



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**EXTENSIÓN LA MANÁ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“EXPANSIÓN DE LA LIBRERÍA LA CENTRAL”**

Proyecto investigativo presentado previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial

**Autores:**

Jácome Chango Cristian Serafín

López Herrera Wilmer David

**Director:**

Lcdo. Mg. Medina López Enry Gutember

La Maná – Ecuador

Marzo, 2017

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

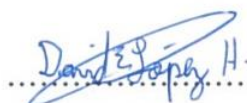
Nosotros, Jácome Chango Cristian Serafín y López Herrera Wilmer David, declaramos ser los autores del presente proyecto de investigación: “Expansión de la librería La Central” siendo el Lcdo. Mg. Medina López Enry Gutember, Director del presente trabajo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además declaramos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.



.....  
Jácome Chango Cristian Serafín

C.I.: 050285989-5



.....  
López Herrera Wilmer David

C.I.: 050275895-6

## **AVAL DEL DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el título: “Expansión de la librería La Central”, de Jácome Chango Cristian Serafín y López Herrera Wilmer David, de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnico suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de proyectos que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, Marzo del 2017

El Director



.....  
Lcdo. Mg. Medina López Enry Gutember

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN


Los suscritos miembros del Tribunal de Lectores, aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas, por cuanto los postulantes Jácome Chango Cristian Serafín y López Herrera Wilmer David con el título de proyecto de investigación “Expansión de la Librería la Central” han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación de proyecto.


Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, Marzo del 2017

Para constancia firman:

  
.....  
**Lector 1 (Presidente)**  
Ing. Mg. Sc. Villarroel Maya Ángel Alberto  
C.I: 060276540-6

  
.....  
**Lector 2**  
Ing. M. Sc. Villegas Barros Neuval José  
C.I: 120243766-9

  
.....  
**Lector 3**  
Eco. Msc. Ulloa Méndez Carmen Isabel  
C.I: 120587164-1

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por brindarnos la oportunidad de ser parte de esta noble Institución. A nuestros queridos padres, por el apoyo invaluable e incondicional para cumplir con éxito una de nuestras metas profesionales.

Expresamos agradecimiento a nuestro Director de Proyecto, por brindar su capacidad y conocimiento para guiarnos a la realización de este trabajo investigativo.

**Cristian y David**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto está dedicado especialmente a nuestros queridos padres por darnos el apoyo incondicional y perseverancia constante, en el transcurso de nuestra etapa académica, por ser nuestra inspiración y apoyo incondicional en la parte moral para no decaer durante el trayecto de nuestra etapa académica.

**Cristian y David**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**EXTENSIÓN LA MANÁ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TÍTULO: “EXPANSIÓN DE LA LIBRERÍA LA CENTRAL”**

**Autores:**

Jácome Chango Cristian Serafín

López Herrera Wilmer David

**RESUMEN**

La presente investigación trata sobre un estudio de factibilidad para la expansión de la Librería La Central del cantón Valencia con la finalidad de ofrecer una amplia variedad de útiles escolares para sus clientes; puesto que existe una demanda insatisfecha de 665.452 unidades de útiles escolares entre los cuales se encuentran para efectos del estudio: cuadernos, esferos, lápices de colores, borradores, sacapuntas, paquete de hojas unitarias y carpetas plásticas; debido que muchas personas acuden a los cantones Quevedo y La Maná para adquirir este tipo de productos escolares. Dentro del proceso de investigación se aplicó los métodos de investigación, inductivo, deductivo; también se empleó los tipos de investigación descriptivo y bibliográfico, para la recopilación de la información fue necesario identificar la población objetivo; para luego determinar la muestra a ser encuestada la cual proporcionó información primordial sobre la oferta y la demanda de útiles escolares para el desarrollo del proyecto, con la información obtenida se elaboró un estudio de mercado el cual reflejó una demanda actual de 805.810 productos y una oferta actual de 140.358 unidades de útiles escolares; para la continuidad del proyecto se elaboró un estudio técnico donde se plasmó la macro y micro localización del proyecto, además el tamaño del proyecto el cual abarcará un 20% de la demanda insatisfecha; además el detalle del proceso de comercialización mediante un diagrama de flujo y finalmente se elaboró el estudio económico financiero, como resultado de estos análisis se obtuvo que el proyecto tendrá una inversión inicial de \$ 90.874,30 dólares, el cual será financiado el 50% a través de un crédito bancario y el 50% por el capital de los accionistas, un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 94.998,76 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 77%, valor mayor a la tasa del crédito bancario empleado en la financiación de proyecto (15%); demostrando la viabilidad del estudio de factibilidad para su ejecución en el cantón Valencia.

**Palabras claves:** Estudio de factibilidad, expansión, oferta, demanda, estudio técnico, estudio financiero.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**EXTENSIÓN LA MANÁ**  
**ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY**

**TITLE: "EXPANSION OF THE BOOK STORE LA CENTRAL"**

**Authors:**

Jácome Chango Cristian Serafín

López Herrera Wilmer David

**ABSTRACT**

The present research deals with a feasibility study for the expansion of the Central Book Store of Valencia town the purpose of offering a wide variety of school supplies for its clients. Since there is an unsatisfied demand of 665.452 units of school supplies among which are for study purposes: notebooks, pens, crayons, erasers, pencil sharpeners, packages of single sheets and plastic folders, because many people go to other cities (Quevedo and La Maná) to acquire this type of school products. Within the research process were applied research methods, inductive, deductive. The types of descriptive and bibliographic research were also used. For the collection of the information it was necessary to identify the target population to determine the sample to be surveyed which provided primary information on the supply and demand of school supplies for the development of the project, with the information obtained, a market study was developed which reflects a current demand of 805.810 products and an offer Current of 140,358 units of school supplies. For the continuity of the project a technical study was elaborated where the macro and micro localization of the project was formulated, besides the size of the project which will cover 20 % of the unsatisfied demand; in addition the detail of the marketing process through a flow chart and finally the economic and financial study was elaborated, as a result of these analyzes it was obtained that the project will have an initial investment of \$ 90.874,30 dollars, which will be financed 50% through a bank credit and 50% of the shareholders' equity, a Net Present Value (NPV) of \$ 94.998,76 and an Internal Rate of Return (TIR) of 77%, higher than the bank credit rate Used in project financing (15%); demonstrating the feasibility of the study for its execution in Valencia town.

**Key words:** Feasibility study, expansion, supply, demand, technical study, financial study.





## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

### CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

La Maná - Ecuador

### *CERTIFICACIÓN*

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná; en forma legal CERTIFICO que: La traducción de la descripción del proyecto de investigación al Idioma Inglés presentado por los señores egresados: **Jácome Chango Cristian Serafín, López Herrera Wilmer David** cuyo título versa “**Expansión de la Librería La Central**”; lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimare conveniente.

La Maná, Marzo 2017

Atentamente



Lcdo. Kevin Rivas Mendoza

**DOCENTE**

**C.I. C.I. 131124804-9**

## ÍNDICE GENERAL

Contenido	Página
PORTADA .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
CERTIFICACIÓN.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE CUADROS .....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	xviii
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	1
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	2
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO .....	2
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	3
5.1 Planteamiento del Problema .....	3
5.2 Formulación del Problema.....	5
6. OBJETIVOS.....	5
6.1 Objetivo General.....	5
6.2 Objetivos Específicos .....	5
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS .....	6
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	7
8.1. Antecedentes investigativos .....	7

8.1.1. “Proyecto de factibilidad para la creación de una librería estudiantil en la ESPE .....	7
8.2. Categorías fundamentales.....	8
8.2.1. Gestión administrativa.....	9
8.2.1.1. Fases del proceso administrativo.....	9
8.2.1.1.1. Planificación.....	9
8.2.1.1.2. Organización.....	10
8.2.1.1.3. Dirección.....	10
8.2.1.2. Importancia de la gestión administrativa.....	11
8.2.1.3. Características de la gestión administrativa.....	12
8.2.2. Estudio de factibilidad.....	12
8.2.2.1. Etapas del estudio de factibilidad.....	13
8.2.2.1.1. Estudio de mercado.....	14
8.2.2.1.2. Estudio técnico.....	17
8.2.2.1.3. Estudio económico o financiero.....	23
8.2.2.1.4. Evaluación financiera.....	28
8.2.3. Expansión comercial.....	30
8.2.3.1. Formas de expansión comercial.....	31
8.2.3.1.1. Penetración en el mercado.....	31
8.2.3.1.2. Desarrollo de mercado.....	31
8.2.3.1.3. Desarrollo de productos.....	32
8.2.3.2. Librería.....	32
8.2.3.2.1. Librería La Central.....	33
8.2.3.2.2. Consumidores reales de la población estudiantil del cantón Valencia.....	33
9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS.....	35
10. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
10.1. Métodos de investigación.....	36
10.1.1. Método inductivo.....	36
10.1.2. Método deductivo.....	37
10.2. Tipos de investigación.....	37
10.2.1. Investigación descriptiva.....	37
10.3. Técnica de la investigación.....	37
10.3.1. Encuesta.....	37
10.4. Instrumento.....	37

10.5. Población y muestra.....	38
10.5.1. Universo poblacional.....	38
10.5.2. Tamaño de la muestra.....	38
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	40
11.1. Análisis de la encuesta dirigida a la población del cantón Valencia .....	40
11.2. Conclusiones y recomendaciones .....	55
11.2.1. Conclusiones.....	55
11.2.2. Recomendaciones .....	55
11.3. Discusión .....	56
11.4. Propuesta .....	56
11.4.4.1. Estudio de mercado .....	57
11.5.1. Tema de la propuesta.....	58
11.5.2. Descripción de la propuesta.....	58
11.5.3. Objetivos.....	59
11.5.3.1. Estudio de mercado .....	59
11.5.3.1.1. Análisis de la demanda.....	60
11.5.3.1.2. Análisis de la oferta de útiles escolares .....	61
11.5.3.1.3. Demanda insatisfecha de útiles escolares.....	63
11.5.3.1.4. Comercialización.....	64
11.5.3.1.5. Análisis de precios.....	64
11.5.3.2. Estudio Técnico .....	66
11.5.3.2.1. Determinación de la localización óptima del proyecto .....	66
11.5.3.2.2. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la planta.....	68
11.5.3.2.3. Distribución de la Librería la Central .....	68
11.5.3.2.4. Ingeniería del proyecto .....	69
11.5.3.2.5. Marco legal y administrativo.....	70
11.5.3.2.6. Descripción de la inversión fija del negocio .....	73
11.5.3.3. Estudio Económico.....	73
11.5.3.3.1. Inversión Inicial.....	74
11.5.3.3.2. Depreciaciones.....	75
11.5.3.3.3. Costo de la mercadería .....	75
11.5.3.3.4. Gastos de constitución.....	76
11.5.3.3.5. Mano de obra directa e indirecta del año 2016.....	76

11.5.3.3.6. Gastos generales .....	76
11.5.3.3.7. Inversión inicial requerida .....	77
11.5.3.3.8. Financiamiento de la inversión.....	78
11.5.3.3.9. Amortización de la deuda .....	78
11.5.3.3.10. Costos fijos y variables del año 2016 .....	78
11.5.3.3.11. Proyección de los costos fijos y variables .....	79
11.5.3.3.12. Ingresos.....	81
11.5.3.3.13. Punto de equilibrio.....	82
11.5.3.4. Evaluación Financiera .....	83
11.5.3.4.1. Estados de resultado proyectado.....	83
11.5.3.4.2. Estado de flujo de efectivo .....	84
11.5.3.4.3. Valor Actual Neto (VAN) .....	84
11.5.3.4.4. Cálculo de la TIR del proyecto.....	84
12. IMPACTO SOCIAL, ECÓNOMICO Y FINANCIERO .....	85
13. PRESUPUESTO DEL PROYECTO.....	85
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	88
14.1 Conclusiones.....	88
14.2. RECOMENDACIONES .....	89
15. BIBLIOGRAFÍA .....	90
LIBROS .....	90

## ÍNDICE DE CUADROS

1	Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.....	6
2	Escuelas del cantón Valencia.....	33
3	Unidades educativas del cantón Valencia.....	35
4	Colegios del cantón Valencia.....	35
5	Población para encuesta.....	38
6	Número de integrantes del hogar.....	40
7	Familiares en etapa escolar.....	41
8	Factores decisivos en la compra de útiles escolares.....	42
9	Papelería preferida para la compra de útiles escolares.....	43
10	Lugar de adquisición de útiles escolares.....	44
11	Variedad de útiles escolares y de oficina.....	45
12	Calidad en servicio y atención de las librerías en Valencia.....	46
13	Ingresos destinados a la adquisición de útiles escolares.....	47
14	Frecuencia de visita a la librería La Central.....	48
15	Calificación del servicio prestado en librería La Central.....	49
16	Precios de los útiles escolares de la librería La Central.....	50
17	Marcas de líneas escolares preferida.....	51
18	Productos más adquiridos en librería la Central.....	52
19	Expansión de la librería La Central.....	53
20	Satisfacción de los clientes.....	54
21	Cálculo de la demanda de útiles escolares .....	60
22	Demanda histórica de útiles escolares.....	60
23	Demanda actual de útiles escolares.....	61
24	Demanda proyectada por producto a cinco años.....	61
25	Oferta histórica de útiles escolares.....	62
26	Librerías que comercializan útiles escolares en el cantón Valencia.....	62
27	Oferta proyectada de útiles escolares.....	63
28	Cálculo de demanda insatisfecha.....	63
29	Análisis de precios.....	64
30	Análisis de la competencia.....	65
31	Tamaño en función del mercado.....	68
32	Equipo y mobiliario.....	73

33	Maquinaria y equipo.....	74
34	Depreciaciones.....	75
35	Costo de la mercadería.....	75
36	Gastos de constitución.....	76
37	Rol de pagos.....	76
38	Gastos generales.....	77
39	Otros gastos.....	77
40	Inversión.....	77
41	Forma de financiación.....	78
42	Sumatoria de intereses y amortización.....	78
43	Costos fijos y variables.....	79
44	Costos fijos y variables proyectados .....	80
45	Ingresos actuales.....	81
46	Ingresos proyectados.....	81
47	Ingresos netos.....	82
48	Punto de equilibrio.....	82
49	Estado de resultados.....	83
50	Estado de flujo de efectivo.....	84
51	Impacto.....	85
52	Presupuesto .....	87

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1	Número de integrantes que existe en el hogar.....	40
2	Número de integrantes de familias en etapa escolar.....	41
3	Factores decisivos en la compra de útiles escolares.....	42
4	Papelería preferida para la compra de útiles escolares.....	43
5	Lugar de adquisición de útiles escolares.....	44
6	Variedad de útiles escolares y de oficina.....	45
7	Calidad en servicio y atención de las librerías en Valencia.....	46
8	Ingresos destinados a la adquisición de útiles escolares.....	47
9	Frecuencia de visita a la librería La Central.....	48
10	Calificación del servicio prestado por la librería La Central.....	49
11	Precios de los útiles escolares de la librería La Central.....	50
12	Marcas de líneas escolares preferida.....	51
13	Productos más adquiridos en librería la Central.....	52
14	Expansión de la librería La Central.....	53
15	Satisfacción de necesidades con el nuevo local de librería La Central.....	54
16	Proceso de ventas.....	69



## ÍNDICE DE FIGURAS

1	Categorías fundamentales.....	8
2	Inicio del estudio de factibilidad.....	13
3	Elementos del estudio de factibilidad.....	14
4	Elementos del estudio técnico.....	18
5	Factores decisivos del tamaño del proyecto.....	20
6	Elementos de la ingeniería. ....	22
7	Formas de expansión.....	31
8	Canal de distribución.....	64
9	Macro localización.....	67
10	Micro localización.....	67
11	Distribución del local comercial. ....	68
12	Organigrama.....	71

## INTRODUCCIÓN

La expansión de los mercados constituye una estrategia en el ámbito microempresarial; a través de los nuevos avances tecnológicos y la exigencia de los usuarios han generado que muchos propietarios hayan optado por extenderse y dilatarse en otros mercados para lograr captar un mercado más amplio y ofrecer una mejor calidad de servicios a sus usuarios. (CABASCANGO, 2012, pág. 75)

El propósito fundamental de la presente investigación fue realizar un estudio de factibilidad para la expansión de la Librería la Central; con el propósito de ofrecer una alternativa que permita resolver y mejorar la problemática que tiene el cantón Valencia sobre el abastecimiento de útiles escolares, debido a esto los consumidores buscan otras localidades para adquirir sus productos.

