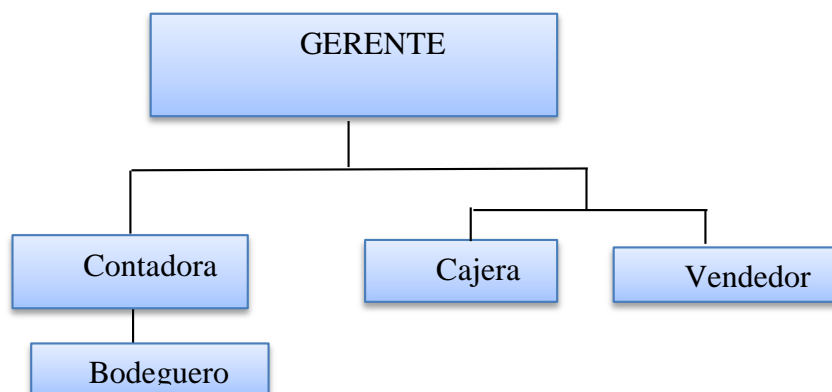
- **Puntualidad:** El personal de la empresa debe asistir con puntualidad a su lugar de trabajo.
- **Respeto:** Se brindará respeto entre todos quienes sean parte de la empresa
- **Responsabilidad:** Cumplir con las funciones definidas de manera organizada y adecuada para lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- **Honestidad:** El mejor servicio al cliente en asesoramiento y venta de los artículos.

6.2. Estructura organizacional

En el presente organigrama se describe los diferentes niveles funcionales, así como la autoridad que ejerce el nivel principal sobre sus subordinados.

6.3. Funciones del personal

Gráfico # 27 Organigrama estructural



Elaborado por: La autora Año: 2015

Nombre del Puesto: Gerente General.

Área de Trabajo - Departamento: Administración

Localización: Ibarra, el Olivo

Descripción del Puesto:

Deberá dirigir, organizar, controlar y planificar el curso operacional de la empresa para su correcto desarrollo.

Es el encargado de manejar y conocer las actividades administrativas, ocupa el primer nivel jerárquico en el organigrama funcional.

Tareas a Desarrollar

- ❖ Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente.
- ❖ Autorizar pagos.
- ❖ Formular planes y programas que debe cumplir la empresa.
- ❖ Dirigir a los subalternos.
- ❖ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- ❖ Planear y desarrollar metas y estrategias a corto y largo plazo.
- ❖ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se estén llevando correctamente.
- ❖ Tomar decisiones.
- ❖ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes internos y externos.
- ❖ Autorizar órdenes de compra
- ❖ Selección de personal.

<p>Nombre del Puesto: Contador Área de trabajo - Departamento: Financiero Localización: Ibarra, el Olivo Descripción del Puesto:</p>
<p>El puesto de Contador es un puesto de alta confianza ya que sus funciones son básicamente de apoyo a la dirección de la empresa, ya que está encargado del registro y control de todas las operaciones contables acorde con las necesidades operativas de la empresa.</p>
<p>Tareas a Desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Manejo del sistema Contable. ❖ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera. Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios. ❖ Emitir el respectivo comprobante de retención. ❖ Registrar contablemente; las facturas por pagar o cuentas de cobro, ingresos por ventas, depósitos y retiro de valores recibidos o desembolsados que efectúe la empresa. ❖ Realizar conciliaciones Bancarias. ❖ Contabilizar y costear inventarios. ❖ Contabilizar y efectuar la planilla de pago, nómina o roles a los empleados y la planilla de aportaciones al IESS. ❖ Preparar y presentar las declaraciones tributarias respectivas al SRI con su debido pago. ❖ Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes. ❖ Elaborar y presentar informes sobre la situación financiera y su análisis de Estados Financieros para la toma de decisiones. ❖ Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno. ❖ Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas. ❖ Presentar los informes contables y financieros que requiera el Gerente, los entes de control.
<p>PERFIL DEL PUESTO:</p> <p>Nivel de Instrucción: Estudiante de último año/Ingeniero Contador Público Autorizado CPA.</p> <p>Experiencia: Un año en el cargo de Contador.</p>

<p>Nombre del Puesto: Cajera/o.</p> <p>Área de Trabajo - Departamento: Comercialización</p> <p>Localización: Ibarra, el Olivo</p>
<p>Descripción del Puesto:</p>
<p>Será el encargado de receptor los cobros por ventas directas de nuestros productos, garantizar las operaciones de caja efectuando actividades de recepción, entrega, custodia de dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, así como efectuar actividades relacionadas a ésta actividad.</p>
<p>Tareas a Desarrollar</p>
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Brindar un excelente servicio al cliente. ❖ Emitir la factura respectiva de las ventas y servicios que se efectúan. ❖ Recibir cheques, dinero en efectivo depósitos bancarios, planillas de control. ❖ Receptar las órdenes de pedido efectuado para su cobro. ❖ Registrar los movimientos de entrada y salida del dinero. ❖ Realizar cierres de caja diarios. ❖ Suministrar a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja. ❖ Informe periódicos de la actividad realizada.
<p>❖ PERFIL DEL PUESTO:</p> <p>Nivel de Instrucción: Estudiante en Carreras administrativas</p> <p>Experiencia: Mínima 1 año en el cargo</p>

Nombre del Puesto: Vendedor

Área de trabajo - Departamento: Comercialización

Localización: Ibarra, el Olivo

Descripción del Puesto:

Será el encargado de receptor los cobros por ventas directas de nuestros productos así como las actividades inherentes a ésta actividad realizada con la pericia requerida en estas funciones.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Atender al público.
- ❖ Inserción de datos de clientes a la empresa.
- ❖ Tomar pedidos de los clientes.
- ❖ Atención de llamadas telefónicas de clientes.
- ❖ Envío de cotización a los clientes que lo soliciten.
- ❖ Programación de ventas
- ❖ Entregar pedidos.
- ❖ Verificar el cargue y descargue de mercancías vendidas juntamente con el bodeguero.
- ❖ Debe hacer aprobar las facturas emitidas.
- ❖ Entregar las facturas a contabilidad.
- ❖ Revisar constantemente el libro de costo para actualizarse en los precios.
- ❖ Surtir las estanterías y mostradores.

Realizar inventario físico de la mercancía existente.

❖ **PERFIL DEL PUESTO:**

Nivel de Instrucción: Estudiante superior en Carreras administrativas

- ❖ **Experiencia:** Mínima 1 año en el cargo

Nombre del Puesto: Bodeguero

Área de trabajo - Departamento: Administrativo

Localización: Ibarra, el Olivo

Descripción del Puesto:

Será el responsable de manejar y controlar adecuadamente la mercadería que ingresa, llevando los registros de inventario remitiendo las existencias al departamento de contabilidad.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Realizar el almacenamiento de la mercadería
- ❖ Mantener un control efectivo de inventario
- ❖ Clasificación del producto recibido
- ❖ Llevar un registro de entradas y salidas de mercadería
- ❖ Realizar un informe mensual del inventario existente

PERFIL DEL PUESTO:

Nivel de Instrucción : Bachiller, Tecnólogo en Administración

Experiencia: Mínimo 1 año en el cargo.

Normas de control interno

El control interno es utilizado en el contexto organizacional para evaluar el desempeño general frente a un plan estratégico.

Para que el control sea óptimo dentro de la empresa debe satisfacer las siguientes condiciones: corrección y prevención de fallas o errores.

Para elaborar medidas de control interno dentro de la empresa **GYM EQUIPMENT A.A.** se tomó como referencia el COSO II, ya que este tiene como objetivo proporcionar garantía razonable para el logro de los objetivos efectuado por el consejo de la administración, dirección y el resto de personal de la empresa.

- **Ambiente de control**

- a) Segregación de funciones para reducir el riesgo de fraudes.
- b) Capacitar y actualizar al personal en sus distintas funciones.
- c) Difundir efectivamente el código de ética dentro de la empresa en forma verbal o escrita.
- d) Establecer y comunicar objetivos a nivel de la entidad.

- **Establecimiento de objetivos**

- a) Establecer indicadores de rendimiento para medir el cumplimiento de objetivos.
- b) Todas las actividades realizadas dentro de la empresa serán autorizadas por la gerencia.
- c) Disponer de herramientas para identificar los riesgos internos y externos de la entidad, como cuestionarios, listas de control, entre otras.

d) Definir estrategias para investigar eventos que indiquen riesgos que combinen técnicas (observación) y herramientas de apoyo (control de asistencia).

- **Evaluación del riesgo**

a) La gerencia debe realizar controles para identificar los riesgos.

b) Establecer programas de información y comunicación dentro de la empresa.

c) Recopilar documentación para evaluar los riesgos.

- **Respuesta al riesgo**

a) Comunicar adecuadamente a todos los miembros de la empresa las decisiones que se hayan tomado.

b) La gerencia evaluará los impactos que generen los posibles riesgos.

c) Crear un plan de mitigación de riesgos, difundirlo al personal.

- **Actividades de control**

a) Implementar mecanismos adecuados como claves electrónicas para evitar el acceso no autorizado o destrucción de documentación, registros y activos.

b) Controlar el acceso a los archivos de datos y programas manejados dentro de la empresa.

c) Evaluar que el personal este cumpliendo con los objetivos planteados.

- **Información y comunicación**

a) Destinar recursos para la innovación de los sistemas de información.

b) Establecer políticas institucionales que permitan conocer el grado de responsabilidad que tiene cada miembro en el proceso de la información.

c) Establecer un ambiente de comunicación permanente en el ambiente laboral.