La motivación fundamental para efectuar el actual estudio de factibilidad fue ofrecer una mejor calidad de servicio a los clientes de la librería la Central mediante el cual se pretende ofrecer una mayor variedad de útiles escolares en un espacio más amplio con mayor comodidad para los clientes que buscan abastecerse de útiles escolares en otras zonas aledañas.

El estudio de factibilidad comprende un análisis del mercado donde se detalla la oferta, y la demanda insatisfecha de los útiles escolares; mediante la recopilación de datos procedentes de las encuestas aplicadas a los propietarios de las librerías y la población del cantón Valencia; cuyos resultados se encuentran detallados mediante gráficos estadísticos con sus respectivos análisis; en el estudio técnico se detalla el tamaño del proyecto, la macro y micro localización, la distribución de la infraestructura y los requerimientos organizacionales y legales para la expansión; además consta de un estudio económico que detalla el monto de inversión inicial y su forma de financiación, los costos del capital de trabajo, los ingresos y costos proyectados y finalmente en el estudio financiero se aprecia los indicadores VAN y TIR que demostraron la viabilidad de la propuesta de expansión de la librería la Central en el cantón Valencia.

## **1. INFORMACIÓN GENERAL**

El proyecto de investigación denominado “Expansión de la Librería la Central” ubicada en avenida 13 de Diciembre y Calle Simón Bolívar zona centro del cantón Valencia, provincia de Los Ríos, inicia en el periodo comprendido en el mes de Octubre del 2015 y finalizó en Marzo del 2017; siendo la Institución auspiciante la Universidad Técnica de Cotopaxi con su Facultad de Ciencias Administrativas y la carrera de Ingeniería Comercial.

El equipo de trabajo está conformado por el Lcdo. Mg. Medina López Enry Gutember, en calidad de coordinador de la investigación y los señores Jácome Chango Cristian Serafín y López Herrera Wilmer David como investigadores directos de este proyecto, el área de conocimiento de la investigación se encuentra enmarcado en las Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho, la línea de investigación corresponde al desarrollo técnico social sostenible.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

El presente estudio de factibilidad para la expansión de la librería la Central constituye una alternativa para satisfacer las necesidades de útiles escolares en el cantón Valencia; para lograr este objetivo se realizó un análisis de la situación actual del mercado para determinar la factibilidad de la propuesta mediante encuestas dirigidas a la población y propietarios de las librerías existentes.

En el proyecto se desarrolló el estudio de mercado determinando la oferta y demanda, así como el correspondiente estudio técnico donde se plasmó todos los requerimientos económicos esenciales para poner en marcha el proyecto, consecuentemente se realizó un análisis financiero con su correspondiente evaluación con la finalidad de comprobar la factibilidad de expansión de un nuevo local de la librería la Central del cantón Valencia; el cual permitió conocer que se requiere una inversión de \$ 90.874,30 y un Valor Actual Neto de \$ 94.998,76 una TIR del 77%.

### **3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo general la elaboración de un estudio de factibilidad para efectuar la expansión de la librería la Central en el cantón Valencia y se justifica porque a través de ella se ofrecerá una alternativa de inversión que permitirá resolver y mejorar la problemática que tiene el cantón sobre el abastecimiento de útiles escolares, debido a esto los consumidores buscan otros locales para adquirir sus productos.

La importancia de la investigación radica en que a través del estudio de factibilidad para crear una sucursal de la librería se podrá ofrecer una opción para la ciudadanía que permita reducir tiempo y generar un ahorro en su economía. (BACA, 2010, pág. 112)

El estudio de factibilidad para la expansión de la librería la Central está fundamentado en los métodos de investigación inductiva, deductivo y los tipos de investigación descriptiva y bibliográfica; empleando además la técnica de las encuestas dirigidas a los propietarios de la librería y las familias del cantón Valencia; datos que avalan la confiabilidad de la información en la investigación.

La finalidad de la investigación una vez que el proyecto sea ejecutado se logrará mejorar la atención a los estudiantes y puedan obtener comodidad, facilidad, economía, variedad del buen servicio para satisfacer las necesidades que requieren las familias del cantón Valencia.

La utilidad práctica del estudio de factibilidad apunta a incrementar la cartera de clientes ofreciéndoles precios cómodos, promociones del producto y calidad en el servicio, se busca también ser más competitivos manteniendo una ideología orientada a fomentar un espacio de oportunidades de trabajo, en busca de un mejor desarrollo que aporten al beneficio de la sociedad. (MUÑIZ, 2010, pág. 112)

### **4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**

A través de la investigación se identifica los beneficiarios directos e indirectos que se detallan a continuación.

- **Beneficiarios Directos**

El proyecto pretende beneficiar en forma directa a:

- La propietaria del local.
- 13.210 estudiantes.
- 470 docentes
- 10.010 familias del cantón Valencia. (posibles clientes)

- **Beneficiarios Indirectos**

Los involucrados que se beneficiaran indirectamente son las empresas distribuidoras de útiles escolares como son:

- **Proveedores:** Dilipa, Office Mundo 21, Papelería Chávez, Empresa Los Julios, Empresa Coquito
- **Entidades recaudadores de impuestos:** Servicio de Rentas Internas (SRI), Ilustre Municipalidad del cantón Valencia, Cuerpo de Bomberos.
- **Entidad financiera:** BanEcuador

## 5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 5.1 Planteamiento del Problema

- **Delimitación macro**

En la actualidad las librerías se han convertido en sinónimos de contribuir al nivel cultural de la sociedad; con estos parámetros en el país existe un sinnúmero de microempresas dedicadas al expendio de útiles escolares; sin embargo muchas de ellas han desaparecido debido que la demanda de las mismas disminuyo como efecto de la dotación de los mismos por parte del Ministerio de Educación teniendo consecuencia que muchas de ellas hayan experimentado una disminución significativa en su rentabilidad.

En el ámbito nacional los útiles escolares están dentro del listado de 2.800 bienes importados que tiene una salvaguardia del 5% al 45% acorde a las marcas; por tanto la industria nacional tiene mayor opción a incrementar la producción para cubrir la demanda de las librerías en diversas provincias. (ECUADOR NOTICIAS, 2010, pág. 2)

- **Delimitación meso**

En la provincia de Cotopaxi existen librerías y papelerías ubicados en lugares específicos que se han mantenido por gran trayectoria frente al mercado competitivo operando con una metodología hacia el manejo de gestión del negocio en general, identificando las variables que intervienen, las relaciones que existen entre ellas a través de la investigación, permite reconocer la situación problemática para decidir mediante las observaciones si los hechos hallados son importantes y solucionarlas, manteniendo el objetivo de satisfacer la demanda y necesidades que requiere el cliente; sin embargo este hecho sucede en las grandes cadenas de librerías y por tanto esto ocasiona que las microempresas que no se innovan acorde a los grandes avances quedan relegada y experimentan una disminución en sus utilidades y posteriormente su cierre inminente. (CABASCANGO, 2012, pág.99)

- **Delimitación micro**

Uno de los problemas primordiales en la librería “La Central” es el insuficiente espacio físico de la infraestructura trayendo como consecuencia que no exista una fluidez de las operaciones diarias, y con ello dificultando brindar un servicio de calidad a los clientes que acuden a diario en la búsqueda de útiles escolares.

Además el hecho que la librería no cuente con un stock amplio de útiles escolares surge como efecto del reducido espacio que permita una mayor exhibición; esto ha generado que no se pueda abastecer las necesidades de los clientes y por tanto los mismos optan por acudir a la competencia o a su vez trasladarse a los cantones vecinos para adquirir los productos que requieren; además el descontento de la población por la falta de mercaderías y espacio en el local, generando la poca salida de ventas por la escases de mercaderías y disminución de clientes.

Una vez identificados los efectos que generan el problema, se plantea como alternativa de solución efectuar un estudio de factibilidad para la expansión de la librería la Central que permitió conocer la factibilidad técnica, económica y financiera de la propuesta en el cantón Valencia. El objeto de estudio es la insatisfacción de mercaderías mientras que el campo de acción es el abastecimiento de útiles escolares.

## **5.2 Formulación del Problema**

¿Es factible la expansión de la Librería la Central del cantón Valencia?

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1 Objetivo General**

- Efectuar un estudio de factibilidad para la expansión de la Librería la Central del cantón Valencia.

### **6.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado para establecer la demanda insatisfecha de útiles escolares en el cantón Valencia.
- Elaborar un estudio técnico para la expansión de la Librería la Central del cantón Valencia.
- Efectuar un estudio económico y financiero que permita conocer la viabilidad financiera de la Librería la Central del cantón Valencia.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

**Cuadro 1. Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados**

Objetivo	Actividad	Resultado de la actividad	Descripción de la metodología
<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un estudio de mercado para establecer la demanda insatisfecha de útiles escolares en el cantón Valencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer la demanda insatisfecha de útiles escolares en el cantón Valencia.</li> <li>Diseño de los instrumentos para recopilar información de campo.</li> <li>Análisis e Interpretación de instrumentos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar si existe mercado para la expansión de la Librería la Central</li> </ul>	<p>Se utilizará herramientas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Encuestas,</li> <li>Entrevistas,</li> <li>Análisis documental</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar un estudio técnico para la expansión de la Librería la Central del cantón Valencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar el tamaño del proyecto</li> <li>Diseñar el proceso de venta</li> <li>Efectuar la distribución de la planta.</li> <li>Determinar los requerimientos técnicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer la viabilidad técnica de la expansión de la Librería la Central.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flujogramas</li> <li>Croquis</li> <li>Plano</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Efectuar un estudio económico y financiero que permita conocer la viabilidad financiera de la Librería la Central del cantón Valencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar la inversión inicial</li> <li>Efectuar la depreciación de los activos fijos.</li> <li>Calcular el monto de inversión y la forma de financiación</li> <li>Establecer las utilidades a percibir</li> <li>Calcular la rentabilidad financiera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocer la inversión para la expansión de la librería.</li> <li>Establecer los costos e ingresos a percibir.</li> <li>Conocer la viabilidad financiera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Método de depreciación lineal.</li> <li>Tabla de amortización</li> <li>Fórmula Punto de equilibrio</li> <li>Formula VAN y TIR</li> </ul>

**Elaborado por:** Los autores

**Fuente:** Investigación de campo



## **8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **8.1. Antecedentes investigativos**

El actual estudio de factibilidad está sustentado de manera teórica en trabajo investigativos similares en diversas partes del país; cuyos resultados se describen a continuación:

#### **8.1.1. “Proyecto de factibilidad para la creación de una librería estudiantil en la ESPE sede Latacunga”.**

La investigación mencionada tuvo como objetivo el diseño de un estudio de factibilidad para la creación de una librería estudiantil para cubrir las necesidades de la comunidad politécnica; para lo cual se efectuó un estudio de mercado empleando la investigación cualitativa que permitió determinar que existe un mercado potencial muy amplio de consumidores en beneficio de los servicios ofertados del proyecto, empleando como instrumento la encuesta; mediante estos resultados se determinó que los servicios que se ofertan actualmente no cumplen con todas las expectativas de sus consumidores, estará ubicado en las instalaciones de la Sede, con las debidas adecuaciones correspondientes brindando una mayor accesibilidad a la comunidad politécnica por su cercanía. Los resultados de la Evaluación Financiera reflejan la factibilidad del proyecto porque se estableció un escenario conservador y el VAN de 44.575,13 es positivo, la TIR del 8.23% es superior al costo de Oportunidad y el Beneficio Costo 1,08 es mayor que uno. (CHAUCA Y TERÁN, 2008, pp. 112-114)

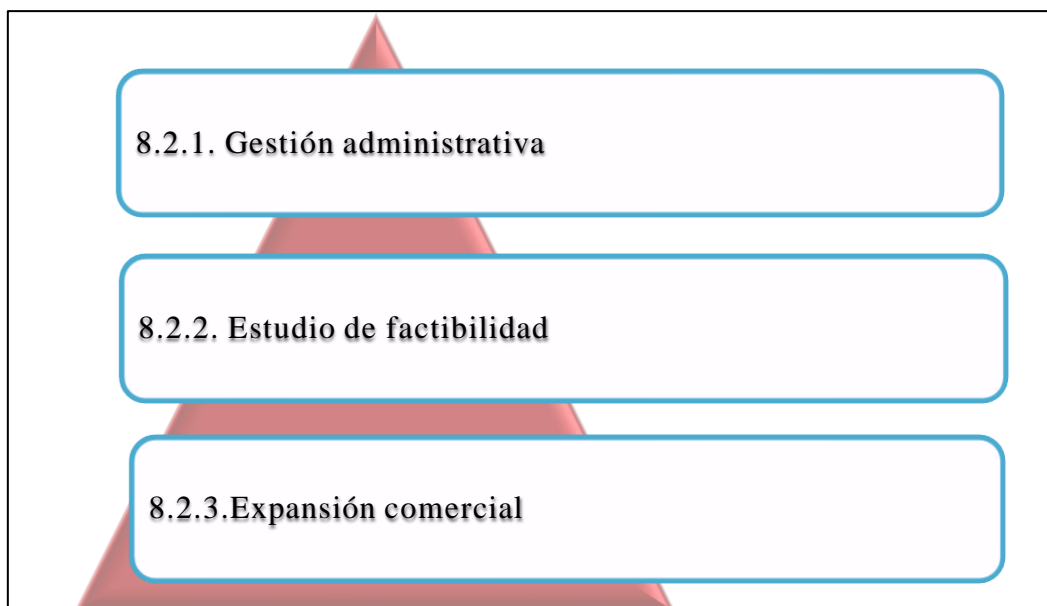
#### **8.1.2. “Estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal de la librería Zamorano en Tegucigalpa”.**

La finalidad principal de la propuesta fue elaborar un estudio de factibilidad que permita determinar la apertura de una sucursal de la Librería Tegucigalpa; mediante la estimación de la demanda potencial de textos educativos en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNAH en Tegucigalpa; por ello la ejecución de un estudio de mercado brindará la información necesaria para el proceso de toma de decisiones que estén acorde con los objetivos de la gerencia. para determinar la viabilidad y factibilidad del proyecto en forma cuantitativa y cualitativa fue necesario recopilar información y analizarla económicamente a

través de encuestas; el estudio relacionado con la implementación de un proyecto se divide en dos etapas: la primera, preparación de proyecto, donde se determina la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios; y la segunda etapa, donde se evalúa el proyecto midiendo la rentabilidad de la inversión; los principales indicadores financieros que se obtuvieron para evaluar la viabilidad técnica y factibilidad financiera fueron VAN: \$ 12.317 TIR: 11%, relación beneficio/costo: \$ 1.03 período de recuperación: 4.5 años y punto de equilibrio de 5.72. (OSCAR, 2003, pp. 152-158)

Los presentes proyectos de investigación realizados han considerado el desarrollo de un estudio de mercado y de factibilidad, para determinar la oferta y la demanda considerando bases teóricas y aspectos relevantes de la investigación relacionados con el mercado, sustentando el potencial de mercado de un producto o servicio específico, así como un análisis suficientemente detallado que determine su viabilidad del proyecto.

## 8.2. Categorías fundamentales



**Figura 1.** Categorías Fundamentales

**Elaborado por:** Los autores

### **8.2.1. Gestión administrativa**

“Se define como la capacidad de una empresa para definir, alcanzar y medir sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles, su quehacer está enfocado para fortalecer el gerenciamiento y promover una organización más eficiente.” (PRIETO, 2012, pág. 23)

La gestión administrativa “comprende la acción de coordinar todos los recursos disponibles para conseguir objetivos, dentro de una empresa es uno de los factores más importantes debido que de ello dependerá el éxito o fracaso que obtenga.” (SANGOQUIZA, 2016, pág.17)

La gestión administrativa otorga a la empresa una estructura organizativa que le permite utilizar todos los recursos necesarios como los recursos humanos, económicos y financieros eficientemente en función del cumplimiento de los objetivos de la empresa.

#### **8.2.1.1. Fases del proceso administrativo**

Este proceso consta de varias etapas para su manejo, maximizando su proceso a continuación se detallan en qué consiste cada una de ellas:

##### **8.2.1.1.1. Planificación**

“Contempla la determinación de metas y objetivos, desarrollo de políticas, procedimientos así como las actividades necesarias para alcanzarlos; planificar implica que los directivos piensan con anticipación sus acciones y se basan en un plan consistente y no en simples corazonadas.” (MEZA, 2013, pág.19)

La planificación trata de identificar qué objetivos desea alcanzar la organización y cómo el proceso de planificación suele ser escrito porque de esta forma es mucho más fácil comunicar los planes y discutirlos sin ambigüedades. (OCAÑA, 2012, pág. 26)

Implica pensar con anticipación en los objetivos y actividades, de modo que se sustenten en algún método, plan o lógica, más que en suposiciones, brindándole a la empresa la capacidad de responder adecuadamente a las actividades rutinarias como a situaciones imprevistas.

#### **8.2.1.1.2. Organización**

Comprende la disposición de trabajo, autoridad y los recursos entre los miembros de una organización en una manera tal que pueda lograr los objetivos de la organización eficientemente. Los administradores deben adecuar la estructura de la organización con sus objetivos y recursos, un proceso que se denomina diseño organizacional. (PRIETO, 2012, pág. 21)

Es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa; es decir es un proceso de organización es cuando se establecen los roles, relaciones, autoridades y responsabilidades. (CABASCANGO, 2012, pág. 11)

A través de la fase de organización se garantiza la asignación de todas las tareas necesarias para el cumplimiento de las metas, como también la asignación que debe hacerse al personal de trabajo en sus capacidades para realizar dichas funciones establecidas.

#### **8.2.1.1.3. Dirección**

Consiste en dirigir o influenciar en las actividades de los miembros de una empresa o grupo de personas para alcanzar objetivos de la empresa mediante la aplicación de factores disponibles; la dirección requiere una respuesta sistemática a los cambios empresariales. (MUÑIZ, 2010, pág. 75)

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad ejercida en base a decisiones, ya sea tomadas directamente, con más frecuencia, delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas. (PRIETO, 2012, pág. 39)

El liderazgo y la comunicación son los elementos fundamentales de la dirección, cuya función consiste en orientar los esfuerzos colectivos de la empresa hacia el cumplimiento de los objetivos empresariales en busca de mantener una excelente relación conjuntamente con sus empleados dentro de la empresa.

#### **8.2.1.1.4. Control**

Es un proceso a través del cual las empresas se aseguran de que las actividades reales se ajusten a lo planificado; este proceso permite efectuar una medición del desempeño actual comparando con otros estándares que han sido previamente establecidos y empleando acciones gerenciales que permitan las correcciones de los mismos. (MUÑIZ, 2010, pág. 102)

Dentro del proceso administrativo el control es la función de cierre e inicio para la retroalimentación de las acciones que se efectúan, se refiere a una fase interrelacionada de forma directa con la planificación, ofrece información para la planificación y puede servir de estímulo a los distintos componentes de la organización si lo toman como un incentivo. (SANGOQUIZA, 2012, pág. 98)

Los directivos a través del control regulan, miden y rectifican, las actividades de la empresa, para garantizar que se cumplan los objetivos formulados y se desarrollen correctamente los planes creados para su consecución; para lo cual se emplean acciones correctivas tanto en el ámbito actual y futuro.

#### **8.2.1.2. Importancia de la gestión administrativa**

La gestión administrativa radica principalmente en que constituye un puente entre el accionar de la empresa y el cumplimiento de sus objetivos, dado que otorga a la organización permitiéndole así optimizar sus recursos, minimizar riesgos, a mayor nivel de certeza en el cumplimiento de lo planificado. (SANGOQUIZA, 2016, pág. 114)

La supervisión de las empresas se basa en la administración efectiva; en la mayoría de los casos la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales o políticos, descansan en las competencias que posee el administrador; es decir que la administración pone orden en la mayor parte de los esfuerzos aplicados en la organización en busca de una óptima gestión administrativa. (MUÑOZ, 2011, pág. 48)

Desde la perspectiva de los autores la gestión administrativa es importante porque a través de ella permite a la empresa coordinar sus esfuerzos y recursos de manera eficiente mediante la aplicación de las actividades de planeación, organización, dirección y control.

### **8.2.1.3. Características de la gestión administrativa**

Para el autor SANGOQUIZA, (2016). Manifiesta que las principales características de la gestión administrativa se destacan de la siguiente manera:

- **Valor Instrumental**

Esta característica hace énfasis en que la gestión administrativa es un instrumento para llegar a un fin, es decir que no es el fin en sí; este valor es una de las características que diferencia a la administración de otras disciplinas.

- **Amplitud**

Esta característica se refiere que la aplicación de la gestión administrativa es necesaria en cualquier tipo de organización y todas sus áreas, puede adaptarse a las características que presente y los objetivos que persiga, por tanto la misma hace énfasis en que la administración debe ser empleada en todos los niveles de una empresa para que se logre su óptimo funcionamiento.

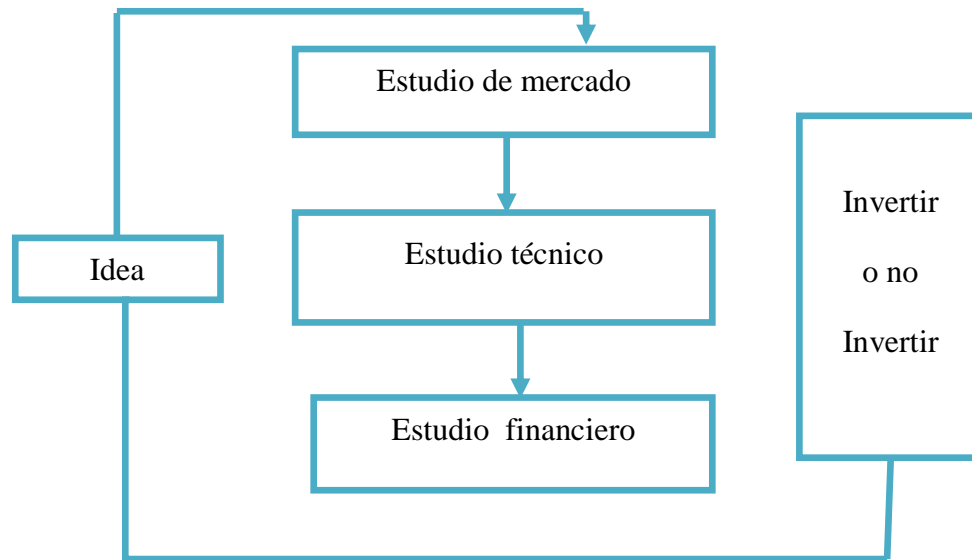
- **Universalidad**

Las características de la gestión administrativa tienen como base la universalidad por el hecho de que la existencia de un organismo social trae consigo el fenómeno administrativo, existiendo una coordinación sistemática de medios.

### **8.2.2. Estudio de factibilidad**

Es un instrumento que sirve de apoyo para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto, con la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos este estudio se formula o se lleva a cabo con información que tiene la menor incertidumbre posible con la finalidad de medir el éxito o fracaso de la idea. (BARRADAS, 2014, pág. 66)

El estudio de factibilidad sirve para evaluar un proyecto es decir, para saber si la idea de inversión será exitosa o fracasará. Para realizar un estudio de factibilidad primeramente hay que fundamentar una idea que sea real, ejecutable y alcanzable, es preciso que esta garantice el éxito deseado. (HERNÁNDEZ Y DUQUE, 2011, pág. 23)



**Figura 2.** Inicio del estudio de factibilidad  
Fuente: (Hernandez & Duque, 2011)

### 8.2.2.1. Etapas del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad esta compuesto por tres variables muy fundamentales que son:

- Estudio de factibilidad de mercado
- Estudio de factibilidad técnico
- Estudio de factibilidad económico o financiero. (HERNÁNDEZ Y DUQUE, 2011, pág. 30)

El estudio de factibilidad está integrado por cuatro etapas fundamentales que permiten determinar la viabilidad de un proyecto encontrándose el estudio de mercado, técnico, medio ambiental y financiero del proyecto el resultado que arroje cada una de estas etapas hará que se tome la mejor decisión, es decir si es o no procedente la inversión de la idea determinada.

### 8.2.2.1.1. Estudio de mercado

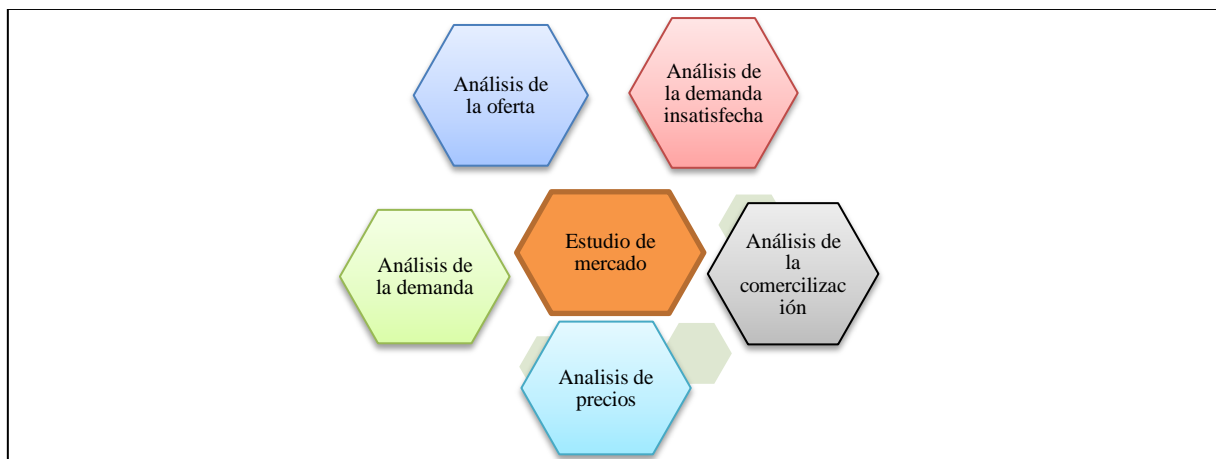
“Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación del mercado, específica que afronta una organización y puede ser empleado para establecer la porción de un determinado mercado donde adquirirá un producto o servicio.” (KOTLER, BLOOM Y HAYES, 2010, pág. 52)

El estudio de mercado consiste en una iniciativa de estudiar la oferta y demanda empresarial y comercial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica, en un tiempo y lugar determinado. (MEZA, 2013, pág. 41)

Para los autores un estudio de mercado permite recopilar y analizar las principales fuerzas del mercado que son la oferta, la demanda y los precios; a través del mismo se puede tener una noción clara sobre las características del producto o servicio la distribución geográfica del segmento que se pretende captar.

- **Elementos del estudio de mercado**

Para un mejor entendimiento del estudio de mercado se requiere comprender cómo está compuesto cada uno de sus elementos; a continuación se muestran los pasos a seguir:



**Figura 3.** Elementos del estudio de mercado  
**Fuente:** (Kotler Bloom y Hayes, 2011)



- **Análisis de la Oferta**

Se entiende que es una cantidad determinada de cierto bien, producto o servicio que los comerciantes, vendedores o productores están dispuestos a poner a disposición de los consumidores a ciertos precios; también podría ser definida como la promesa de cumplir o entregar algo. (MEZA, 2013, pág. 54)

Define la oferta como una relación que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofertar y serían capaces de poner a la venta a precios alternativos; a distintos precios en un tiempo determinado comprendida como la variación de la disposición de bienes y servicios así como los elementos claves que son la disposición de venta y vendedores. (MUNUERA Y RODRÍGUEZ, 2012, pág. 43)

Es la cantidad de bienes o servicios que los productores se encuentran en la capacidad de poner a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades en un determinado lapso o tiempo y estos a su vez se encuentran estrechamente relacionados con la variación de los precios.