- **Monitoreo**

a) Participación y coordinación conjunta del personal.

b) Encuestar al personal para medir el grado de aplicación del código de ética profesional.

c) Mantener un archivo completo de todas las obligaciones tributarias y contables de la empresa.

d) Mantener un control permanente del manejo de recursos.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Descripción

Al iniciar la actividad económica se generaran impactos los cuales pueden ser positivos o negativos en el medio en que se desenvuelva la empresa, para determinar los impactos generados por el proyecto se realiza los siguientes cálculos:

A continuación se explica la siguiente matriz:

Tabla 129 Matriz de impactos

PUNTUACIÓN	SIGNIFICADO
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No Existe Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

Elaborado por: la autora
Año: 2015

7.2. Impacto social

Tabla 130 Análisis impacto social

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Calidad de vida						x		2
Nivel de vida						x		2
Desarrollo económico							x	3
Bienestar comunitario						x		2
Total	0	0	0	0	0	6	3	9

Elaborado por: la autora
Año: 2015

$$\text{Total de Impacto Social} = 9 / 4 = 2,25$$

Nivel de Impacto Social = Medio Positivo

Análisis:

El proyecto de implementación deportiva en la ciudad de Ibarra tiene un nivel de impacto social medio positivo, ya que satisface y está acorde con las necesidades de los propietarios de gimnasios de la ciudad y demuestra una aceptación alta del proyecto.

Del mismo modo, brinda bienestar a la comunidad, es decir aporta a los pequeños negocios del sector, en donde los habitantes se involucran y desarrollan económicamente. Beneficios que generarán mejor calidad de vida y el nivel económico del sector.

7.3. Impacto ambiental

Tabla 131 Análisis impacto ambiental

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Conservación del medio ambiente							x	3
Disminución de desechos							x	3
Total	0	0	0	0	0	0	6	6

Elaborado por: la autora
Año: 2015

Total de Impacto Ambiental = $6 / 2 = 3$

Nivel de Impacto Ambiental = Alto Positivo

Análisis:

El nivel de impacto ambiental que generará el proyecto será alto positivo, por cuanto mantendrá estándares para el cuidado del medio ambiente en sus diferentes departamentos, se elaborará un plan de reciclaje y reutilización.

Con la implementación de políticas ambientales internas en la empresa se establecerá la clasificación de los desechos entregando todos los materiales reciclables en manos de personas dedicadas a esta labor contribuyendo en su economía.

7.4. Impacto empresarial

Tabla 132 Análisis impacto empresarial

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Cumplimiento de leyes						x		2
Satisfacción de necesidades							x	3
Competencia							x	3
Imagen Corporativa							x	3
Total	0	0	0	0	0	2	9	11

Elaborado por: la autora
Año: 2015

Total de Impacto Empresarial = $11 / 4 = 2,75$

Nivel de Impacto Empresarial = Medio Positivo

Análisis:

Habrà un impacto empresarial ya que habrá una nueva fuente de ingreso económico en la ciudad, que ayuden al desarrollo económico sustentable y que promueva la generación de empleo, además, a mejorar la posición competitiva de negocios dedicados al deporte en el país.

7.5. Impacto económico

Tabla 133 Análisis impacto económico

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nivel de Ingresos						x		2
Estabilidad Laboral							x	3
Generación de Empleo							x	3
Incremento de actividades económicas						x		2
Total	0	0	0	0	0	4	6	10

Elaborado por: la autora

Año: 2015

Total de Impacto Económico = $10/4 = 2,5$

Nivel de Impacto Económico = Medio Positivo

Análisis:

Con la implementación del proyecto se está encaminando a fortalecer el desarrollo socioeconómico de la zona, se necesitará talento humano que colabore en la empresa por lo tanto mitiga el desempleo, obteniendo mayores ingresos en los involucrados directos e indirectos.

CONCLUSIONES

- Se pudo evidenciar que la ciudad de Ibarra no cuenta con un lugar en el que se comercialicen repuestos y maquinaria deportiva en un mismo lugar, además que este legalmente constituido como una empresa comercializadora de dichos implementos deportivos.
- En el desarrollo el marco teórico, se obtuvo mayor conocimiento de ciertos conceptos, que son importantes en la vida profesional.
- El proyecto propuesto es aceptado por los dueños/propietarios de los diferentes gimnasios de la ciudad de Ibarra, los mismos que ven con agrado la creación de la nueva empresa, ya que en muchos de los casos no se sienten satisfechos con sus actuales proveedores.
- Se pudo conocer detalladamente los requerimientos económicos, materiales y recurso humano, para llevar a cabo la actividad comercial y también, la forma de inversión necesaria para implementar el proyecto.
- El resultado de los evaluadores financieros indican que el proyecto es factible debido a que se obtuvo el VAN positivo, la TIR es superior a la tasa de descuento, el proyecto tendrá rentabilidad, y los ingresos obtenidos cubren los gastos incurridos al año; además, el periodo de recuperación es aceptable.
- Se detalló los requisitos legales para iniciar las actividades en la empresa y como debe estar organizada administrativamente para su buen funcionamiento.
- La creación de la empresa generara impactos positivos en especial el impacto social ya que varias personas son beneficiadas con la implementación del proyecto.

RECOMENDACIONES

- Realizar alianzas estratégicas entre el Ministerio del Deporte, autoridades cantonales y la empresa *GYM EQUIPMENT* en la ciudad de Ibarra.
- Aprovechando la oportunidad de proveerles de máquinas y repuestos.
- Aprovechar la ubicación de la empresa para brindar el mejor servicio a los clientes además de las facilidades para contratar talento humano capacitado.
- Implementar métodos de publicidad permanente para dar a conocer a la empresa y los productos ofertados.
- Realizar el mantenimiento pertinente en los equipos y la adquisición de un vehículo cuando el presupuesto de la empresa lo permita.
- Aplicar la estructura administrativa para el buen funcionamiento de la empresa.
- Se recomienda cumplir con las políticas de protección del medio ambiente además generación de fuentes de empleo con la expansión de la empresa en el futuro.
- Se recomienda que se ejecute la propuesta planteada ya que tiene resultados beneficiosos, por lo tanto es viable la creación de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- BERNAL C. & Sierra, D. (2013). *Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI*. Colombia: Pearson edition.
- BRAVO Mercedes, V. (2013). *Contabilidad General*. Quito: Escobar impresores.
- CHANABA Vega, J. (2010). *Contabilidad General*. Quito: Edinum.
- CLAUDE Ferrand, A. (2012). *Marketing en el fitness: Gestión de servicios deportivos fidelizar y captar nuevos clientes*. Barcelona: Paidotribo.
- Congreso Nacional. (2014). *Ley de Compañías. Legislación conexas. Concordancia*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Correa F. (2009). *Administración*. Argentina: El Cid Editor.
- FIERRO Ángel, M. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: Ecoediciones.
- MEZA Orozco, J. D. (2010). *Evaluación Financiera de proyectos*. Bogotá: Eco ediciones.
- MUNCH Lourdes. (2012). *Administración Gestión Organizacional, Enfoques y Proceso*. Pearson Education.
- MURCIA M, J. (2011). *Proyectos de formulación y criterios de Evaluación*. Alfayomega.
- PRIETO Herrera, J. E. (2013). *Investigación de Mercados*. Bogotá: Ecoediciones.
- Rodríguez. (1995). *blogsport*. Obtenido de www.blogsport.com
- S/N. (abril de 2014). *Blogspot*. Obtenido de www.blogspot.com
- SÁNCHEZ Zapata, P. (2011). *Contabilidad General con Base en las NIIF*. Madrid: MC GrawHill.
- Sancho Ruiz & Waaler, J. (2014). *blogsport*. Obtenido de www.blogsport.com
- SAPAG Chain, N. (2007). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Pearson education.
- Servicio de Rentas Internas. (2012). *Cultura Tributaria*. Obtenido de www.sri.gob.ec
- VARELA Villegas, R. (2010). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Mc Graw Hill.
- VARGAS Belmonte, A. (2013). *Marketing y Plan de negocios de la Microempresa*. Malaga: IC Editorial.

LINKOGRAFÍA

<http://www.inec.gob.ec>

<http://www.ecuadorencifras.com>

<http://www.ministeriodeldeporte.gob.ec>

<http://www.ibarra.gob.ec>

<http://www.sri.gob.ec>

<http://www.touribarra.gob.ec>

<http://www.bancodelpacífico.com>

<http://contenido.bce.fin.ec>

<http://dspace.ups.edu.ec>

<http://www.blogsport.com>

<http://www.equipozonagym.com>

<http://www.bolsadequito.info>

<http://www.olx.com.ec>

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE GIMNASIOS Y GERENTES DE
CENTROS DEPORTIVOS PARA EL ALTO RENDIMIENTO DE LA CIUDAD DE
IBARRA-PROVINCIA DE IMBABURA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE GIMNASIOS Y GERENTES DE
CENTROS DEPORTIVOS PARA EL ALTO RENDIMIENTO DE LA CIUDAD DE
IBARRA-PROVINCIA DE IMBABURA**

N° DE ENCUESTA:.....FECHA:.....

LUGAR:.....

INFORMACION GENERAL

OBJETIVO:

Determinar el consumo existente de repuestos y la adquisición de maquinaria deportiva en la ciudad de Ibarra.

Señale con una X la respuesta que usted considera correcta:

1. ¿Dónde acude usted regularmente a comprar los repuestos y maquinaria para su negocio?

Dentro de la ciudad ()

Fuera de la ciudad ()

Fuera de la provincia ()

Otros.....

2. ¿En los lugares que usted frecuenta para realizar la compra de repuestos y maquinaria para su negocio, obtiene un servicio de calidad?

Siempre ()

Casi Siempre ()

Nunca ()

3. ¿Actualmente usted encuentra repuestos y maquinaria deportiva en un solo lugar?

SI ()

NO ()

4. Los precios que actualmente paga por los repuestos y maquinaria son:

Económicos ()

Accesibles ()

Costosos ()

5. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir repuestos y maquinaria en un solo lugar con utilización y diseños de maquinaria de última tecnología?

Siempre ()

Casi Siempre ()

Nunca ()

6. Considera que los locales deportivos y fundidoras de la ciudad cuentan con la maquinaria adecuada para efectuar los servicios de fitness y entrenamiento para el alto rendimiento, que su negocio ofrece?

Todos ()

Pocos ()

Ninguno ()

7. ¿Considera usted que la ciudad de Ibarra requiere de un local comercial que cuente con maquinaria y repuestos para el alto rendimiento y del hogar de última tecnología?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

8. ¿Qué tipo de productos son de su preferencia?

De marca ()

Genéricos ()

Otros

9. ¿Los repuestos y maquinaria deportiva que usted adquiere los prefiere por:

Precio () Calidad ()

Durabilidad () Garantía ()

Otros.....

10. ¿Con qué frecuencia realiza usted la compra de repuestos para a sus máquinas?

Trimestral ()

Semestral ()

Anual ()

11. ¿Cuáles son las maquinas que sufren mayor deterioro o desgaste?

.....

12. ¿Le gustaría adquirir máquinas de la marca Hamer que la nueva empresa pretende implementar en Ibarra?

SI ()

NO ()

Si su respuesta es sí, escoja cuál de estas opciones es de su preferencia:

MÁQUINAS	CANTIDAD AL AÑO
Multifuerza	
Pierna total	
Bicicleta estática	
Cruce de poleas	
Elípticas	
Silla romana	

13. ¿De crearse un local comercial que oferte repuestos y maquinaria deportiva para gimnasios y centros deportivos para el alto rendimiento con la utilización de maquinaria de última tecnología, por cual medio de comunicación le gustaría que se realice la publicidad para darse a conocer?

Radio () Televisión ()

Prensa () Internet ()

Volantes ()

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 2

GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE LOCALES COMERCIALES DEPORTIVOS Y FUNDIDORAS METÁLICAS QUE COMERCIALIZAN REPUESTOS Y/O MAQUINARIA DEPORTIVA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

A. DATOS INFORMATIVOS

ENTREVISTADO: _____ **LUGAR DE LA ENTREVISTA:** _____
HORA Y FECHA: _____ **FECHA DE CREACIÓN DE SU NEGOCIO:** _____

B. OBJETIVO

Recabar información la cual permitirá consolidar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora repuestos e implementación deportiva en la ciudad de Ibarra.

C. CUESTIONARIO

1. ¿Con qué frecuencia y qué cantidad de los siguientes servicios realiza a sus clientes?:

Frecuencia: venta de repuestos:()

Frecuencia: venta de maquinaria deportiva()

Frecuencia: fabricación de repuestos bajo pedido()

Frecuencia: fabricación de máquinas bajo pedido()

2. ¿Qué cantidad de repuestos y máquinas deportivas para entrenamiento para el alto rendimiento vende en su establecimiento mensualmente? (Describa)

Repuestos

Cantidad


Tipo de repuesto (nombre)

3.- ¿Actualmente a cuántos gimnasios provee usted de máquinas y/o repuestos?

.....
.....
.....
.....

ANEXO 3

Tasas activa y pasiva Banco del Pacífico



Historias que contar.

ENI

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS, PASIVAS Y TARIFAS DE SERVICIOS FINANCIEROS					
TASAS DE INTERÉS					
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS					
Segmento	Tipo de crédito	Tasa Nominal		Tasa Efectiva anual	
Consumo	Corriente o Diferido	15,20%		16,30%	
Productivo Corporativo	Corriente o Diferido	8,95%		9,33%	
Productivo Empresarial	Corriente o Diferido	9,76%		10,21%	
Productivo PYMES	Corriente o Diferido	11,23%		11,83%	
Microcrédito	Corriente o Diferido	15,20%		16,30%	
CRÉDITO DIFERIDO: FACTOR DE PONDERACIÓN					
Segmento	Consumo	Productivo Corporativo	Productivo Empresarial	Productivo PYMES	Mi
Plazo en meses					
2	1,90%	1,12%	1,22%	1,40%	
3	2,54%	1,49%	1,63%	1,87%	
6	4,47%	2,62%	2,86%	3,30%	
9	6,43%	3,76%	4,11%	4,73%	
12	8,41%	4,91%	5,36%	6,18%	
24	16,58%	9,59%	10,48%	12,11%	
Tasa de interés por Mora: El resultado de aplicar un recargo máximo de 10% a la tasa vigente de la operación vencida. Según Regulación No.047-2013 emitida por BCE					

TASAS DE INTERÉS PASIVAS									
DEPÓSITOS A LA VISTA		\$10,000-\$24,999		\$25,000-\$99,999		\$100,000 en adelante			
		%Nominal	% Efectiva	%Nominal	% Efectiva	%Nominal	% Efectiva		
1 - 3 días		0,25%	0,25%	1,00%	1,01%	1,25%			
4 - 7 días		0,50%	0,50%	1,35%	1,36%	1,75%			
8 - 15 días		1,00%	1,01%	1,50%	1,51%	2,00%			
16 - 29 días		1,25%	1,26%	1,75%	1,77%	2,25%			
CERTIFICADO DE DEPÓSITO A PLAZO		\$1,000-\$4,999		\$5,000-\$19,999		\$20,000- \$99,999		\$100,000 en adelante	
		%Nominal	% Efectiva	%Nominal	% Efectiva	%Nominal	% Efectiva	%Nominal	% Efectiva
30 días		3,25%	3,30%	3,75%	3,80%	4,00%	4,07%	4,00%	
60 días		3,50%	3,55%	4,00%	4,07%	4,25%	4,22%	4,25%	
90 días		3,75%	3,80%	4,25%	4,32%	4,75%	4,84%	4,75%	
120 días		4,00%	4,05%	4,50%	4,57%	5,00%	5,08%	5,00%	
180 días		5,00%	5,06%	5,25%	4,30%	5,75%	5,83%	5,75%	
270 días		5,25%	5,28%	5,50%	5,54%	6,00%	6,04%	6,00%	
360 días		5,50%	5,50%	6,00%	6,00%	6,50%	6,50%	6,50%	

TARIFAS DE SERVICIOS FINANCIEROS	
SERVICIOS SUJETOS A TARIFA BÁSICA	
TRANSACCIÓN BÁSICA	Aplica
Apertura de Cuentas	Depósitos a Plazo
Depósitos a Cuenta	Depósitos a Plazo
Administración, mantenimiento, y manejo de cuentas	Depósitos a Plazo
Consultas de cuentas	Consulta Oficina
	Consulta visual, cajero automático
	Consulta, Internet
	Consulta Banca telefónica
	Consulta Banca Celular
	Corte de movimientos de cuenta de cualquier tipo de cuenta y por cualquier medio a excepción de entrega en oficina de la entidad
Retiros de dinero	Retiros de dinero la propia entidad
	Retiro de dinero por cajero automático clientes de la propia entidad

Depreciaciones según Ley de Régimen Tributario Interno

COSTOS O GASTOS DE DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS FIJOS

3

ACTIVOS FIJOS	% ANUAL
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5 %
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10 %
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil.	20 %
Equipos de cómputo y software	33 %

PROFORMAS

All in One

*Precio de venta sugerido. Precio de venta real.



OFERTA \$ 699
24 CUOTAS
\$33,96
P.V.P. 887,23

PC con Windows 8
11.1" (28.2cm) pantalla táctil
- RAM 4 GB
- Disco duro 500 GB



OFERTA \$ 895
24 CUOTAS
\$43,48
P.V.P. 1136,61

PC con Windows 8
15.5" (39.4cm) pantalla táctil
- RAM 4 GB
- Disco duro 500 GB



GRATIS IMPRESORA MULTIFUNCIÓN

HP 3810



BAJO DE PRECIO

OFERTA \$ 899
24 CUOTAS
\$43,68
P.V.P. 1141,73

PC con Windows 8
15.5" (39.4cm) pantalla táctil
- RAM 4 GB
- Disco duro 500 GB



OFERTA \$ 965
24 CUOTAS
\$46,88
P.V.P. 1225,55

PC con Windows 8
15.5" (39.4cm) pantalla táctil
- RAM 8 GB
- Disco duro 500 GB



OFERTA \$ 1169
24 CUOTAS
\$56,79
P.V.P. 1444,63

PC con Windows 8
15.5" (39.4cm) pantalla táctil
- RAM 4 GB
- Disco duro 500 GB




OFERTA \$ 1429
24 CUOTAS
\$62,79
P.V.P. 1744,63

PC con Windows 8
15.5" (39.4cm) pantalla táctil
- RAM 4 GB
- Disco duro 500 GB



OFERTA \$ 1309
24 CUOTAS
\$63,60
P.V.P. 1662,43

PC con Windows 8
15.5" (39.4cm) pantalla táctil
- RAM 4 GB
- Disco duro 500 GB



EQUIPOS INDUSTRIALES

MEGAMETAL

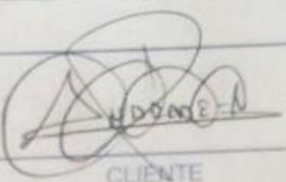
Samantha Poletth Morillo Maya

Dir.: Rafael Larrea y Sánchez y Cifuentes (Esquina)
 Telf.: Cel.: 0982 001 744 / 0939 616 770 / 0980 051 175
 IBARRA - ECUADOR


PROFORMA
Nº 0000035

Fecha: 19 - Jun - 2015 RUC: K03368402
 Cliente: Alexander Andrade Telf.: 0957859525
 Dirección: Azuay

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
2	Estanterías de 92 x 32	55,-	110,-
2	Estanterías de 72 x 32 x 1,50 alto	40,-	80,-
TOTAL \$			190,-



CLIENTE



MEGAMETAL

FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

SEGUROS
EQUINOCCIAL
TÚ DEDÍCATE A VIVIR

Compañía Auto Bien Seguro y tu familia de seguros

Total = 1.891,21

Prestados 1.739,6

10 cuotas = 148,94

098177442 HERNANDO BARRERA

INCENDIO

90.000

189.26

Robo. = 543.52
Equipo electrónico
105.39

Quito Manabí De
Violencias (sección C
Servicio Indemniza
y Calle Quinta es
Dir: Av. Del Estar
Telf: (593-5) 629 5
Dir: Av. Capitán C
12-10 entre Juan J

Dir: Centro Comercial La
Quito Est. Buzos Dir: Centro d
Dir: Las Lomas "Rotarismo" 4
Calle 301 y calle Primera - Cuern
Av. Flavio Reyes y Av. 24 Esqui
/ 242 09 00 / 242 32 20 - Itae
Enrique Aguirre Bustama
Centro Comercial Oro Plaza nu

Portátiles

*Aplicar restricciones

9 REGALOS GRATIS + MEDIANA

OFERTA \$ 595
24 CUOTAS
\$28,91
P.V.P. 755,65

HP 14-245
- E1 6010 - RAM 4GB
- DISCO 500GB
- PANTALLA 14"
- CAMARA WEB
- FREE DOS

8 Windows 9

hp 15 8 Windows 9



EQUIPOS INDUSTRIALES MEGAMETAL

Samantha Poleth Morillo Maya

Dir.: Rafael Larrea y Sánchez y Cifuentes. (Esquina)
Telf.: Cel.: 0982 001 744 / 0939 616 770 / 0980 051 175
IBARRA - ECUADOR

PROFORMA

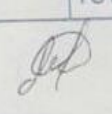
Nº 0000036

Fecha:	19-Jun-2015	RUC: 1003362402
Cliente:	Alexander Andrade	Telf: 0959857585
Dirección:	Azaya	

FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Aereo	130.	130.
		TOTAL \$	130.