- **Análisis de la demanda**

Se entiende por demanda principalmente por medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. La demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionado por los recursos disponibles del comprador y los estímulos de marketing recibidos. (MEZA, 2013, pág. 44)

Es la cantidad de productos o servicios que los consumidores se encuentran dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades a un precio determinado; estos bienes pueden ser muy variados, por lo cual se considera que todos los seres humanos pueden constituirse en demandantes. (MEDINA, 2010, pág. 26)

La demanda es el monto de cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes mercados por el conjunto de consumidores. Un buen estudio de la demanda ayuda a tomar buenas decisiones en el futuro respecto al producto o servicio que se piensa ofrecer.

- **Análisis de la demanda insatisfecha**

“Este término se refiere aquella demanda donde el consumidor no ha podido tener acceso aun determinado producto y en caso de haberlo hecho no se encuentra satisfecho con el producto.” (MEZA, 2013, pág. 72)

Basicamente esta involucrada con el acceso al producto o servicio y la insatisfacción de las personas que lo han adquirido o consumido; es decir cuando la demanda es mayor que la oferta excediendo la oferta planeada y genera como consecuencia la carencia de bienes o servicios. (MUNUERA Y RODRÍGUEZ, 2012, pág. 13)

Se define como la diferencia que existe entre la cantidad de la demanda y la oferta proporcionando comprender una oportunidad para las empresas que pretenden introducir un producto al mercado competitivo debido a que una parte de la población requiere de la misma.

- **Análisis de la comercialización**

“Son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. (MUNUERA Y RODRÍGUEZ, 2012, pág.72)

La comercialización es el medio que permite al productor hacer llegar su producto o servicio al consumidor en tiempo y lugar, es decir la comercialización es la que coloca el producto en el espacio y tiempo adecuado. (CUATRECASAS, 2012, pág. 13)

La comercialización es un conjunto de actividades relativas a hacer efectiva la venta de productos o servicios, puede ser vista desde dos planos el micro que contempla a la empresa y los clientes y el macro que se enfoca en el sistema de producción y distribución.

- **Análisis de precios**

Se refiere al estudio del monto en dinero ya que este influye más en la percepción que tiene el consumidor final o usuarios sobre el producto o servicio que están dispuestos a pagar para

lograr el uso, posesión o consumo de un producto o servicio específico y nace la oferta y la demanda y por ende nace la competencia en el mercado. (SÁNCHEZ, 2013, pág. 74)

El análisis de precios es uno de los factores fundamentales porque esta permitirá identificar la rentabilidad que tendrá el proyecto, puesto que identifica el valor de los ingresos a recibir en determinados períodos; en términos generales se dice que cuando existe demanda insatisfecha los precios suben. (MEZA, 2013, pág. 43)

Abarca el estudio de la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto o servicio, tanto a nivel de los productores, consumidores y la competencia; en términos generales la fijación de los precios de los distintos productos o servicios depende muchas veces de un monopolio o oligopolio.

#### **8.2.2.1.2. Estudio técnico**

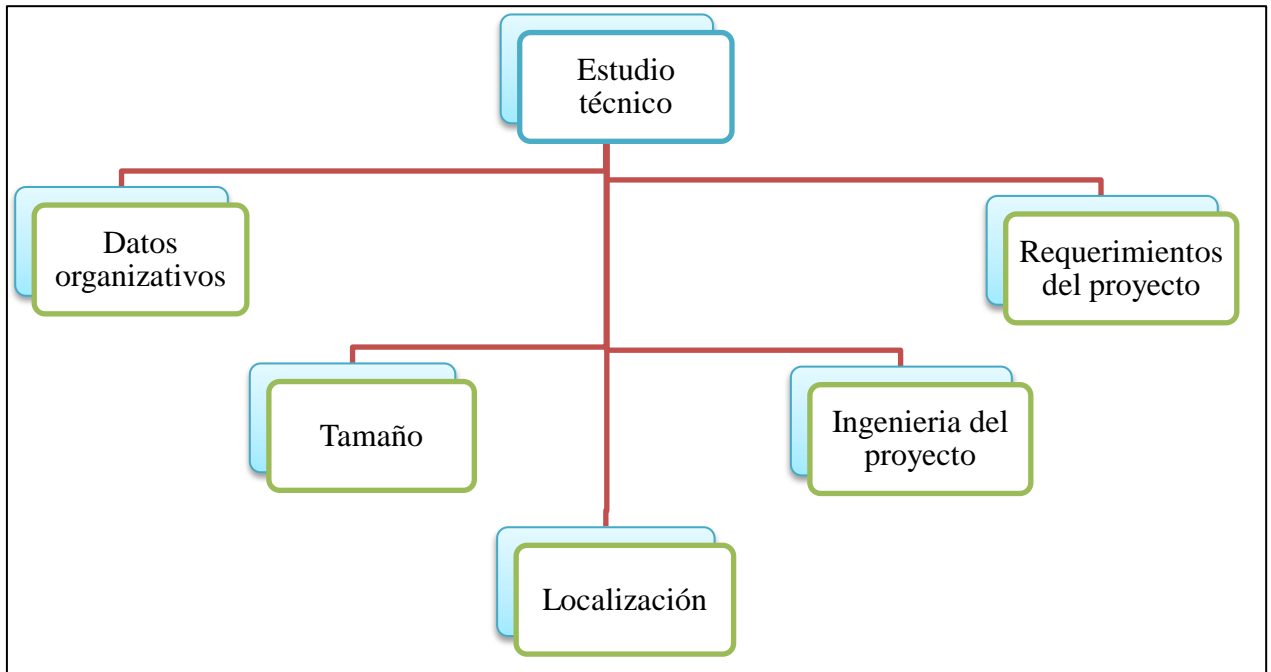
Consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión. También pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea. (BACA, 2010, pág. 101)

El estudio técnico se refiere a todo aquello que tiene relación con la estructura organizativa, la capacidad instalada y localización de la microempresa. Es decir que el estudio técnico permitirá determinar el tamaño, la localización óptima de la planta, administrativa y legal la forma de cómo estará estructurada la microempresa. (MEZA, 2013, pág. 68)

El estudio técnico para los autores es la parte del estudio de factibilidad en la que se recopila y procesa información concerniente a la ingeniería del proyecto, los procesos productivos, es decir que constituye un esquema de la operatividad de la propuesta.

- **Elementos del estudio técnico**

Para un mejor manejo intelectual de cómo está estructurado el estudio de factibilidad técnico se debe considerar principalmente estos siguientes pasos:



**Figura 4.** Elementos del estudio técnico  
 Elaborado por: Los autores

- **Datos organizativos del proyecto**

**a) Marco Legal**

Este término responde a las cuestiones de cómo constituir y formalizar una empresa, pues se refiere al estudio de las normas y regulaciones existentes relacionadas a la naturaleza del proyecto y de la actividad económica que desarrollará, las cuales pueden determinar que el marco legal es o no viable. (MUÑIZ, 2010, pág. 40)

Es un estudio de los aspectos legales necesarios para la formalización de la empresa los cuales inciden en los rubros operativos y económicos del proyecto; es decir los reglamentos, leyes que rigen en un país; los cuales permiten establecer cualquier defensa según sea el caso. (MEZA, 2013, pág. 71)

De acuerdo a lo antes expuesto este estudio requiere de la descripción de los pasos a nivel legal para la creación de una empresa, los cuales se deben cumplir para alcanzar los objetivos deseados, trata sobre el registro de marcas, formas societarias, licencias, afecciones tributarias, etc.

## **b) Estructura organizativa**

En este aspecto se establecen las líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante un supervisor inmediato. Esto permite ubicar a las unidades administrativas en relación con las que le son subordinadas en el proceso de la autoridad. (MARTÍNEZ Y ARTEMIO, 2012, pág. 38)

La estructura organizativa son todas aquellas características de cómo va estar formada la organización la misma que establece la autoridad, jerarquía, organigramas y departamentalizaciones de una empresa dentro de la misma. (SÁNCHEZ, 2013, pág. 26)

De acuerdo a los autores mencionados la estructura organizativa es la forma en la que se distribuyen las jerarquías o roles que debe cumplir en la empresa para el normal desarrollo de esta; el conjunto de relaciones de una empresa, puestos de trabajo, tareas, flujos de autoridad y decisiones.

## **c) Estructura funcional**

Agrupar las actividades en torno a las funciones típicas que tienen lugar en la empresa: producción, comercial, administración, finanzas, etc. Este tipo de agrupación es el más utilizado tradicionalmente encontrándose en cualquier estructura organizativa de una empresa. (MARTÍNEZ, 2012, pág. 118)

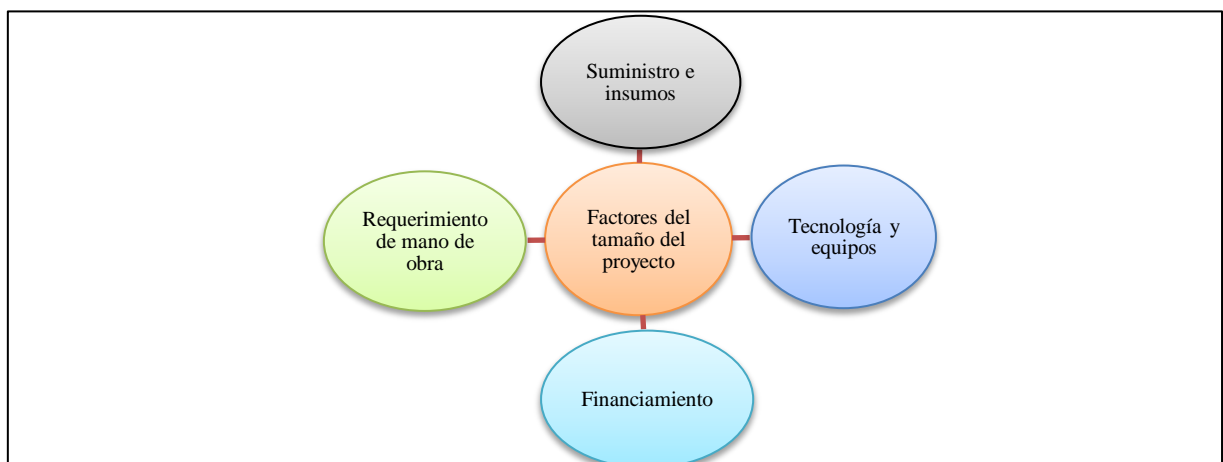
La estructura funcional agrupa las principales actividades o funciones que deben realizar los trabajadores dentro de la organización como las ventas, marketing, recursos humanos hace mención a la forma en la que se encuentran divididas las empresas con respecto al recurso humano.

- **Tamaño del proyecto**

Aquí se instaure la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer. Aquí se establece una conexión con el estudio de mercado en donde se definió la demanda efectiva del proyecto y el mercado objetivo del mismo. (BACA, 2010, pág. 27)

El tamaño del proyecto es la capacidad de producción que tiene la empresa o microempresa para satisfacer las necesidades del mercado actual. Todo esto depende del equipo que se posea o de la cantidad de productos disponibles que tenga para ofertar. (MEZA, 2013, pág. 56)

El tamaño del proyecto también depende de varios factores como la maquinaria y los equipos, los suministros e insumos y por último el financiamiento que se refiere a la capacidad de producción que tendrá la empresa; esta puede ser expresada en términos diarios, semanales, mensuales o anuales.



**Figura 5.** Factores que determinan el tamaño del proyecto  
**Elaborado por:** Los autores

- **Localización**

La macro localización y micro localización son los aspectos básicos del estudio técnico. Se definen por la selección del sitio que representa la ubicación para el proyecto en función de la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible. (BACA, 2010, pág. 22)

“La localización se refiere al lugar específico en donde se encontrara ubicado el proyecto, la cual debe de contar con la mano de obra, materia prima disponible para poder iniciar su actividad.” (MEZA, 2013, pág. 43)

Dentro de un proyecto de inversión la localización hace énfasis en las características del sitio en el que se desarrollará las actividades de producción o prestación de servicios; identificando y analizando las variables denominadas fuerzas localizaciones con el fin de determinar el sitio idóneo.

### **a) Macro localización**

En esta primera etapa, se selecciona el área general país, estado en que se ubicara el proyecto, a través del análisis de sus condiciones generales tanto de infraestructura, como económico, su población, e indicadores y características económicas sociales más importantes. (PALACIO, 2010, pág. 95)

Consiste en decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio con el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, la cual cubra con las exigencias o requerimientos que permita minimizar costos y gastos de proyecto.

### **b) Micro localización**

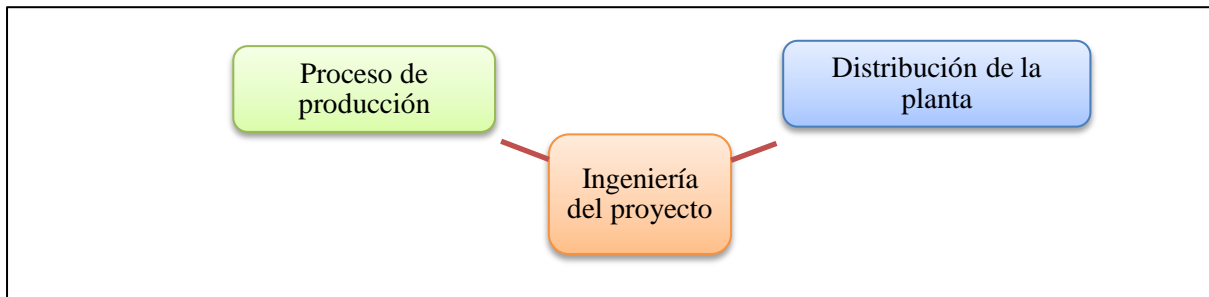
Se define como la ubicación precisa que tendrá el proyecto, definiendo la provincia, cantón, parroquia, zona urbana o rural en ella se identifican claramente el lugar, medidas del terreno, domicilio, vías de acceso, etc. Esta micro localización, abarca también la definición de las condiciones naturales geográficas y físicas que tiene el lugar, así como la infraestructura y disponibilidad de la mano de obra para el proyecto. (PRIETO, 2012, pág. 122)

La micro localización elige el punto exacto en donde estará ubicada la empresa o microempresa, dentro de la macro localización, la cual tiene como propósito seleccionar la comunidad y el lugar específico para la aplicación del proyecto. (BACA, 2010, pág. 56)

Considerando lo anterior la micro localización es el tratamiento de la información pertinente al sitio exacto donde se desarrollará el proyecto y contempla aspectos como: características climatológicas, acceso a servicios básicos, vías de transporte, disponibilidad de la materia prima, etc.