CLIENTE


MEGAMETAL

LIMITADO
ALTA VELOCIDAD

LINE TECHNOLOGY
100% GARANTIZADO

NO NECESITA
LINEA TELEFÓNICA

-Internet Banda Ancha inalámbrica en su domicilio

2.0Mbps **\$15** MENSUAL

COBERTURA EN TODA LA CIUDAD

CONTÁCTANOS

Bolívar 9-57 entre Colón y Velasco
Telefax. 06 2611-002 / 2608-631

line technology@whor.es

LINEA NUEVA

mobiliario da Ltda.

PROFORMA 0000346

Nuevo Local y Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Pedro Moncayo Telf: 261 2791 / 260 9094
Almacén: Pedro Moncayo y Olmedo (Esquina) Telf: 295 3400 / Fax: 261 1107
E-mail: linea nuevamobiliario@gmail.com Ibarra - Ecuador

Cliente: Administración del Depoite Ibarra a 19 de Junio de 2015
Dirección: CARRERA RUC: _____
Email: _____ Telf: 2603115

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
1	ESCRITORIO DE TRABAJO 'C' 140x170 ELABORADO EN FERRAMINCO CON (1) CABECERA TRIPLES CON FLOTADOR (1) BARRA TRONCO (1) ASIENTOS.		270
1	ESCRITORIO INDIVIDUAL 3 CANTONOS MAYOR 1.20x0.60 CON (1) BARRA TRONCO, (1) ASIENTOS.		187
1	SILLA FOYER CON SIENTOS NEOLITICA		95
2	SILLA 'FOYER' 'CARRA' S/S. ESTRUCTURA NEOLITICA TRIPLES CANTONOS	42	84
1	ARMARIO DE MUEBLES Y OBJETOS COLGANTES		215
Los precios ya incluyen IVA			

Observaciones:

LINEA NUEVA
mobiliario da Ltda.
Ruc. 1091384547001

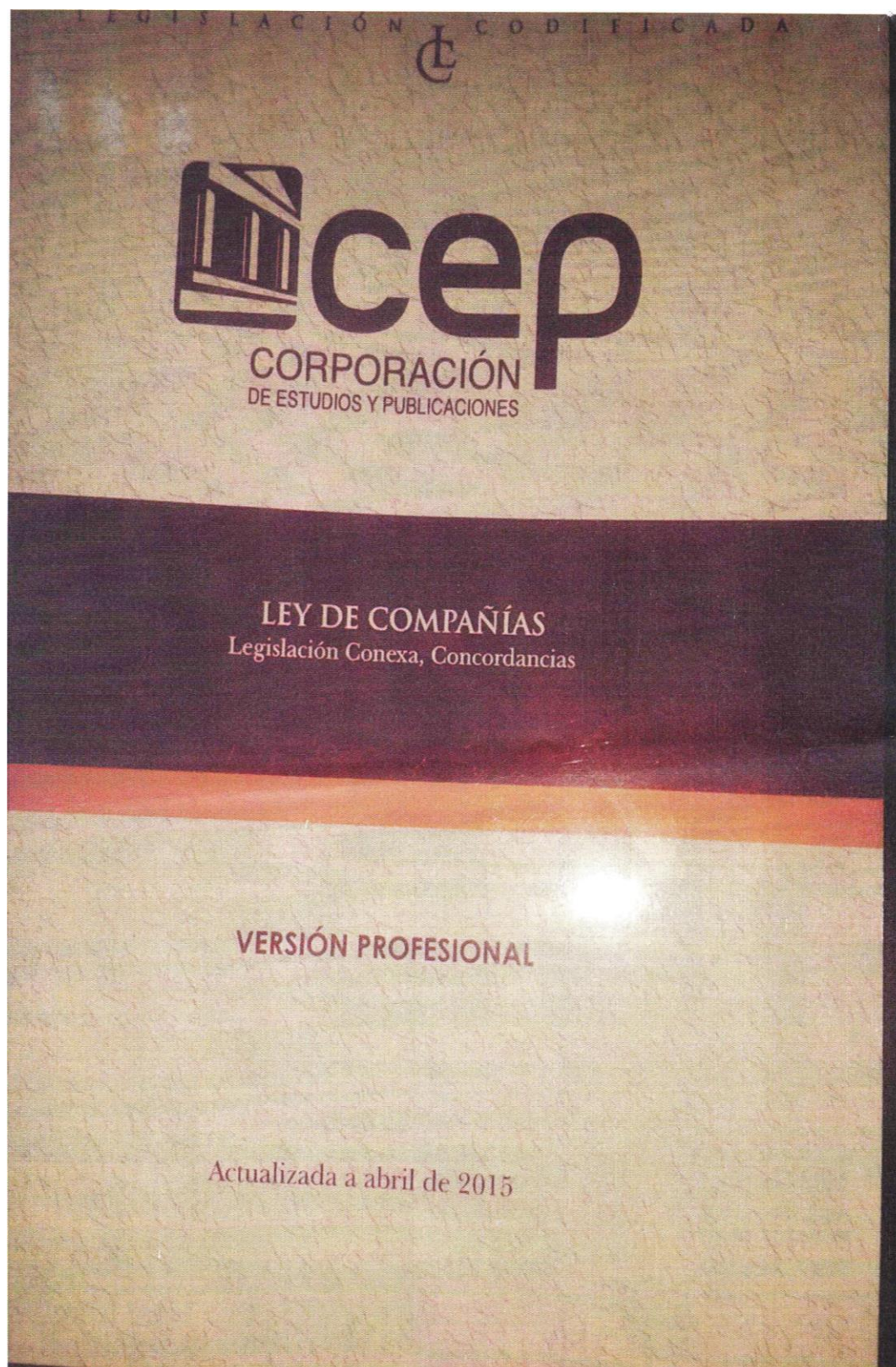
Firma y Sello

[Handwritten Signature]
Cliente

SUBTOTAL
IVA 0 %
IVA 12 %
TOTAL USD. 851

Tiempo de Entrega: _____
Forma de Pago: _____

LEY DE EMPRESAS UNIPERSONALES



3. LEY DE EMPRESAS UNIPERSONALES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Ley 2005-27

EL CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que el artículo 3, numeral 4 de la Constitución Política de la República ⁽¹⁾ establece como deber y obligación primordial del Estado el impulso sustentable de la economía y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo;

⁽¹⁾ Nota: El artículo 3, numeral 4 en mención corresponde a la Constitución Política de 1998 (RO 1: 11-ago-1998), que fue derogada por la vigente Constitución de la República (RO 449: 20-oct-2008).

Que la Constitución Política, en su artículo 23 ⁽²⁾, obliga al Estado a reconocer y garantizar a las personas el derecho a la libertad de empresa;

⁽²⁾ Nota: El artículo 23 en mención corresponde a la Constitución Política de 1998 (RO 1: 11-ago-1998), que fue derogada por la vigente Constitución de la República (RO 449: 20-oct-2008).

Que el artículo 244 de la Carta Magna ⁽³⁾, determina que al Estado le corresponderá, dentro del sistema de economía social de mercado, garantizar y promover el desarrollo de actividades económicas y mercados competitivos, impulsando la libre competencia;

⁽³⁾ Nota: El artículo 244 en mención corresponde a la Constitu-

ción Política de 1998 (RO 1: 11-ago-1998), que fue derogada por la vigente Constitución de la República (RO 449: 20-oct-2008).

Que es imprescindible propiciar un adecuado desarrollo de la "microempresa", con todos los beneficios que ello implica;

Que la preservación de la "empresa" como una institución útil a la economía nacional, constituye constante preocupación de las legislaciones modernas, que han procurado la creación de instituciones tendentes a su conservación y permanencia; y,

En uso de sus atribuciones constitucionales y legales, expide la siguiente:

Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada

Sección 1a. De las Generalidades y Naturaleza Jurídica

Art. 1.- [Capacidad para constituir empresas unipersonales].- Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

Art. 2.- [Naturaleza jurídica. Casos de responsabilidad del gerente-propietario].- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

La persona que constituya una empresa de esta clase no será responsable por las obligaciones de la misma, ni viceversa, salvo los casos que se mencionan a continuación, en que el gerente-propietario responderá con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa:

1. Si dispusiere en provecho propio de bienes o fondos de la empresa que no correspondan a utilidades líquidas y realizadas, según los correspondientes estados financieros;
2. Si la empresa desarrollare o hubiere desarrollado actividades prohibidas o ajenas a su objeto;
3. Si el dinero aportado al capital de la empresa no hubiere ingresado efectivamente en el patrimonio de ésta;
4. Cuando la quiebra de la empresa hubiere sido calificada por el juez como fraudulenta;
5. Si el gerente-propietario de la empresa, al celebrar un acto o contrato, no especificare que lo hace a nombre de la misma;
6. Si la empresa realizare operaciones antes de su inscripción en el Registro Mercantil, a menos que se hubiere declarado en el acto o contrato respectivo, que se actúa para una empresa unipersonal de responsabilidad limitada en proceso de formación;
7. Si en los documentos propios de la empresa se manifestare con la firma del geren-

te-propietario que la empresa tiene un capital superior al que realmente posee; y,

8. En los demás casos establecidos en la ley.

Art. 3.- [Inscripción de la empresa unipersonal].- El principio de existencia de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada es la fecha de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil de su domicilio principal.