- **Ingeniería de Proyecto**

“En ítem se debe especificar los procesos productivos y especialmente la distribución que tendrá lugar la planta el local comercial o el espacio físico donde funcionara el futuro negocio o emprendimiento.” (PALACIO, 2010, pág. 102)



**Figura 6.** Elementos de la ingeniería del proyecto a desarrollar  
**Elaborado por:** Los autores

**a). Proceso de producción**

“Es la forma o los pasos que son necesarios realizar para lograr obtener un producto un bien o un servicio mediante la transformación de insumos aplicando una determinada tecnología.” (CUATRECASAS, 2012, pág. 39)

“Es un conjunto de pasos coordinados entre sí que requiere de materia prima, insumos, mano de obra y tecnología de punta con el fin de tener un producto o servicio que satisfaga las necesidades de los consumidores.” (GILL Y GINNER, 2013, pág. 102)

El proceso de producción lo constituyen una serie de fases que transforman la materia prima e insumos mediante la intervención de la tecnología la mano de obra calificada; de esta manera los elementos conocidos como factores pasan de ser elementos de salida a los productos terminados.

**b). Distribución de la planta**

Este componente del estudio técnico tiene que ver con la forma de cómo están ordenados los equipos y las demás áreas que conforman la planta, esta distribución debe permitir la facilidad de avanzar en los procesos de producción y de trabajo al costo menos posible y con el mínimo de manipulación. (PALACIO, 2010, pág. 74)



La distribución se destaca por ser un elemento básico e importante es decir que se refiere al ordenamiento de los elementos necesarios para llevar a cabo un proceso productivo, son varios los aspectos a considerar, entre los principales están: la cantidad de maquinaria, sus características, la tecnología, el espacio, entre otros. (GILL y GINNER, 2013, pág. 28)

#### **8.2.2.1.3. Estudio económico o financiero**

Permite determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el costo total de la operación de la empresa, abarcando las funciones de producción, administración y ventas. Este estudio permite conocer la factibilidad del proyecto en cuanto a la rentabilidad y las pautas para saber si es conveniente o no implementar el mismo. (FERNÁNDEZ, 2010, pág. 134)

El estudio financiero de un proyecto permite medir sus alcances y sus repercusiones, no solamente en lo referente a lo financiero sino a todo el complejo de las interrelaciones económicas, financieras y socio económicas que tiene un proyecto desde el transcurso de su inicio y sus actividades operacionales futuras de una empresa. (MEZA, 2013, pág. 58)

El estudio económico financiero se compone de la estimación de los costos, gastos y beneficios derivados de la puesta en marcha del proyecto, así mismo se mide la rentabilidad mediante los indicadores financieros como el VAN, y el TIR, C/B u otros según se considere pertinente.

- **Inversión inicial**

“Es la cantidad monetaria que se requiere invertir para poner en marcha un proyecto; que incurrió la empresa o persona al inicio de un proyecto, esta inversión contempla dos grandes rubros; infraestructura y maquinaria y muchas veces se incrementa un tercer rubro denominado costos de operación.” (GILL Y GINNER, 2013, pág. 43)

La define como la aplicación de recursos para crear nuevos bienes que sirvan para producir lo que precisamos, es decir que esta inversión consiste en sustraer el esfuerzo productivo de bienes que satisfacen necesidades inmediatas, para aplicarla a otros bienes que después sirven para producir en adelante. (SOLANET, 2010, pág. 144)

La inversión inicial está relacionada con el valor económico que será necesario invertir para la puesta en marcha del proyecto, se obtienen este valor una vez sumado todos los requerimientos del proyecto como bienes, insumos, mano obra, maquinaria y de más elementos que el proyecto necesitaría en el transcurso de su funcionamiento.

#### **a) Inversión fija**

Es la inversión necesaria para emprender el proyecto donde se agrupan todos los rubros tangibles e intangibles que van a facilitar el costo del proyecto, es la determinación de la inversión fija basándose en las cotizaciones de todos los bienes que se utilizarán con su respectiva depreciación de maquinarias y equipos. (GILL Y GINNER, 2013, pág. 37)

Se entiende por inversión fija a todas las compras o adquisiciones que van a formar parte de la empresa e incluye maquinaria, equipo y tienen una vida útil mayor a un año, por tanto se deprecian para conocer su nivel de desgaste.

#### **b) Inversión diferida**

Está involucrada con los gastos de constitución, los estudios necesarios para el desarrollo del proyecto, así como gastos de asistencia, capacitación, puesta en marcha del proyecto y demás costos, gastos de carácter inmaterializado que son necesarios para el estudio y puesta en marcha del proyecto. (GILL Y GINNER, 2013, pág. 55)

La inversión diferida son todos los costos y gastos inmaterializados que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto; se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos, usualmente está conformado por trabajos de estudios, gastos administrativos.

#### **c) Capital de trabajo**

Es la inversión de una empresa en activos a corto plazo de una plaza, dentro del procesos de producción se considera capital de trabajo a los valores que se tiene para cancelar por la adquisición de materia prima, o la cancelación del servicio requeridos para la operación de la empresa. (GILL Y GINNER, 2013, pág. 43)

El capital de trabajo es el dinero que circula en el pago por la adquisición de materia prima para la elaboración de un producto, o por la adquisición de un servicio, o determinados productos ya elaborados para ser comercializados.

- **Financiamiento**

La determinación del financiamiento del proyecto es necesaria porque este identifica el conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio. (MEDINA, 2010, pág. 103)

“El financiamiento del proyecto es con el fin principal de poder llegar a determinar de qué forma se va a conseguir los recursos económicos para su financiamiento que servirán para ejecutar el proyecto.” (BACA, 2010, pág. 97)

Dentro de un proyecto de inversión el financiamiento hace énfasis en obtener respuesta a la cuestión de donde provendrá la cantidad monetaria requerida para poner en marcha el proyecto, enfatizando los porcentajes requeridos y su distribución.

### **1) Financiamiento de fuentes propias**

Se refiere a los recursos que proceden como aportación de los propietarios del nuevo emprendimiento, es decir el porcentaje de aportación inicial para la puesta en marcha del proyecto. (MEDINA, 2010, pág. 71)

La financiación de fuentes propias es el porcentaje inicial que realizan los socios como aporte a una parte de la inversión inicial para su empresa que se necesita para poner en marcha en la realización de un determinado proyecto.

### **2) Financiamiento de fuentes secundarias**

La procedencia de este tipo de finalización del proyecto nada tiene que ver con el aporte de los socios más bien está relacionado con los préstamos obtenidos de terceros con la finalidad de ser invertido única y exclusivamente en el proyecto. (MEDINA, 2010, pág. 115)

Se refiere a la obtención del recurso monetario por parte de terceras personas que bien podrían instituciones financieras como cooperativas de crédito, bancos o corporaciones ya sean estas públicas o privadas. (ESTUPIÑAN, 2012, pág. 15)

El financiamiento de fuentes secundarias son los préstamos realizados a terceros para invertir en el proyecto; los montos de inversión dependerán del tipo de negocio ya que existen diversas fuentes de financiamiento que permiten obtener dicho capital.

- **Costo de producción**

Este tipo de costo hace referencia a la valoración monetaria de los costos incurridos para la obtención de un producto o por la prestación de un servicio. Dentro de estos costos se consideran la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación. (REBOLLAR, 2011, pág. 70)

Los costos de producción son los valores desembolsados que permiten por la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, como elementos integrantes de este costo se encuentra la mano de obra, los costos indirectos de fabricación y la materia prima.

### **1) Costos fijos**

Son aquellos en que incurren las empresas para ciertos niveles de producción que permanecen constantes respecto a la actividad desarrollada, por lo que su consumo no depende de las fluctuaciones en el nivel de actividad y cambian acorde el volumen de las ventas o el nivel de producción, donde la empresa tendrá que pagar todos los meses el mismo valor independientemente del volumen de ventas. (REBOLLAR, 2011, pág. 53)

Se entiende como costos fijos a aquellos costos que no son sensibles a pequeños niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen estáticos ante esos cambios; por tanto lo más correcto sería llamarlos costos fijos. (BACA, 2010, pág. 124)

Son aquellos que no están sujetos a cambios, permanecen estáticos pese a que la producción disminuya o incremente, los costos fijos deben considerarse con los resultados del periodo en

que incurren; es importante resaltar que dichos costos se deberán cancelar si se producen o no las ventas.

## **2) Costos variables**

Son aquellos cuyo consumo fluctúa proporcionalmente con el nivel de actividad desarrollado en el período y deberán ser cancelados para producir los productos o servicios; donde mayor sea el volumen más costos variables se deberá pagar. (REBOLLAR, 2011, pág. 72)

Un costo variable o coste variable es aquel que tiene variaciones de acuerdo al volumen de producción que tiene una empresa o institución, de hecho si la producción fuera anula estos costos sería cero; por tanto en este aspecto radica su ventaja, evitando que la empresa entre pérdidas innecesarias. (BACA, 2010, pág. 34)

Los costos variables son aquellos que dependen del volumen de la producción, al incrementarse la producción también se incrementan estos costos; el aspecto favorable de estos costo es que si no hay producción no se generan estos costos y por tanto la empresa evita estos pagos en un determinado lapsos de tiempo.

- **Estado de pérdidas y ganancias**

También conocido también como estado de resultados, es un informe financiero que utilizan las empresas donde muestra la rentabilidad de una empresa durante un período determinado de tiempo una vez deducidos los respectivos impuestos. (ESTUPIÑAN, 2012, pág. 71)

Muestra las ganancias y/o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener, por ello este es un estado financiero netamente económico y de carácter dinámico elaborado al cierre del ejercicio contable, generalmente realizado cada año periódico. (MEZA, 2013, pág. 115)

El estado de pérdida y ganancias es aquel que proporciona información sobre los ingresos y egresos que la empresa realizó durante un periodo determinado, la misma que permitirá medir la rentabilidad de la empresa.

- **Flujo de caja**

Es el resumen de todas las entradas y salidas de efectivo durante un periodo dado, este documento sirve para poder determinar las situaciones liquidez de la empresa, sirve también para analizar la viabilidad de los proyectos de inversión y para medir la rentabilidad y el crecimiento de un negocio. (ESTUPIÑAN, 2012, pág. 36)

En el flujo de caja se resumen todas las entradas y salidas de efectivo realizado durante un periodo y permite saber o conocer si el proyecto de inversión será viable o no, puesto que se puede determinar tempranamente la rentabilidad del proyecto. (MEZA, 2013, pág. 78)

El flujo de caja es un estado financiero que presenta todos los ingresos y desembolsos realizados por concepto de las actividades efectuado por una empresa en periodo dado y su función es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos, facilitando la toma de decisiones.

#### **8.2.2.1.4. Evaluación financiera**

“A través de este estudio se realiza un análisis que se lleva a cabo con la finalidad de determinar la pertinencia de realizar el proyecto en función de su rentabilidad financiera y social si la inversión en un activo o proyecto tendrá beneficios para los propietarios mediante un escenario esperado. (RODRÍGUEZ Y HERNÁNDEZ, 2012, pág. 27)

La evaluación financiera determina si la inversión a desarrollarse generará algún beneficio para los nuevos emprendedores a través de un escenario esperado; por tanto se conoce como aquel ejercicio teórico donde se identifican y comparan los costos y beneficios de un proyecto. (MEZA, 2013, pág. 88)

La evaluación financiera se define como un estudio que centra su atención en los resultados a nivel económico que un proyecto generará dentro de un periodo determinado; de esta manera permitiendo al inversionista tomar la decisión más conveniente.

### **a. El Valor Actualizado Neto (VAN)**

Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (RODRÍGUEZ Y HERNÁNDEZ, 2012, pág. 49)

Es un método de valoración de inversiones en la que partimos de la rentabilidad mínima que queremos obtener con esta rentabilidad mínima calcularemos el valor actualizado de los flujos de caja (diferencia entre cobros y pagos) de la operación. (MEZA, 2013, pág. 122)

El Van es uno de los índices más utilizados dentro de la evaluación de proyectos de inversión para medir la rentabilidad que su ejecución tendrá a través de la medición de los flujo futuros de los ingresos y egresos descontando la inversión inicial y si el resultado es positivo es viable.

### **b. La Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero, es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. (RODRÍGUEZ Y HERNÁNDEZ, 2012, pág. 11)

Es el interés máximo que podría pagar el proyecto para poder recuperar su inversión y los costos de operación ejecutados y es utilizada para efectuar la medición y comparar la rentabilidad de un proyecto en relación a otras inversiones; también es conocida como la tasa de flujo de efectivo descontado.

### **c. Periodo de recuperación del capital**

“El (PRC) permite conocer en cuanto tiempo se recuperará la inversión realizada para implementar el proyecto a valor presente; es decir el periodo en el que se cubre la inversión en años, meses y días.” (RODRÍGUEZ Y HERNÁNDEZ, 2012, pág. 15)

El periodo de recuperación del capital indica el tiempo en que se cubrirá el valor total de la inversión en años, meses y días. Es un indicador que muestra en que tiempo el inversionista podrá recuperar su inversión.

**Fórmula:**

$$P.R.I. = \text{Año del último flujo negativo} + \frac{\text{Valor absoluto del flujo acumulado negativo}}{\text{Flujo de caja del siguiente periodo}}$$

- **Punto de equilibrio**

“Se denomina punto de equilibrio al nivel en que los ingresos igualan a los costos totales y se sobre entiende que la empresa no genera utilidad ni pérdida; es decir es la igualdad que se forma entre los ingresos y los costos totales, no existiendo pérdida ni ganancia.” (REBOLLAR, 2011, pág. 78)

El punto de equilibrio o punto muerto es aquel que no representa ni ganancias ni pérdidas para el inversionista sino que devuelve la cantidad invertida y los ingresos totales son exactamente a los costos totales con la producción de un bien o servicio producido por la empresa.

### **8.2.3. Expansión comercial**

Consiste en el crecimiento o desarrollo de la actividad económica de una empresa mediante la ampliación de la gama de productos o servicios que ofrece, la diversificación hacia nuevos mercados. (BARRADAS, 2014, pág. 71)

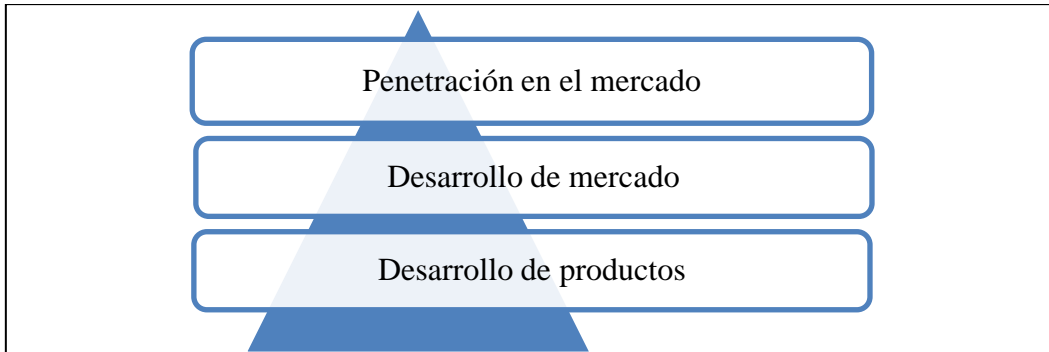
Es una forma de crecimiento empresarial que se basa en la ampliación o explotación del negocio o los negocios actuales de la empresa, por lo que supone una estrecha relación con su actividad actual. (MEDINA, 2010, pág. 63)

La expansión comercial implica el mantenimiento de los productos y la actividad principal de la empresa puede darse por tres vías que son: penetración en el mercado, desarrollo de mercado y el desarrollo de productos.



### 8.2.3.1. Formas de expansión comercial

De acuerdo al nivel de dominio que la empresa tenga del mercado actual y la mejora de los productos ofrecidos se puede considerar las siguientes estrategias de expansión:



**Figura 7.** Formas de expansión comercial  
**Fuente:** Munuera y Rodríguez, (2012)

#### 8.2.3.1.1. Penetración en el mercado

Se basa en el aumento de las ventas utilizando técnicas de marketing para buscar nuevos clientes, trata de aumentar el volumen de ventas, las formas de efectuarla son: mediante el uso de variables comerciales y explotando la ventaja competitiva de liderazgo en costos o diferenciación de productos. (DOMÍNGUEZ, 2013, pág.112)

Esta modalidad de expansión consiste en que la empresa incremente el volumen de las ventas por medio de la orientación a sus clientes actuales o bien tratando de encontrar nuevos clientes para sus productos. (MUNUERA Y RODRIGUEZ, 2012, pág. 93)

La penetración en el mercado no supone modificación del campo de actividad, pero sin embargo implica el crecimiento, su principal propósito es incrementar el volumen de ventas e incrementar la participación de la empresa en la distribución comercial en los mercados a operar, esto puede generar que más clientes adquieran el producto.

#### 8.2.3.1.2. Desarrollo de mercado

Se refiere a una de las opciones que consideran las empresas, para crecer, consiste en colocar en nuevos mercados los productos que a la fecha comercializa, por lo tanto las características de los productos o servicios son conocidos así como la experiencia en la venta del mismo son factores que juegan a favor de esta clase de crecimiento. (DOMÍNGUEZ, 2013, pág. 115)

### **8.2.3.1.3. Desarrollo de productos**

Hay empresas que deciden mejorar sus productos tradicionales, haciendo que evolucionen, como puede hacer un fabricante de herramientas que diseñe mangos especiales que se adapten a la forma de la mano de los trabajadores, para hacer más cómodo su manejo tanto la ingeniería de producto y análisis de mercado. (MUNUERA Y RODRIGUEZ, 2012, pág.123).

Contempla los productos y mercados ya existentes como base, buscando penetrar en el mercado mediante una mayor participación en el, pero esto es lo más difícil ya que implica crecer a expensas de la competencia; esta estrategia permite a la empresa crecer a través de ofertar nuevos productos y captar un mayor segmento de mercado del producto. (DOMÍNGUEZ, 2013, pág. 91)

Las modificaciones en los productos pueden mejorar las prestaciones de los productos tradicionales gracias a las innovaciones tecnológicas realizadas por la empresa, las cuales pueden ser incrementales o radicales.

### **8.2.3.2. Librería**

Se define como aquellos establecimientos y espacios en los que el principal producto en venta son artículos relativos al papel, aunque los mismos pueden estar complementados por materiales de oficina, de escribir o dibujar. (GIL, 2012, pág. 48)

Es un establecimiento comercial dedicada a la venta de útiles escolares y artículos de oficina al por mayor o menor, por dicha razón suelen estar ubicadas muy cerca de lugares donde existen establecimientos educativos u oficinas. (CABASCANGO, 2012, pág. 51)

Una librería es una empresa cuya actividad económica es la compra y venta de objetos e insumos para oficinas y actividades escolares; también funciona como proveedora de materiales didácticos para que los estudiantes puedan desarrollar su formación académica.

### 8.2.3.2.1. Librería La Central

La librería “La Central” con RUC: 1200728713001, se fundó hace veinte y cinco años, es un local propio de familia con capital propio (\$ 5000, 00); se creó para apoyar al mejoramiento de la educación y el desarrollo social, ofreciendo una gama de libros y útiles a precios cómodos para los estudiantes, profesores y público en general. La misma que se encuentra ubicada en el cantón Valencia en la calle 2 de agosto y 13 de diciembre junto al local comercial Moreira; su propietaria es la Sra. Victoria María Herrera Albán y la parte administrativa está a cargo de la Sra. Sandra Herrera Albán; la microempresa fue constituida como Persona Natural, donde su actividad comercial es la venta al por menor y mayor de artículos de papelería y bazar.

La empresa cuenta con local propio es un sitio estratégico que ha permitido ser reconocida por la población del cantón Valencia por su amable atención y productos de calidad que han permitido mantenerse a la vanguardia de la competencia; la empresa comercial ofrece útiles escolares en las marcas Norma, Estilo, Vernaza, Carioca, Pelikan, Line azul, Nataraj, Bardorth, Rodher; con el propósito de ofrecer un mejor precio se trabaja con distribuidores directos, también con papelerías que son bases de distribución como la librería Mundo 21 y la papelería DILIPA ya que estos locales son centros de distribución de productos como BIC y PAPELESA.

### 8.2.3.2.2. Consumidores reales de la población estudiantil del cantón Valencia

En el cantón Valencia existen un total de 65 Instituciones educativas, identificando los tres niveles de educación, nivel pre primario, nivel básico, nivel universitario; donde se identificó la existencia de 57 escuelas, 6 unidades educativas y 2 colegios tal como determina la base de datos proporcionada por el Ministerio de Educación de la provincia de los Ríos; cuyos resultados se detallan a continuación:

**Cuadro 2. Escuelas del cantón Valencia**

<b>Nombres de las instituciones</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Tipo</b>	<b>Nº. de alumnos</b>
Platón	Pinela	Fiscal	55
Silvio Cazares Medina	Penizola	Fiscal	90
Pacto Andino	Ni un paso atrás	Fiscal	239
Blanca Hernández Villagrán	Primera Banquera	Fiscal	45
Gabriela Mistral	Segunda Banquera	Fiscal	99
Defensores del Cénepa	Guamani	Fiscal	35

Gregorio Valencia	Valencia	Fiscal	544
Emilio Rivas Huerta	Chipe	Fiscal	229
Camilo Destruge	La Experiencia	Fiscal	59
Juan Salinas	Nueva Unión	Fiscal	409
13 de Diciembre	El Atascoso	Municipal	232
Líderes del Futuro	Valencia	Particular	106
Rio Curaray	San Pablo	Fiscal	50
Volcán Cotopaxi	Tercera Banquera	Fiscal	28
Juan León Mera	Aguas Claras	Fiscal	59
Ana Llerena Otoyá	La Italia	Fiscal	47
Miguel de Cervantes	San Pablo 2	Fiscal	68
Eugenio Espejo	La Cadena	Fiscal	742
Alamor	Lampa	Fiscal	55
Corazón de Jesús	Nueva Esperanza	Fiscal	355
Cayambe	Aguacate de Pises	Fiscal	66
Belisario Quevedo	San Alfonso de Pises	Fiscal	47
Quiroga	El Recreo	Fiscal	50
Cariamanga	Guampe	Fiscal	24
Girón	Costa Azul	Fiscal	170
Buena Gratitude	Valle Negro	Fiscal	59
Juan Montalvo	Santa Martha	Fiscal	25
Clemente Yerovi Indaburo	Poza Honda	Fiscal	38
Provincia de El Oro	La Frontera	Fiscal	118
Tholomeo	Colina 10 de Noviem	Fiscal	50
Hernando de Magallanes	Gualipe	Fiscal	71
Cascada de Agoyan	El Achiote	Fiscal	199
Jorge Washington	Isla de la Libertad	Fiscal	40
Montecristi	Tonglo N° 2	Fiscal	51
1 de Junio	La Baltazara	Fiscal	45
René Descartes	Fátima	Fiscal	62
Pablo Picazzo	San Pedro de la Y	Fiscal	270
Néstor Coello Viteri	San Simón	Fiscal	60
León Febres Cordero	Isla Chévere	Fiscal	50
Sagrada Familia	Camaronés	Fiscal	46
Juan Montalvo	La Federico	Fiscal	452
Américo Vespucio	La Ceiba	Fiscal	13
Juan Amos Comenius	Unión del Toachi	Fiscal	51
Jaime Hurtado González	Moro cumba	Fiscal	15
Madre Laura	Mirador de Valencia	Fiscal	20
Francisco Calderón		Fiscal	42
Rosa Celeste Terrenos		Fiscal	278
Corazón		Fiscal	23
Manuela Sáenz		Fiscal	84
Julio Tobar Baquero		Fiscal	52
Región Insular		Fiscal	65
Carlos Luis Plaza Dañin		Fiscal	208
Carlos Vascones Alarcón		Fiscal	23
Siglo XXI		Particular	60

Cristóbal Colon		Particular	160
Rafael Olmedo Naranjo		Particular	120
Escuela Especial Fanad		Especial	50
<b>TOTAL</b>			<b>6.803</b>

**Fuente:** Distrito del Ministerio de Educación Los Ríos

**Elaborado por:** Los autores

### Cuadro 3. Unidades educativas del cantón Valencia

<b>UNIDADES EDUCATIVAS DEL CANTÓN VALENCIA</b>			
Galo Plaza Lasso	Valencia	Fiscal	724
Víctor Manuel Rendón	Valencia	Fiscal	1.277
Eloy Alfaro	La Unión	Fiscal	1.124
Gladys Cedeño de Olivo	Valencia	Particular	118
El Vergel 41	El Vergel	Fiscal	822
San Francisco de Asís	Valencia	Particular	306
<b>TOTAL</b>			<b>4.371</b>

**Fuente:** Distrito del Ministerio de Educación Los Ríos

**Elaborado por:** Los autores

### Cuadro 4. Colegios del cantón Valencia

<b>COLEGIOS DEL CANTÓN VALENCIA</b>			
Ciudad de Valencia	Valencia	Fiscal	1714
Ercilia de Martínez	Valencia	Fiscal	322
<b>TOTAL</b>			<b>2.036</b>

**Fuente:** Distrito del Ministerio de Educación Los Ríos

**Elaborado por:** Los autores

## 9. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

**¿Con el estudio de mercado se logrará conocer la oferta y demanda de útiles escolares requeridos por la ciudadanía del cantón Valencia?**

Con el estudio de mercado realizado se pudo identificar que en el cantón Valencia posee una población conformada por 10.010 familias para el año 2016 acorde a los datos del INEC, 2010; constituyendo posibles clientes; una vez efectuado las encuestas a los propietarios de las librerías y a una muestra de la población, se determinó una demanda de 805.810 y una oferta de 140.358 unidades de útiles escolares, con estos resultados se determinó la existencia de una demanda insatisfecha de 665.452 para el año 2016, valor que permite demostrar la existencia de un segmento de mercado que requiere los productos que se ofertan en la Librería La Central.

### **¿Existe viabilidad técnica para la expansión de la Librería La Central del cantón Valencia?**

A través del estudio técnico efectuado se determinó que existe la factibilidad en cuanto a la infraestructura debido que en el local comercial donde funciona la empresa cumple con las expectativas para la expansión de la librería, por cuanto el costos del arriendo, la disponibilidad de los servicios básicos, la micro localización son las más adecuadas; además se cuenta con la disponibilidad de mano de obra y buenas relaciones comerciales con proveedores que facilitaran la mercadería de las mejores marcas y a precios competitivos; estos factores técnicos permitirán efectuar el proyecto de expansión sin complicaciones y ofrecer un servicio de calidad a la población del cantón Valencia, logrando un valor agregado frente a la competencia.

### **¿El estudio económico y financiero permitirá conocer si el proyecto de expansión de la librería La Central sería factible o no?**

Con el estudio realizado se determinó que se requirió una inversión inicial de \$ 90.874,30 dólares para poner en marcha el proyecto, así también los estados financieros como el Estado de pérdidas y ganancias y el correspondiente flujo de caja proyectados para un periodo de cinco años con los cuales se puede determinar un VAN de \$ 94.998,76 dólares, una TIR del 77%; si se toma en cuenta como referencia ingresar esta misma cantidad de dinero, al mismo plazo en el programa gana dólar obtendría una ganancia anual del 1.75%, por tanto las utilidades obtenidas superan este valor y por tanto se deduce que es factible para su ejecución, puesto que los resultados justifican su inversión.

## **10. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **10.1. Métodos de investigación**

#### **10.1.1. Método inductivo**

Se aplicó el método inductivo porque el mismo requirió que se formen conclusiones generales a partir de hechos particulares o varios sucesos que contribuyeron al diseño del estudio de factibilidad para la expansión de un nuevo local comercial para la venta de útiles escolares de la librería la Central.

### **10.1.2. Método deductivo**

Este método permitió identificar hechos y sucesos generales sobre el problema del abastecimiento de útiles escolares en el cantón Valencia, para luego pasar a analizar el mercado y se determinó la demanda insatisfecha de los mismos.

## **10.2. Tipos de investigación**

### **10.2.1. Investigación descriptiva**

Se aplicó la investigación descriptiva porque esta permitió identificar los hechos que afectan a la adquisición de útiles escolares por parte de los ciudadanos del cantón Valencia; es decir llegar a conocer las situaciones predominantes que no permiten la satisfacción del cliente en este tipo de productos.

### **10.2.2. Investigación bibliográfica**

La investigación bibliográfica permitió sustentar el problema de investigación mediante la revisión y consulta de libros y folletos que están relacionados con el tema planteado, de donde se extrajeron los principales conceptos y teorías que sirvieron para el desarrollo del proyecto.

## **10.3. Técnica de la investigación**

### **10.3.1. Encuesta**

Se empleó la encuesta como un mecanismo de recolección de información para dar continuidad a la investigación, y poder evidenciar la situación de la población del cantón Valencia en cuanto a la satisfacción al momento de adquirir sus útiles escolares.

## **10.4. Instrumento**

Es importante recalcar que para la encuesta se diseñó un cuestionario estructurado de 15 preguntas las cuales fueron aplicadas a la población y las familias del cantón Valencia.

## 10.5. Población y muestra

### 10.5.1. Universo Poblacional

Para determinar la población que servirá como base para la investigación se toma los datos proporcionados por el INEC del 2010, el cual se proyectó con tasa de crecimiento del 2.21% de acuerdo a las proyecciones poblacionales contempladas desde el año 2010 al año 2020.

**Cuadro 5. Población**

Años	Población	Crecimiento población	Población por familias
2010	43.899	2.21%	8.780
2011	44.869		8.974
2012	45.861		9.172
2013	46.874		9.375
2014	47.910		9.582
2015	48.969		9.794
2016	50.051		10.010

*Fuente: INEC, 2010-2020*

*Elaborado por: Los autores*

- Censo de población y vivienda, 2010
- \* Índice de crecimiento poblacional 2.21%

### 10.5.2. Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula y se consideró un margen de error del 5%.

#### **Fórmula.**

$$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$$

#### **Dónde:**

**n** = Tamaño de la muestra = ?

**N** = Población a investigarse = 10.010 familias

**E** = Índice de error máximo admisible = 0.05



$$n = \frac{10010}{(0,05)^2(10010 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{10010}{(0,0025) (10009)+1} = 384,66$$

$$n = 385$$

Para el desarrollo del proyecto se obtuvo información de las encuestas aplicadas a una muestra de 385 familias del cantón Valencia, para lo cual se utilizó un cuestionario estructurado con 15 preguntas dirigidas a los miembros de cada una de las familias y oficinistas para tabular la información se diseñó una hoja de cálculo en Excel.