El Registrador Mercantil llevará un libro especial denominado "Registro de empresas unipersonales de responsabilidad limitada", que formará parte del Registro Mercantil, en el que se inscribirán los actos constitutivos de las empresas mencionadas y sus posteriores reformas o modificaciones.

La inscripción de la empresa en el Registro Mercantil surtirá los efectos de la matrícula de comercio.

Art. 4.- [Propiedad de la empresa unipersonal].- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de esta Ley.

La persona natural a quien pertenece una empresa unipersonal de responsabilidad limitada se llama "gerente-propietario".

Aunque tuviere formada sociedad conyugal al constituirse la empresa, el gerente-propietario o la gerente-propietaria se reputará, respecto de terceros, esto es, con excepción de su cónyuge, como único dueño o dueña de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

No obstante, si el matrimonio se disolviera por cualquier razón durante la existencia de la empresa, su patrimonio deberá ser toma-

do en cuenta para el cálculo de los respectivos gananciales, y el cónyuge que no hubiere sido el gerente-propietario, o sus herederos, adquirirán un crédito contra la empresa por los gananciales de aquel, que deberá pagarse en el plazo de un año después de la disolución de la sociedad conyugal.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada que se constituyere antes del matrimonio, no formará parte de la respectiva sociedad conyugal posterior, ni en todo ni en parte, salvo que expresamente se lo hubiere incorporado en el haber de la sociedad conyugal, mediante capitulaciones matrimoniales.

Art. 5.- [Incapacidad para constituir empresas unipersonales].- No podrán constituir empresas unipersonales de responsabilidad limitada, las personas jurídicas ni las personas naturales que según la ley no pueden ejercer el comercio.

Art. 6.- [Constitución de varias empresas unipersonales por una misma persona].- Una misma persona natural puede constituir varias empresas unipersonales de responsabilidad limitada, siempre que el objeto empresarial de cada una de ellas fuere distinto y que sus denominaciones no provoquen confusiones entre sí.

Las empresas unipersonales de responsabilidad limitada pertenecientes a un mismo gerente-propietario, no podrán contratar ni negociar entre sí, ni con personas en donde guarde el parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o el segundo grado de afinidad de conformidad con la ley. En caso de contravención de esta norma, además de la nulidad correspondiente, el gerente-propietario responderá personalmente por todas las obligaciones de dichas empresas.

Art. 7.- [Carácter mercantil de la empresa unipersonal].- La empresa uniper-

sonal de responsabilidad limitada, tiene siempre carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial, considerando como comerciante a su gerente-propietario.

Sección 2a. De la Denominación

Art. 8.- [Características de la denominación].- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designada con una denominación específica que la identifique como tal.

La antedicha denominación específica deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L. Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa.

Por nombre del "gerente-propietario" se entiende sus nombres y apellidos completos, o simplemente su primer nombre y su apellido paterno.

Art. 9.- [Propiedad de la denominación].- La denominación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, constituye propiedad suya, de su uso exclusivo, que no podrá enajenarse ni aún en caso de liquidación.

Art. 10.- [Restricciones a la denominación].- Ninguna empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá adoptar una denominación igual o semejante a la de otra preexistente, aunque ésta manifestare su consentimiento y aún cuando fueren diferentes los domicilios u objetos respectivos.

Las disposiciones de este artículo no se aplican a las semejanzas que pudieren ocasionarse por personas homónimas o

entre varias empresas de un mismo gerente-propietario.

Art. 11.- [Protección de la denominación].- La protección y la defensa de la denominación de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, sólo podrá realizarse judicialmente.

Art. 12.- [Contenido de documentos por los que la empresa contrae derechos].- Salvo los casos de los pagarés, letras de cambio, cheques y más instrumentos similares, los documentos por los que la empresa contraiga derechos, con la firma del gerente-propietario o de algún apoderado suyo, deberán indicar, además de la denominación de la empresa, el domicilio principal de la misma, su plazo de duración y la cuantía de su capital empresarial.

Si se quebrantare esta disposición, el gerente-propietario responderá personalmente por la o las obligaciones contraídas por la empresa en el documento en el que no se hubieren hecho las indicaciones antedichas.

Sección 3a. De la Nacionalidad y Domicilio

Art. 13.- [Nacionalidad y domicilio].- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional, pudiendo operar ocasional o habitualmente en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella.

El domicilio principal de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará en el lugar que se determine en el acto de su constitución y puede diferir del domicilio de su gerente-propietario así como del lugar de explotación de su negocio.

Art. 14.- [Domicilio principal].- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tendrá un solo domicilio principal no obstante las sucursales o establecimientos que tuviere dentro del territorio nacional.

Si la empresa tuviere fuera de su domicilio principal una sucursal o cualquier otro establecimiento que estuviere administrado por algún factor designado según el Código de Comercio, el lugar en que funcione tal sucursal o establecimiento constituirá también domicilio de la empresa, pero sólo para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos ejecutados o celebrados en dicho domicilio o con directa relación al mismo.

Sección 4a. Del Objeto

Art. 15.- [Objeto].- El objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es la actividad económica organizada a que se deba dedicar, según el acto de su constitución.

Tal objeto comprenderá exclusivamente, una sola actividad empresarial.

Art. 16.- [Actividades prohibidas].- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá realizar ninguna de las siguientes actividades:

- a) Bancarias;
- b) De seguros;
- c) De capitalización y ahorro;
- d) De mutualismo;
- e) De cambio de moneda extranjera;
- f) De mandato e intermediación financiera;

g) De emisión de tarjetas de crédito de circulación general;

h) De emisión de cheques viajeros;

i) De financiación o de compra de cartera;

j) De arrendamiento mercantil;

k) De fideicomiso mercantil;

l) De afianzamiento o garantía de obligaciones ajenas;

m) De captación de dineros de terceros; y,

n) De ninguna de las actividades a que se refieren las leyes de: Mercado de Valores; General de Instituciones del Sistema Financiero; de Seguros; y, ni las que requieran por ley de otras figuras societarias.

En caso de violación a estas prohibiciones, el gerente-propietario será personal e ilimitadamente responsable de las obligaciones de la empresa y, además, sancionado con arreglo al Código Penal.

Art. 17.- [Concreción del objeto empresarial].- El objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser concretado en forma clara y precisa en el acto constitutivo de la misma.

Será ineficaz la disposición en cuya virtud, el objeto de la empresa se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o no permitidas por la ley.

Art. 18.- [Realización del objeto empresarial].- Para la realización de su objeto empresarial la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá ejecutar y celebrar toda clase de actos y contratos relacionados directamente con el mismo y todos los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir con las obligaciones derivadas de su existencia y de su actividad, así como los que tengan por objeto

asegurar el cumplimiento de dichas obligaciones.

La empresa no podrá ejecutar ni celebrar otros actos o contratos distintos de los señalados en el inciso anterior, salvo los que ocasional o aisladamente puedan realizarse con fines de inversión en inmuebles, en depósito en instituciones financieras y en títulos valores con cotizaciones en bolsa.

Se prohíbe toda captación de dineros o recursos del público por parte de la empresa, inclusive las que tuvieren por pretexto o finalidad el apoyo o el mejor desarrollo del objeto de la empresa, aún cuando se realicen bajo las formas de planes, sorteos, promesas u ofertas de bienes o servicios.

La empresa podrá constituir cauciones de toda clase para asegurar el cumplimiento de sus propias obligaciones, tales como prendas, hipotecas o fideicomisos mercantiles sobre sus bienes propios; pero, se prohíbe expresamente, bajo pena de nulidad, que la empresa otorgue fianzas y avales o constituya prendas, hipotecas u otras cauciones para asegurar el cumplimiento de obligaciones ajenas.

Salvo el caso de las cauciones prohibidas por el inciso anterior, los actos o contratos ejecutados o celebrados con violación a este artículo obligarán a la empresa, pero el gerente-propietario o los apoderados que los hubieren ejecutado o celebrado serán responsables frente a los terceros de buena fe por los perjuicios respectivos, y, en su caso, sancionados conforme al Código Penal.

Sección 5a. Del Plazo

Art. 19.- [Plazo de duración de la empresa].- Toda empresa unipersonal de

responsabilidad limitada, deberá constituirse por un plazo determinado.

Dicho plazo deberá constar en el acto constitutivo en forma expresa y de manera clara.

El plazo de la empresa puede restringirse o prorrogarse de manera expresa de conformidad con esta Ley.

Una vez vencido el plazo de duración de la empresa, ésta deberá disolverse y liquidarse, a no ser que con anterioridad se hubiere otorgado ya la correspondiente escritura pública que contuviere la prórroga respectiva; pero, si dicha escritura no se inscribiera en el Registro Mercantil dentro de los doce meses posteriores a su otorgamiento, la empresa deberá necesariamente liquidarse sin más dilación.

Sección 6a. Del Capital

Art. 20.- [Capital empresarial].- El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, según el artículo 1 de esta Ley.

Dicho capital deberá fijarse en el acto constitutivo de manera clara y precisa, y en moneda de curso legal.

Para conformar el capital antedicho sólo podrá aportarse efectivo o numerario.

Dicho capital podrá aumentarse o disminuirse de conformidad con esta Ley.

El capital a que se refiere este artículo, es decir el inicial, el aumentado o el disminuido, se llama "capital empresarial" o "capital asignado".

Art. 21.- [Capital mínimo].- El capital asignado a la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general, por diez.

Si en cualquier momento de su existencia la empresa resultare tener un capital asignado inferior al mínimo antedicho, en función de la remuneración básica unificada que entonces se hallare vigente, el gerente-propietario deberá proceder a aumentar dicho capital dentro del plazo de seis meses. Si dentro de este plazo la correspondiente escritura pública de aumento de capital asignado no se hubiere inscrito en el Registro Mercantil, la empresa entrará inmediatamente en liquidación.

Art. 22.- [Aumento de capital].- El capital empresarial podrá aumentarse por cualesquiera de los siguientes medios:

1. Por nuevo aporte en dinero del gerente-propietario; y,
2. Por capitalización de las reservas o de las utilidades de la empresa.

Art. 23.- [Casos en que se prohíbe la disminución de capital].- El capital de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá disminuirse en los siguientes casos:

1. Si el capital de la empresa, después de la reducción, resultare inferior al mínimo establecido en esta Ley; y,
2. Si la disminución determinare que el activo de la empresa fuera inferior al pasivo.

Art. 24.- [Entrega total del aporte dinerario].- La persona que constituya una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará obligada a la entrega total del correspondiente aporte dinerario.

Art. 25.- [Entrega del aporte dinerario a la empresa].- Todo aporte en dinero que se haga en la constitución de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada o en cualquier aumento de su capital deberá estar a disposición de ella o entregarse a la misma, según el caso, en el cien por ciento de su valor, al momento del otorgamiento de la escritura pública que contenga el respectivo acto constitutivo o el correspondiente aumento de capital.

Art. 26.- [Efectos del aporte dinerario].- Todo aporte en dinero que se haga a favor de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, constituye título traslativo de dominio.

Art. 27.- [Operación de pleno derecho del aporte dinerario].- La entrega del aporte dinerario hecho en la constitución de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada operará, de pleno derecho, al momento de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil.

Art. 28.- [Efectivización del aporte dinerario en aumentos de capital].- En los aumentos de capital, la entrega del aporte dinerario se efectuará una vez que se haga efectivo el numerario o el correspondiente cheque con la debida provisión de fondos, o mediante el respectivo depósito hecho por el gerente-propietario en una cuenta bancaria de la empresa, antes del otorgamiento de la escritura pública correspondiente.

Art. 29.- [Cuenta de Integración de Capital].- En la constitución de la empresa el gerente-propietario hará su aporte en dinero, mediante depósito en una cuenta especial de la empresa en formación, la misma que será abierta en un banco bajo la designación especial de "Cuenta de Integración de Capital" de la empresa respectiva. El banco conferirá un certificado que acredite el depósito antedicho, el mismo que deberá agregarse como documento

habilitante a la escritura pública que contenga el respectivo acto constitutivo.

En los aumentos de capital en que se hicieren aportes en dinero no será necesaria la apertura de la cuenta especial mencionada en el inciso primero, bastando para el efecto que los dineros respectivos sean entregados a la empresa en los términos de esta Ley.

Sección 7a. De la Constitución, Aprobación e Inscripción

Art. 30.- [Contenido de la escritura pública de constitución].- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
7. La determinación del aporte del gerente-propietario;
8. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,

9. Cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario de la empresa deseara incluir.

Si el gerente-propietario o la gerente-propietaria tuviere formada sociedad conyugal, la escritura de constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada será otorgada también por su cónyuge o conviviente, a fin de que en la misma deje constancia de su consentimiento respecto de dicha constitución.

La relación entre el gerente-propietario y la empresa no tendrá carácter laboral, por lo que dicha relación y la asignación mensual anteriormente mencionada no estarán sujetas al Código del Trabajo ni a la Ley del Seguro Social Obligatorio.

Art. 31.- [Solicitud de aprobación e inscripción de la escritura de constitución].- Otorgada la escritura pública de constitución de la empresa, el gerente-propietario se dirigirá a uno de los jueces de lo Civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil de dicho domicilio.

La solicitud se someterá al correspondiente sorteo legal.

Si se hubiere cumplido todos los requisitos legales, el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura antedicha en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.

Tal extracto será elaborado por el juez y contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del artículo anterior.

Cumplida la publicación, el gerente-propietario pedirá que se agregue a los autos la foja en que la misma se hubiere efectuado y el juez así lo ordenará para los efectos de la debida constancia.

Art. 32.- [Oposición a la constitución de la empresa].- Dentro del plazo de veinte días contados desde la publicación del extracto, cualquier acreedor personal del gerente-propietario y, en general, cualquier persona que se considere perjudicada por la constitución de la empresa, deberá oponerse fundamentadamente a la misma ante el mismo juez que ordenó la publicación.

Las oposiciones se tramitarán en un solo juicio verbal sumario y, mientras el asunto no se resolviere, la tramitación de la constitución de la empresa quedará suspendida.

En el caso de oposición deducida por cualquier acreedor personal, si el gerente-propietario pagare el crédito motivo de la oposición, el juicio terminará ipso-facto y el trámite de la constitución de la empresa deberá continuar. En los demás casos se estará a la resolución judicial.

Si la oposición no tuviere fundamento, el juez la rechazará de plano sin necesidad de sustanciarla.

Art. 33.- [Aprobación de constitución e inscripción de la empresa].- Vencido el plazo establecido en el artículo anterior sin que se presentare oposición, o si ésta cesare o fuere desechada por el juez, éste aprobará la constitución de la empresa y ordenará su inscripción en el Registro Mercantil del cantón del domicilio principal de la misma, la cual se practicará archivándose en dicho registro una copia auténtica de la escritura respectiva y una copia certificada de la correspondiente resolución judicial, sin necesidad de la fijación a que se refiere el artículo 33 del Código de Comercio.

Si la empresa fuere a tener sucursales, la inscripción antedicha también se practicará en el o los cantones en que tales sucursales fueren a operar.

Para efectos de este artículo se inscribirán la correspondiente escritura pública de

constitución y la respectiva resolución judicial, archivando en el Registro Mercantil copias auténticas de las mismas.

Art. 34.- [Negativa de aprobación].- Si en la sentencia correspondiente se estimare fundada la oposición, el juez negará la aprobación y dispondrá que el aporte dinerario del gerente-propietario sea devuelto al mismo por la institución del sistema financiero en que se hallare depositado.

Art. 35.- [Apelación de la sentencia que resuelve la oposición].- Contra la sentencia del juez aceptando la oposición a la constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, o declarándola infundada, sólo se concederá el recurso de apelación ante la Corte Superior ¹⁰ del respectivo distrito, la que resolverá por los méritos de los autos, en el término improrrogable de diez días.

¹⁰ Nota: La Constitución de la República vigente (RO 449: 20-oct-2008), sustituyó a la Corte Superior de Justicia por la Corte Provincial de Justicia.

Art. 36.- [Actos que deben instrumentarse por escritura pública. Prohibición de transformación].- El cambio de denominación, la prórroga o restricción del plazo, el cambio de domicilio o de objeto empresarial, el aumento o disminución del capital asignado, la apertura de sucursales y la liquidación voluntaria de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberán instrumentarse por escritura pública, con la correspondiente declaración del gerente-propietario, y someterse al procedimiento establecido en los artículos 31, 32, 33, 34 y 35 de esta Ley; debiendo tomarse las anotaciones correspondientes a los márgenes de la escritura de constitución de la empresa y de su inscripción en el Registro Mercantil.

Salvo el caso previsto en el artículo 37 de esta Ley, la empresa unipersonal de res-

ponsabilidad limitada, no podrá transformarse a ninguna de las sociedades reguladas por la Ley de Compañías.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá enajenar la totalidad de sus activos y pasivos, o la mayor parte de ellos, cumpliendo las disposiciones previstas en la ley.

Art. 37.- [Propiedad de la empresa en caso de muerte del gerente-propietario].- En caso de muerte del gerente-propietario, la empresa pasará a pertenecer a sus sucesores, según la ley o el testamento respectivo.

Si por virtud de la ley o del testamento la empresa pasare a ser de propiedad de una sola persona, como heredero o como legatario, la misma podrá continuar su existencia hasta el vencimiento de su plazo, pero anteponiendo a su denominación específica los términos de "sucesor de"; para lo cual se requerirá de la previa declaración por escritura pública del heredero o legatario, la misma que se someterá al trámite de los artículos 31, 32, 33, 34 y 35 de esta Ley, debiendo tomarse las anotaciones correspondientes a los márgenes de la escritura de constitución de la empresa y de su inscripción en el Registro Mercantil.

Si por la muerte del gerente-propietario la empresa pasare a ser propiedad de varias personas, la misma tendrá necesariamente que transformarse, en un plazo de noventa días, en compañía anónima o de responsabilidad limitada, o disolverse y liquidarse, a menos que los sucesores hubieren transferido sus derechos y acciones hereditarios en la empresa a favor de una sola persona, la que deberá entonces continuar las operaciones de la misma como su nuevo gerente-propietario, pero con la correspondiente modificación en la denominación específica de la empresa.

En este último caso se deberá dejar constancia de los trasposos y de las modificaciones respectivas en una nueva escritura pública que se sujetará al trámite establecido en los artículos 31, 32, 33, 34 y 35 de esta Ley, en cuanto fueren aplicables, y que se anotará al margen de la escritura de constitución de la empresa y de su inscripción en el Registro Mercantil.

Una copia de la antedicha escritura con su razón de inscripción en el Registro Mercantil o el correspondiente certificado del Registrador constituirá el documento habilitante para que el nuevo gerente-propietario legitime su personería.

Sección 8a. De la Administración y de la Representación Legal

Art. 38.- [Administración y representación legal].- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, será administrada por su gerente-propietario, quien a su vez, será su representante legal.

Para legitimar su personería como representante legal de la empresa el gerente-propietario utilizará una copia certificada actualizada de la escritura pública que contenga el acto constitutivo de la empresa con la correspondiente inscripción en el Registro Mercantil, o una certificación actualizada del Registrador Mercantil en la que se acredite la existencia y denominación de la empresa, domicilio principal, objeto, plazo de duración, capital empresarial y la identidad de su gerente-propietario.

Se entenderá por copia o certificación actualizada la extendida durante los noventa días anteriores.

Art. 39.- [Ámbito de la representación legal].- La representación legal de la empresa se extenderá sin posibilidad de limi-

tación alguna, a toda clase de actos y contratos relacionados directamente con el objeto empresarial y a todos los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir las obligaciones de la empresa que se deriven de su existencia y de su actividad, así como los que tengan por objeto garantizar el cumplimiento de dichas obligaciones, en los términos señalados en el artículo 18 de esta Ley.