## 11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 11.1. Análisis de la encuesta dirigida a la población del cantón Valencia

#### 1.- ¿Cuántos integrantes componen su familia?

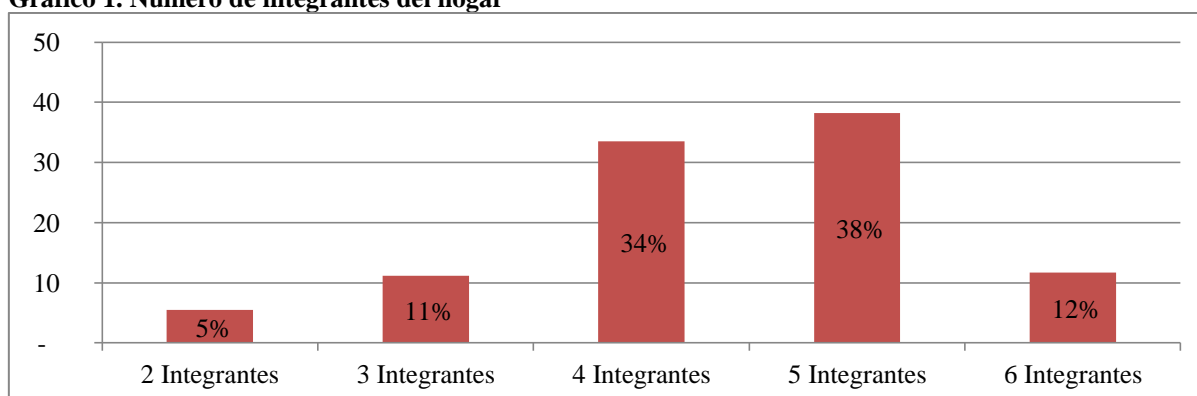
**Cuadro 6. Número de integrantes del hogar**

Alternativas	Frecuencia	Valor relativo %
2 Integrantes	21	5
3 Integrantes	43	11
4 Integrantes	129	34
5 Integrantes	147	38
6 Integrantes	45	12
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 1. Número de integrantes del hogar**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

#### Análisis e interpretación

El 38% de los encuestados indican que sus familias están compuestas por cinco personas, el 34% está integrada por 4 personas, un 12% se encuentra integrada entre 6 personas, el 11% por 3 integrantes y el 5% respondió que 2 integrantes. Los datos anteriores reflejan que la mayoría de las familias del cantón Valencia está conformada por 5 integrantes.

## 2. ¿Algún integrante de su familia se encuentran cursando algún estudio escolar?

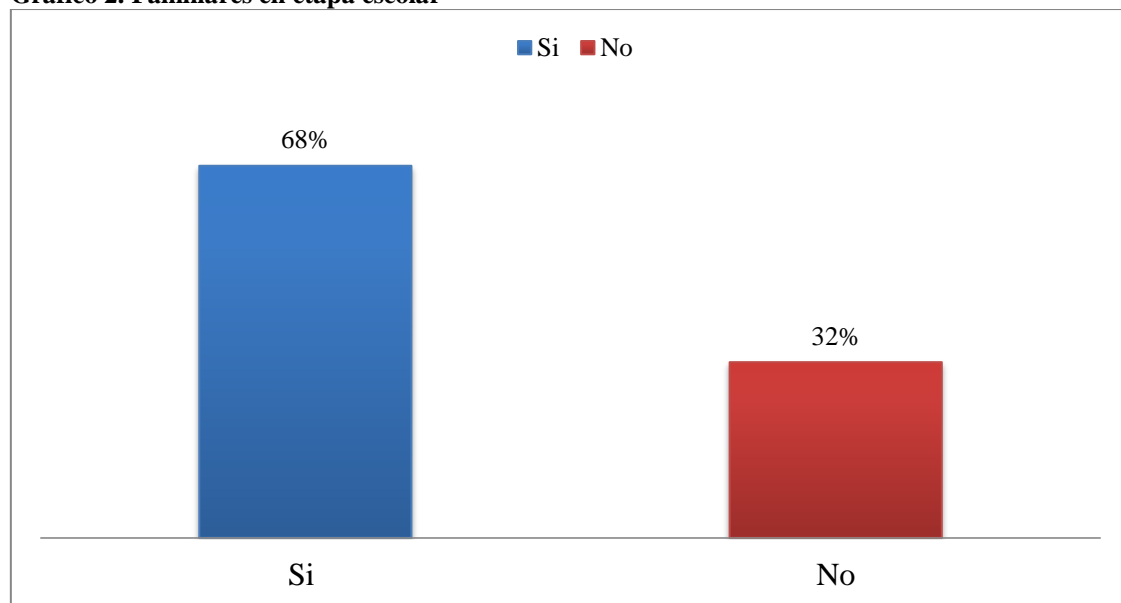
**Cuadro 7: Familiares en etapa escolar**

Alternativas	Frecuencia	Valor relativo %
Si	263	68
No	122	32
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 2. Familiares en etapa escolar**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

### Análisis e interpretación

El 68% de las personas encuestadas manifestaron que sí; mientras que el 32% respondió que tienen un integrante de sus familias estudiando en su hogar; en base a los resultados anteriores se dedujo que si existe un alto porcentaje de estudiantes en el cantón Valencia, lo cual es un factor positivo para la realización de la presente propuesta.

### 3.- ¿Qué es lo primero que busca al momento de comprar útiles escolares?

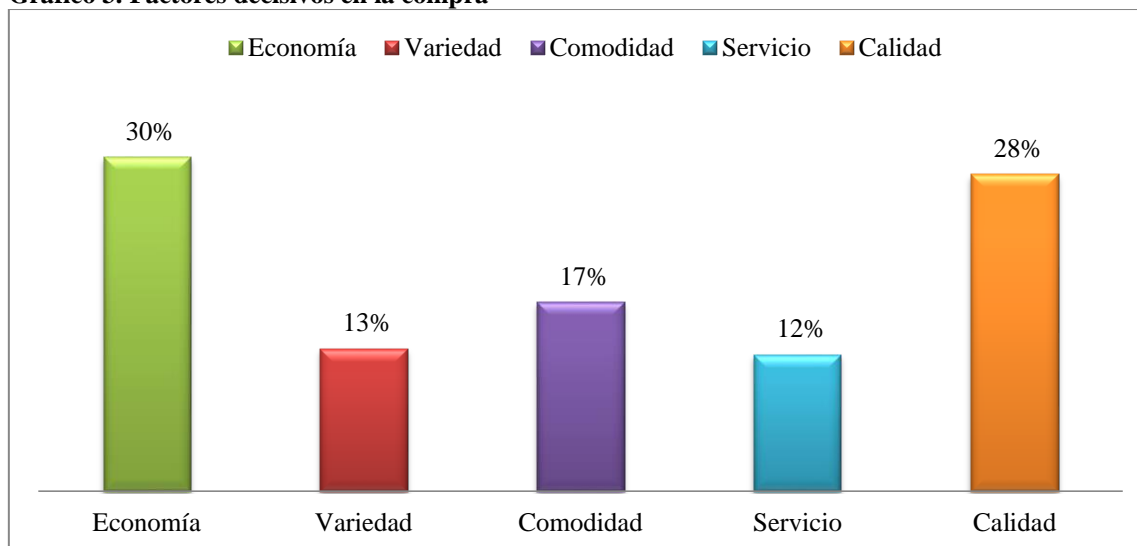
**Cuadro 8. Factores decisivos en la compra de útiles escolares**

Alternativas	Frecuencia	Valor relativo %
Economía	115	30
Variedad	49	13
Comodidad	65	17
Servicio	47	12
Calidad	109	28
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

Elaborado por: Los autores

**Gráfico 3. Factores decisivos en la compra**



Fuente: Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

Elaborado por: Los autores

### Análisis e interpretación

El 30% de los encuestados corroboran que al momento de comprar los útiles escolares, el factor principal con el que más se identifican es por su economía, el 28% busca esencialmente la calidad, un 17% comodidad, un 13% variedad y el 12% restante busca un buen servicio. Al momento de realizar las compras de útiles escolares el primer factor que buscan los clientes es la economía en sus compras, seguido por la calidad y comodidad y en última instancia consideran el servicio demostrando que existe una gran demanda de mercaderías a precios cómodos para el consumidor.

#### 4.- ¿En cuál de estas papelerías usted adquiere sus útiles escolares?

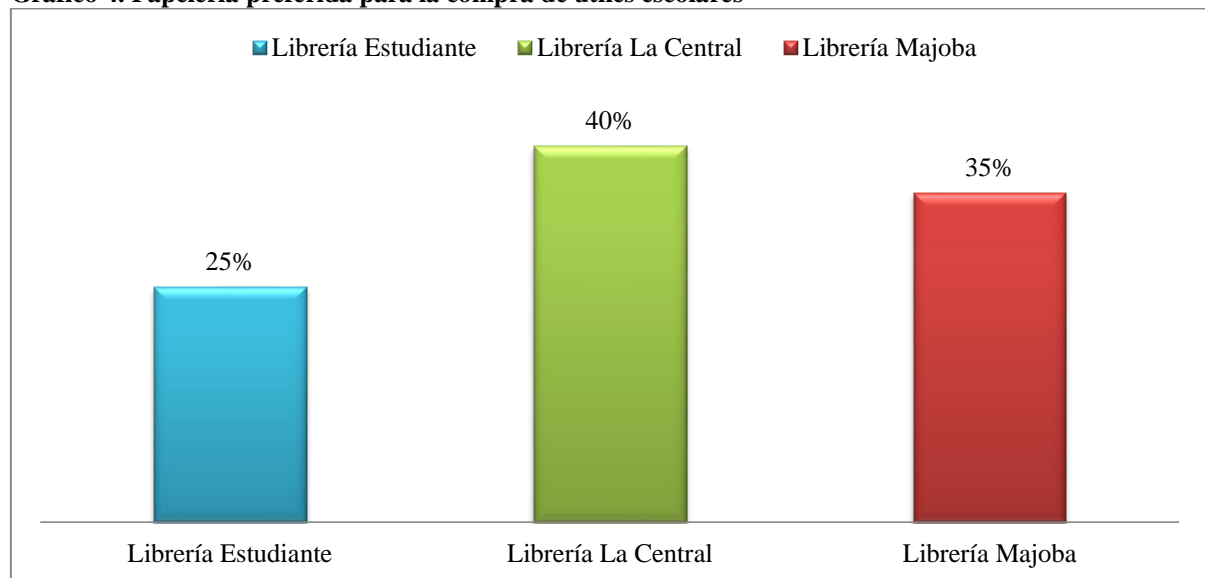
**Cuadro 9. Papelería preferida para la compra de útiles escolares**

Alternativa	Frecuencia	Valor relativo%
Librería Estudiante	96	25
Librería La Central	155	40
Librería Majoba	134	35
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 4. Papelería preferida para la compra de útiles escolares**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

#### Análisis e interpretación

Mediante la gráfica del total de la encuestas realizadas, arroja que un 40% prefieren comprar sus útiles escolares en la Librería La Central, un 35% en la Librería Majoba y el 25% restante lo hace en la librería El Estudiante. Esto quiere decir que al momento de realizar las compras de útiles escolares, los clientes prefieren a la Librería La Central, por tanto se dedujo que si existe preferencia para la Librería La Central por la variedad de productos y excelente ubicación.

## 5.- ¿Ha tenido que viajar fuera del cantón para adquirir sus útiles escolares?

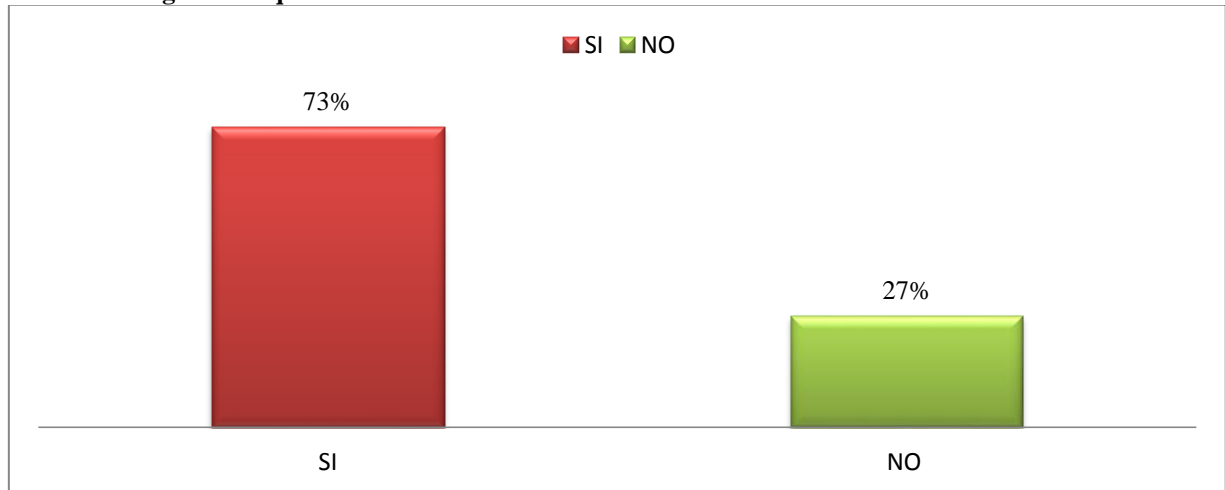
**Cuadro 10. Lugar de adquisición de útiles escolares**

Alternativa	Frecuencia	Valor relativo %
SI	281	73
NO	104	27
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 5. Lugar de adquisición de útiles escolares**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

### Análisis e interpretación

De la muestra tomada para la encuesta realizada un 73% afirman que si han tenido que viajar fuera del cantón Valencia para adquirir sus útiles escolares puesto que en las librerías de esta ciudad no pueden encontrar de toda variedad, mientras que el 27% restante opina lo contrario. Es decir que existe una gran magnitud de consumidores que si han visto necesario salir fuera del cantón para realizar sus compras de útiles escolares.