El gerente-propietario no podrá ejecutar ni celebrar, a nombre de la empresa, ningún acto o contrato distinto de los señalados en el inciso anterior, obligándose en caso de violación, por ese hecho en forma personal e ilimitada.

Art. 40.- [Designación de apoderados generales de la empresa].- El gerente-propietario podrá designar uno o más apoderados generales de la empresa, de conformidad con la ley.

Los poderes que el gerente-propietario otorgue de conformidad con el inciso anterior, deberán constar por escrituras públicas que se inscribirán en el Registro Mercantil del domicilio principal de la empresa.

Si el poder fuere otorgado para la administración de una sucursal o establecimiento ubicado fuera del domicilio principal de la empresa, la escritura correspondiente deberá, además, inscribirse en el Registro Mercantil del lugar en que funcione o deba funcionar tal sucursal o establecimiento.

Art. 41.- [Delegación de facultades administrativas y representativas].- El gerente-propietario podrá también encargar o delegar, mediante el otorgamiento del correspondiente poder especial, una o más de las facultades administrativas y representativas que tuviere, sin necesidad del cumplimiento de las formalidades y procedimientos señalados en el artículo anterior.

Art. 42.- [Prohibición de realizar la misma actividad de la empresa].- El gerente-propietario y los apoderados referidos en los artículos anteriores, no podrán realizar la misma actividad a la que se dedica la empresa según su objeto empresarial, ni por cuenta propia ni por cuenta de otras personas naturales o jurídicas.

La violación a la norma establecida en el inciso que antecede, será sancionada con la pena establecida en el artículo 364 del Código Penal.

Art. 43.- [Prohibición de otorgar cauciones por cuenta propia].- El gerente-propietario y los apoderados mencionados anteriormente no podrán otorgar ningún tipo de caución por cuenta propia para asegurar el cumplimiento de las obligaciones de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

Tampoco lo podrán sus respectivos cónyuges ni sus ascendientes ni descendientes.

Toda caución otorgada con violación a la prohibición antedicha carecerá de valor y no surtirá efecto alguno.

La prohibición de este artículo también comprende a los fideicomisos mercantiles sobre bienes propios que de alguna manera tuvieran por finalidad garantizar las obligaciones de la empresa.

Art. 44.- [Prohibición de negociar o contratar con la empresa unipersonal].- Salvo las excepciones establecidas en esta Ley, es prohibido al gerente-propietario y a los apoderados negociar o contratar por cuenta propia, directa o indirectamente, con la empresa unipersonal de responsabilidad limitada que ellos administraren.

Se presume de derecho que existe negociación o contratación indirecta del administrador o del gerente-propietario o del apoderado con la empresa unipersonal de

responsabilidad limitada, cuando la operación se realizare con el cónyuge o cualquier pariente hasta el segundo grado de consanguinidad de éste o aquel.

Art. 45.- [Excepciones a la prohibición de contratar con la empresa].- Se exceptúan de la prohibición constante en el artículo anterior los siguientes actos o contratos:

- Las entregas de dineros hechas por el gerente-propietario a favor de la empresa que administre, a título de mutuo o de simple depósito, sin intereses;
- El comodato en que la empresa fuere la comodataria y cualquier otro acto o contrato gratuito ejecutado o pactado en beneficio exclusivo de la empresa; y,
- La prestación de servicios personales.

Sección 9a. De la Contabilidad y de los Resultados

Art. 46.- [Manejo de la contabilidad].- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá llevar su contabilidad de conformidad con la ley y reglamentos respectivos en la forma que más se adecue al giro de sus negocios.

Art. 47.- [Preparación de estados financieros].- Anualmente, dentro de los noventa días posteriores a la terminación de cada ejercicio económico, la empresa deberá cerrar sus cuentas y preparar su balance general y su cuenta de pérdidas y ganancias, siguiendo las normas establecidas en la Ley de Compañías y en los reglamentos correspondientes expedidos por la Superintendencia de Compañías, en cuanto fueren aplicables.

Una vez conocidos los resultados económicos de la empresa, si las cuentas arrojan algún beneficio, el gerente-propietario

resolverá sobre el destino de las utilidades líquidas y realizadas que se hubieren obtenido en el año anterior, debiendo asignar para la formación o incremento del fondo de reserva legal de la empresa por lo menos un diez por ciento de dichas utilidades, hasta que dicho fondo alcance por lo menos el cincuenta por ciento del capital empresarial. Hecha tal asignación, y las que por mandato legal correspondan, el gerente-propietario podrá disponer libremente del saldo, ora conservándolo en la empresa como reservas facultativas, ora retirándolo, en todo o en parte.

Las asignaciones al fondo de reserva legal podrán invertirse y conservarse en valores de alta liquidez en el mercado y no podrán retirarse.

Art. 48.- [Acta de resolución sobre resultados económicos anuales].- De las resoluciones que anualmente tomare el gerente-propietario frente a los resultados económicos del año anterior se deberá dejar constancia en acta fechada y firmada por dicho gerente-propietario y por el contador de la empresa, dentro del primer trimestre del calendario.

Un ejemplar de esta acta se protocolizará en una notaría del cantón en que la empresa tuviere su domicilio principal, dentro de los noventa días siguientes, junto con el correspondiente balance general y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias de la empresa.

Los notarios públicos deberán llevar un protocolo especial para la conservación de estos documentos, de los cuales sólo podrán conferir copias certificadas por orden judicial o por pedido del gerente-propietario de la correspondiente empresa.

Si el gerente-propietario no protocolizare el acta y los estados financieros referidos anteriormente dentro del primer semestre del año correspondiente, responderá perso-

nal y solidariamente por todas las obligaciones que la empresa hubiere contraído a partir del uno de enero del año anterior hasta que se efectúe la protocolización debida.

Art. 49.- [Requisito para retirar utilidades].- El gerente-propietario no podrá retirar las utilidades de la empresa mientras las pérdidas de años anteriores no hubieren sido totalmente amortizadas o compensadas.

Art. 50.- [Amortización o compensación de utilidades].- Las pérdidas podrán ser amortizadas o compensadas con reservas, con utilidades, o con aportes a fondo perdido por parte del mismo gerente-propietario, o con cualquier otro recurso permitido para las sociedades sujetas al control de la Superintendencia de Compañías.

Art. 51.- [Responsabilidad de gerentes-propietarios y apoderados].- Los gerentes-propietarios y los apoderados de las empresas responderán en forma personal y solidaria, según los términos de la ley y del poder correspondiente, hasta por culpa leve.

Art. 52.- [Cobro de créditos personales del gerente-propietario].- Los acreedores personales del gerente-propietario no podrán cobrar sus créditos en los bienes de la empresa, pero sí podrán embargar las utilidades que aquel retire.

Si el ejercicio del derecho que queda mencionado no permitiere el cobro de sus créditos vencidos, cualquier acreedor personal del gerente-propietario de la empresa podrá solicitar al juez que decrete la liquidación de la misma, pero el gerente-propietario podrá impedir que se consuma dicha medida pagando al acreedor o acreedores que lo hubieren solicitado, más las costas judiciales que se hubieren ocasionado.

Art. 53.- [Quiebra de la empresa unipersonal].- La quiebra de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no comportará la de su gerente-propietario, salvo que aquella fuera declarada fraudulenta, en cuyo caso el juez decretará, a petición de parte, el embargo general de todos los bienes de aquél.

En tal caso, los acreedores de la empresa, para el cobro de sus créditos, tendrán preferencia en los bienes del gerente-propietario con relación a los demás acreedores del mismo, salvo el caso de los créditos privilegiados de mejor clase.

Sección 10a. De la Disolución y la Liquidación

Art. 54.- [Disolución voluntaria].- El gerente-propietario de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada o sus sucesores, podrán declarar disuelta voluntariamente la empresa en cualquier tiempo y proceder luego a su liquidación.

La resolución del gerente-propietario de disolver voluntariamente la empresa, deberá constar por escritura pública y someterse al trámite previsto en la ley.

Art. 55.- [Causas de disolución forzosa].- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se disolverá forzosamente en los siguientes casos:

1. Por cumplimiento del plazo de su duración; auto de quiebra legalmente ejecutoriado; y, por traslado de su domicilio a país extranjero;
2. Por la conclusión de la actividad para la que se constituyó o la imposibilidad manifiesta de cumplir el objeto empresarial;
3. Por la pérdida total de sus reservas o de más de la mitad del capital asignado, a menos que el gerente-propietario hiciere

desaparecer esta causal antes de concluido el proceso de disolución, mediante el aumento del capital empresarial o la absorción de las pérdidas en las cuantías suficientes;

4. A petición de parte interesada en los supuestos establecidos en esta Ley;
5. Por lo establecido en el tercer inciso del artículo 37; y,
6. Por cualquier otra causal determinada en la ley.

Art. 56.- [Disolución judicial y de pleno derecho].- Salvo los casos contemplados en el numeral 1 del artículo precedente, la disolución y consiguiente liquidación deberá ser decretada por un juez de lo civil del domicilio principal de la empresa, con citación al gerente-propietario, a petición de parte legítima o de oficio. En la misma providencia el juez nombrará liquidador y dictará las medidas preventivas que estime necesarias, sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales en que hubiere incurrido el gerente-propietario o sus apoderados, las que se harán efectivas por cuerda separada.

La providencia judicial en que conste el nombramiento del liquidador, una vez ejecutoriada, se inscribirá en el Registro Mercantil del domicilio principal de la empresa.

En los casos de disolución de pleno derecho, el Juez de lo Civil, de oficio o a petición de parte, notificará al correspondiente Registrador Mercantil para que proceda a la inscripción respectiva y, en el mismo acto, designará un liquidador; en caso de existir sucursales, la notificación se la hará también en el Registro Mercantil del domicilio de éstas.

Art. 57.- [Apelación de la sentencia que ordena la disolución y liquidación].- De

la sentencia que expida el juez ordenando la disolución y liquidación de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, el gerente-propietario podrá interponer recurso de apelación.

La Corte Superior ⁴⁰ resolverá por los méritos de los autos y su fallo causará ejecutoria.

⁴⁰ Nota: Ver nota (1) al Art. 35

Art. 58.- [Publicación de la disolución forzosa].- La disolución forzosa de la empresa se anotará al margen de la inscripción correspondiente del Registro Mercantil y, bajo la responsabilidad personal del gerente-propietario, se anunciará por una sola vez, mediante publicación en el periódico de mayor circulación del domicilio principal de la empresa, y de las sucursales en caso de haberlas, dentro del término de ocho días siguientes a la fecha en que fue decretada por el juez.

Art. 59.- [Créditos de plazo vencido contra la compañía].- Con la inscripción de la disolución, todos los créditos en contra de la empresa se considerarán de plazo vencido.

Art. 60.- [Proceso de liquidación].- Una vez inscrita la disolución voluntaria o forzosa de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, la misma se pondrá necesariamente en liquidación.

La empresa conservará su personería jurídica durante el proceso de su liquidación, para los efectos legales correspondientes.

En la disolución voluntaria, la liquidación deberá ser efectuada por el gerente-propietario o un delegado suyo o por un liquidador designado por sus sucesores. El nombramiento de tal liquidador deberá inscribirse en el Registro Mercantil del domicilio principal de la empresa.

Durante el proceso de su liquidación, a la denominación de la empresa se le agregarán las palabras "en liquidación".

Quien quiera que fuere el encargado de la liquidación se llamará "liquidador".

El liquidador de la empresa ejercerá la representación legal de la misma y legítimará su personería de conformidad con el artículo 38 de esta Ley, en cuanto fuere aplicable.

La disolución y liquidación voluntaria o forzosa de las empresas unipersonales de responsabilidad limitada, se ajustarán en cuanto fueren aplicables, a las reglas contenidas en la Ley de Compañías para la disolución y liquidación de sociedades.

El liquidador está obligado a notificar a la Administración Tributaria respectiva el estado de liquidación de su representada para la determinación de las obligaciones tributarias que correspondan.

Art. 61.- [Cancelación de inscripción].- Una vez satisfecho el pasivo de la empresa y terminadas las operaciones de su liquidación, se cancelará la inscripción en el Registro Mercantil.

Sección 11a. De la Prescripción

Art. 62.- [Prescripción de la responsabilidad del gerente-propietario].- A excepción de los casos señalados en el artículo 66 de esta Ley, la responsabilidad del gerente-propietario o sus sucesores en los casos de disolución de las empresas unipersonales de responsabilidad limitada prescribirá en tres años, salvo norma legal en contrario, contado desde la fecha de inscripción correspondiente en el Registro Mercantil.

Art. 63.- [Prescripción de la responsabilidad en caso de quiebra].- La prescripción de que trata el artículo anterior no tendrá lugar en el caso de que la empresa se disuelva por quiebra. En dicho caso la prescripción será de cinco años, contados a partir de la inscripción del auto de quiebra en el Registro Mercantil.

Art. 64.- [Derecho de los acreedores en fondos indivisos de la empresa].- Aún transcurridos los plazos previstos en los artículos anteriores, quedará a los acreedores el derecho de ejercer su acción contra la empresa en liquidación, hasta la concurrencia de los fondos indivisos de la empresa que aún existan, en proporción de lo que por el capital y las ganancias les hubiere correspondido en la liquidación.

Esta acción prescribirá en cinco años, contados a partir de la publicación del último aviso a los acreedores a que se refiere el artículo 393 de la Ley de Compañías.

Art. 65.- [Pago de deudas de la empresa con dinero del liquidador].- El liquidador que con dinero propio hubiere pagado deudas de la empresa no podrá ejercer contra el gerente-propietario derechos mayores que los que corresponden a los acreedores pagados.

Art. 66.- [Responsabilidad por ejercer actividad empresarial que viole la ley].- La actividad de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada que encubra la consecución de fines ajenos a la misma, o constituya un mero recurso para violar la ley, el orden público o la buena fe, o se utilice para defraudar derechos de terceros, se imputará directa y solidariamente al gerente-propietario y a las personas que la hubieren hecho posible, quienes responderán civil y penalmente en forma personal por los perjuicios causados.

En general, por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de las empresas unipersonales de responsabilidad limitada, serán personal y solidariamente responsables quienes los hubieren ordenado y/o los que los hubieren ejecutado. En caso de infracción, la correspondiente responsabilidad penal recaerá también sobre dichas personas y prescribirá conforme a las normas del Código Penal.

Las acciones civiles que personalmente puedan ejercerse contra el gerente-propietario u otros responsables, por razón de este artículo, prescribirá en cinco años, contados a partir del hecho correspondiente o de la inscripción de la liquidación de la empresa, según el caso y a elección del accionante.

Art. 67.- [Tratamiento tributario de las utilidades].- Las utilidades de las empresas unipersonales de responsabilidad limitada y lo que retiren de ellas sus gerentes-propietarios, tendrán el mismo tratamiento tributario que establece la ley de la materia para las utilidades de las compañías anónimas y para los dividendos que ellas distribuyan entre sus accionistas, respectivamente.

Sección 12a. Reformas

Art. 68.- [Reformatoria].- Refórmase la Ley de Compañías, de la siguiente manera:

1. En el primer inciso del artículo 92, sustitúyase la frase: "... entre tres o más personas", por: "entre dos o más personas, ...".
2. Sustitúyase el artículo 147, por el siguiente:

"Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital y pagado en una

cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de fundación o de constitución definitiva, según el caso, será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezca a una entidad del Sector Público.

En los casos de la constitución simultánea, todos los socios fundadores deberán otorgar la escritura de fundación y en ella estará claramente determinada la suscripción íntegra del capital social.

Tratándose de la constitución sucesiva, la Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución definitiva de una compañía, comprobará la suscripción formal de las acciones por parte de los socios, según los términos de los correspondientes boletines de suscripción.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada en numerario del capital social se incorporará a la escritura de fundación o de constitución definitiva, según el caso”;

3. Sustitúyase el numeral 8 del artículo 361, por el siguiente:

“3. Por reducción del número de socios o accionistas del mínimo legal establecido, siempre que no se incorpore otro socio a formar parte de la compañía en el plazo de seis meses, a partir de cuyo vencimiento, si no se hubiere cubierto el mínimo legal, el socio o accionista que quedare empezará a ser solidariamente responsable por las obligaciones sociales contraídas desde entonces, hasta la publicación de la correspondiente declaratoria de disolución;” y,

4. Sustitúyase el inciso segundo del artículo 367, por el siguiente:

“En los casos previstos en los numerales 1, 2 y 3 del artículo 361 de esta Ley, las compañías se disuelven de pleno derecho. También se disuelven de pleno derecho las compañías después de transcurridos los ciento ochenta días previstos en el numeral 8 del artículo 361 sin que la compañía respectiva hubiere recuperado su número mínimo de socios o accionistas. El Superintendente de Compañías dispondrá, de oficio o a petición de parte, la liquidación de la compañía y ordenará que el o los representantes legales cumplan con la publicación, marginación e inscripción de esta resolución en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía, dentro de un término no mayor de ocho días, contados desde la notificación. De esta resolución no habrá recurso alguno”.

Disposiciones generales

Primera.- Las compañías conformadas como unipersonales, podrán afiliarse al respectivo gremio y/o cámara, según su rama de actividad.

Segunda.- Las constituciones de las empresas unipersonales de responsabilidad limitada, los aumentos o disminuciones de sus capitales, los cambios de sus domicilios, objetos o denominaciones, o cualquier otra reforma o modificación posterior de sus actos constitutivos, no causarán impuesto ni contribución ni carga tributaria alguno; ni fiscal, ni provincial, ni municipal ni especial.

En los mismos términos del inciso precedente, tampoco causarán impuestos ni contribuciones ni carga tributaria alguna las transformaciones de compañías anónimas o de responsabilidad limitada en las empresas reguladas por esta Ley.

Disposición transitoria

Las compañías anónimas o de responsabilidad limitada, cuyas acciones o participaciones estuvieren concentradas en una sola persona natural, deberán aumentar por lo menos a dos el número de sus socios o accionistas, o transformarse en empresas unipersonales de responsabilidad limitada, con la intervención del socio único, que deberá ser persona natural, dentro del plazo de un año contado a partir de la vigencia de esta Ley.

En el caso específico previsto en el inciso anterior, las compañías anónimas y de responsabilidad limitada que opten por la transformación en empresas unipersonales de responsabilidad limitada, podrán hacerlo siempre y cuando no mantuvieren en circulación valores, tales como acciones preferidas, obligaciones, partes beneficiarias y otros catalogados como tales. La Superintendencia de Compañías aprobará la transformación cumpliendo los requisitos previstos en la Ley de Compañías en cuanto fueren aplicables.

En caso de violación de esta disposición, vencido el año antedicho, la compañía quedará disuelta de pleno derecho, en los términos del numeral 4 del artículo 68 de esta Ley, en cuanto fueren aplicables.

Esta disposición no se aplicará a las compañías anónimas y de responsabilidad

limitada que antes de la vigencia de esta Ley hubieren emitido y tuvieren en circulación obligaciones o partes beneficiarias, las que de todo modo quedarán sujetas a lo dispuesto en los numerales 3 y 4 del artículo 68 y el plazo de sesenta días previsto en los mismos empezará a correr a partir de la vigencia de esta Ley.

Disposición final

La presente Ley entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dada, en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, en la Sala de Sesiones del Congreso Nacional, a los diecisiete días del mes de enero del año dos mil seis.

f.) Dr. Wilfrido Lucero Bolaños, Presidente.

f.) Dr. Xavier Buitrón Carrera, Secretario General (E).

Congreso Nacional.- Certifico.- Que la copia que antecede es igual a su original que reposa en los archivos de la Secretaría General.- Día: 17 de enero de 2006.- Hora: 18h00.- f.) Ilegible.- Secretaría General.

(RO 196: 26-ene-2006)