**6.- ¿El lugar donde usted realiza sus compras de útiles escolares le provee de todos los materiales que busca?**

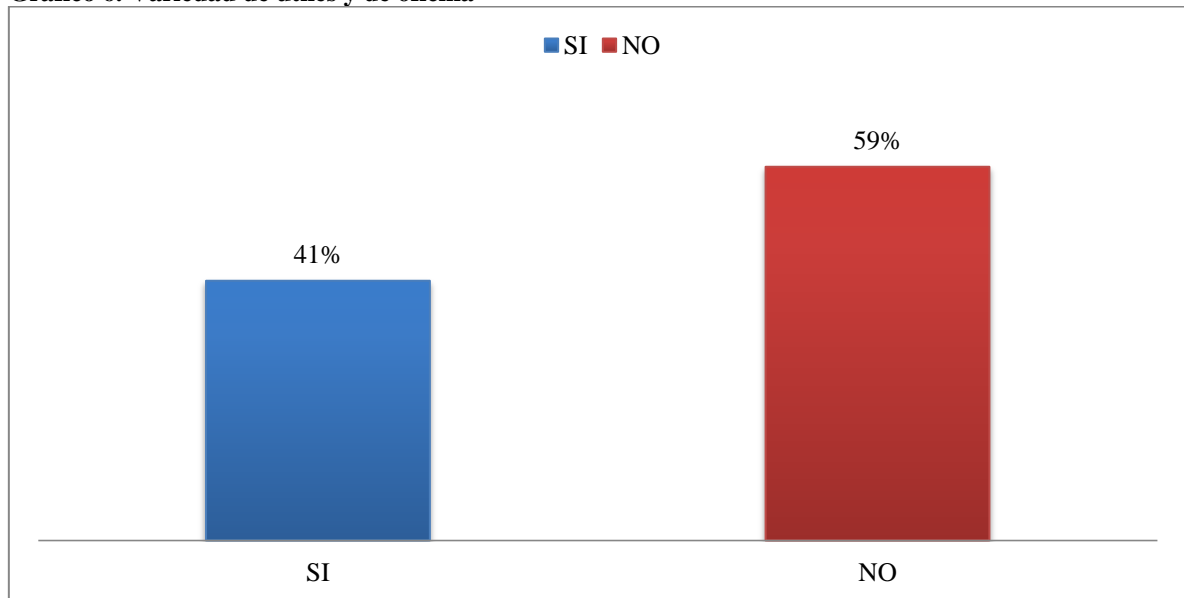
**Cuadro 11. Variedad de útiles escolares y de oficina**

Variables	Frecuencia	%
SI	156	41
NO	229	59
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 6. Variedad de útiles y de oficina**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

### **Análisis e interpretación**

El 59% de los encuestados manifestaron que sí y el 41% mencionaron que en el lugar donde compran sus útiles escolares si les provee de todas las mercaderías que requieren. Como se observó a través de la gráfica, refleja una gran insatisfacción por parte de los consumidores que realizan sus compras de útiles escolares porque no encuentran todas las mercaderías requeridas, es decir que existe una considerable demanda de útiles escolares en el cantón Valencia.

## 7.- ¿Cuál de estas librerías le presta un mejor servicio y atención?

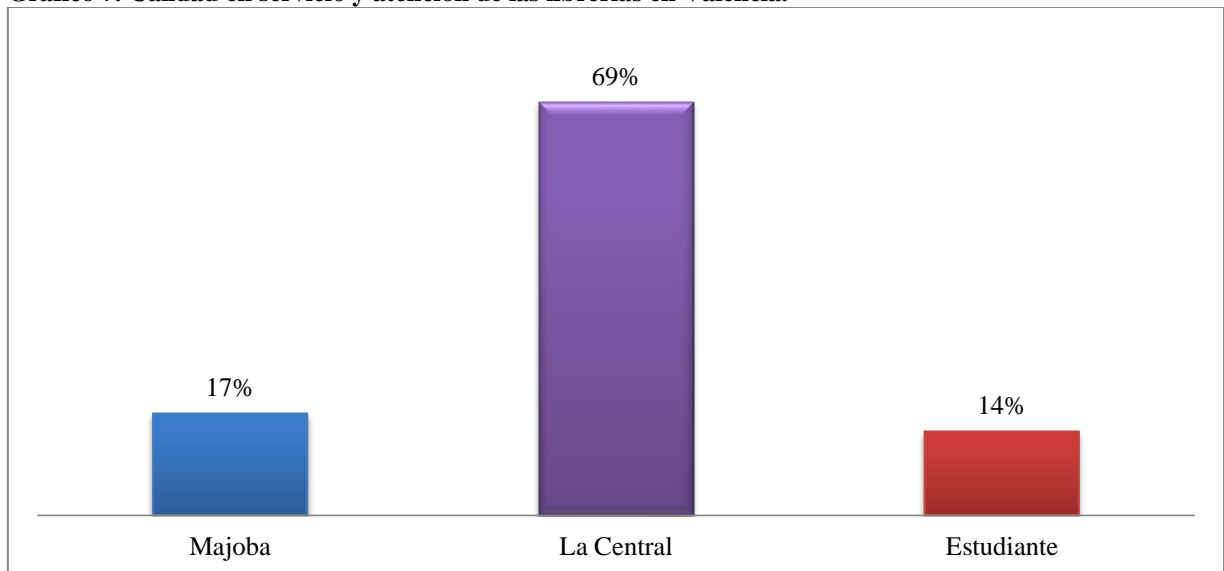
**Cuadro 12. Calidad en servicio y atención de las librerías en Valencia**

Alternativas	Frecuencia	Valor relativo %
Majoba	66	17
La Central	267	69
Estudiante	52	14
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 7. Calidad en servicio y atención de las librerías en Valencia.**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

### Análisis e interpretación

Mediante la gráfica se puede observar que un 69% de los encuestados se encuentran satisfechos con el servicio y atención prestada por la librería La Central, mientras que el 17% se encuentran conformes con la librería Majoba y el 14% con la librería El Estudiante. Es evidente que existe una gran cantidad de consumidores que se identifican más con el servicio y atención brindada por la librería La Central, superando a las otras librerías del cantón.



## 8.- ¿De sus ingresos cuál es el valor que destina para la adquisición de útiles escolares mensualmente?

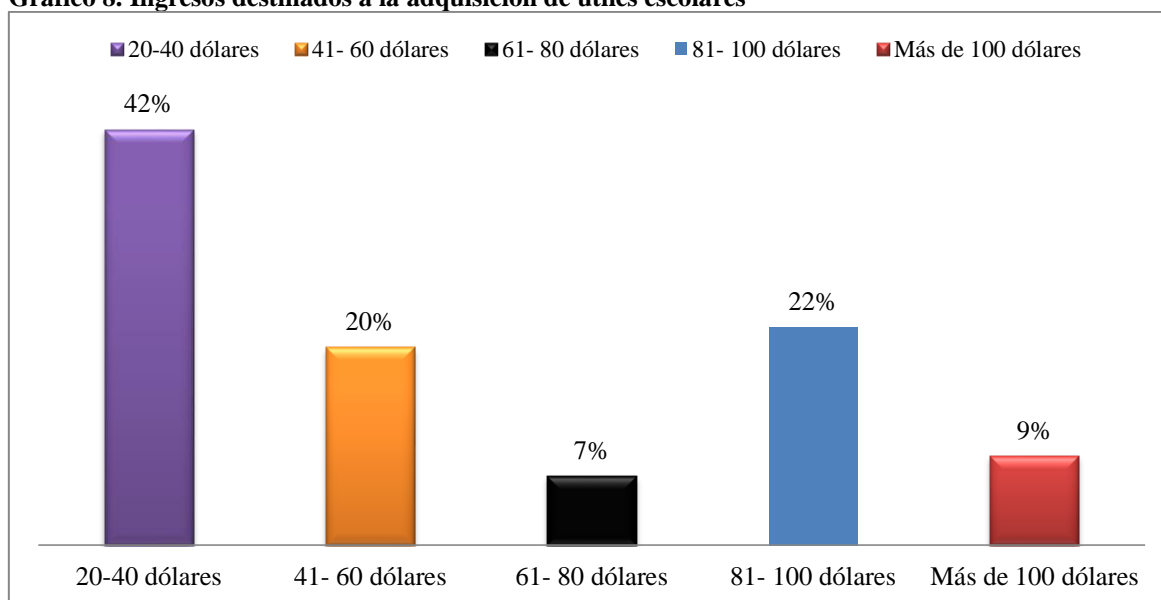
**Cuadro 13. Ingresos destinados a la adquisición de útiles escolares**

Alternativas	Frecuencia	Valor relativo %
20-40 dólares	163	42
41- 60 dólares	76	20
61- 80 dólares	28	7
81- 100 dólares	85	22
Más de 100 dólares	33	9
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

Elaborado por: Los autores

**Gráfico 8. Ingresos destinados a la adquisición de útiles escolares**



Fuente: Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

Elaborado por: Los autores

### Análisis e interpretación

El 42% de los encuestados designan entre \$ 20 a \$ 40.00 dólares de sus ingresos económicos para la compra de útiles escolares, mientras que un 22% refleja entre \$ 81.00 a \$ 100.00 dólares, del 20% es desde \$ 41.00 a \$ 60.00 dólares, solo un 9% destina más de \$ 100, 00 dólares y el 7% apenas de \$ 61.00 a \$ 80.00 dólares es decir que durante el período lectivo de sus hijos, en cada grupo familiar se perciben en la compra de las listas de útiles escolares que van desde \$ 20.00 a \$ 40.00 dólares es el gasto promedio que tienen cada familia del cantón.

## 9.- ¿Con qué frecuencia visita usted la librería La Central para adquirir sus útiles escolares?

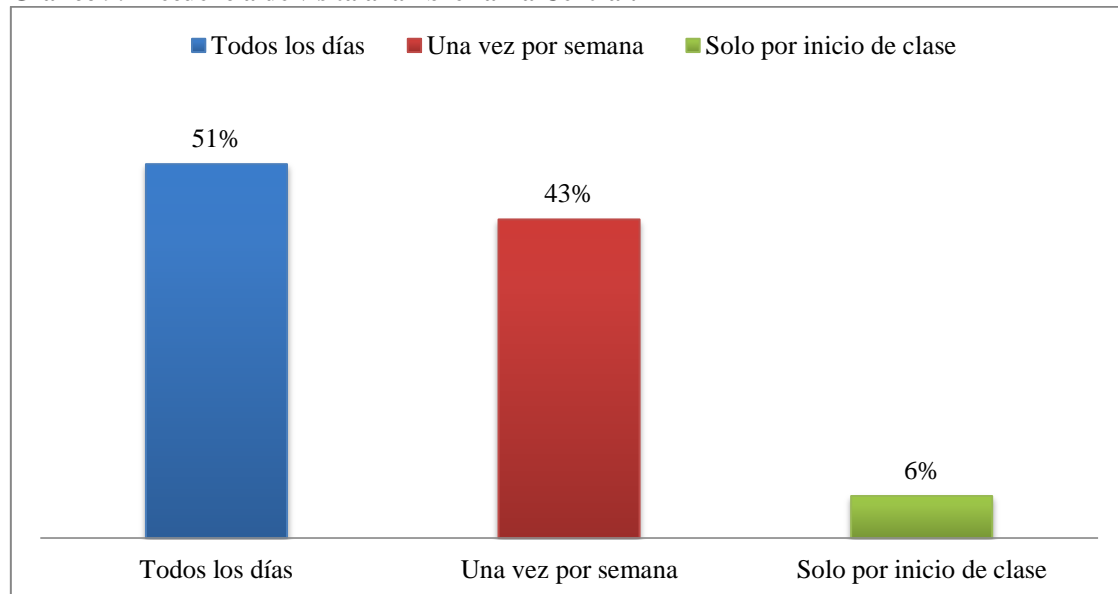
**Cuadro 14. Frecuencia de visita a la librería La Central.**

Variables	Frecuencia	%
Todos los días	196	51
Una vez por semana	167	43
Solo por inicio de clase	22	6
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 9. Frecuencia de visita a la librería La Central.**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

### Análisis e interpretación

La gráfica correspondiente nos muestra que el 51% de los encuestados afirman visitar la librería La Central todos los días, un 43% mencionan hacerlo una vez por semana y una mínima parte representativa es del 6% lo hace solo por inicio de clases. Es evidente que la compra de útiles escolares es realizada durante todo el año escolar.

## 10.- ¿De haber comprado sus útiles en la librería La Central como califica la atención y el servicio?

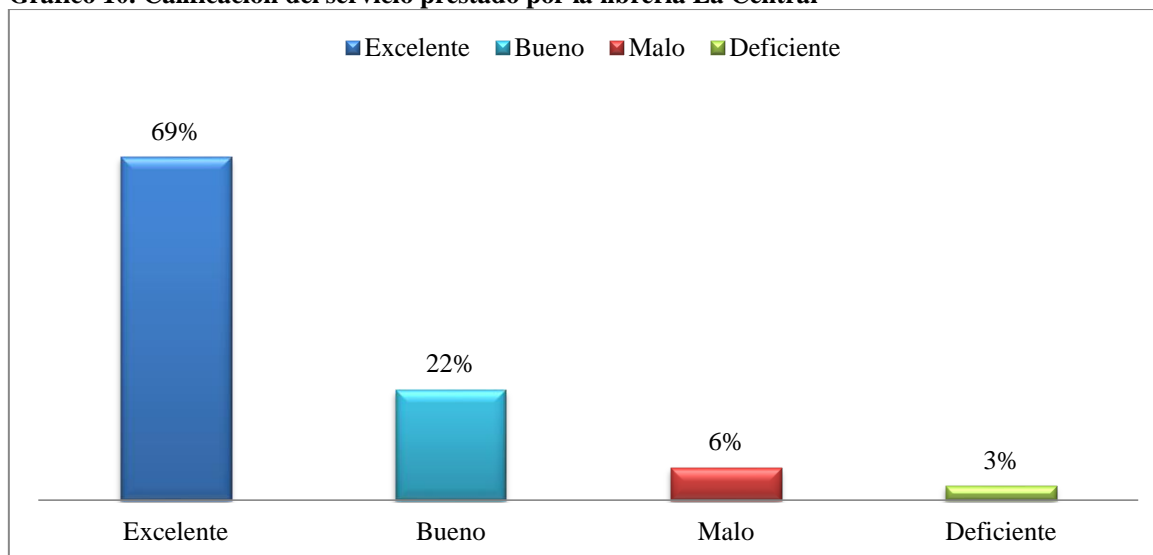
**Cuadro 15. Calificación del servicio prestado en librería La Central**

Alternativas	Frecuencia	Valor relativo%
Excelente	264	69
Bueno	85	22
Malo	25	6
Deficiente	11	3
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 10. Calificación del servicio prestado por la librería La Central**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

### Análisis e interpretación

El 69% de los encuestados calificó como excelente el servicio prestado por la librería La Central, un 22% como bueno, mientras que un 6% señaló ser malo y una mínima parte de los consumidores opinaron que el servicio brindado es deficiente, cabe indicar que en esta librería hay que mejorar el servicio de atención para poder satisfacer las necesidades y comodidades que requieren los clientes en el servicio. La mayoría de los encuestados calificaron como excelente el servicio prestado por la librería La Central.

## 11.- ¿Los precios de los útiles escolares de la librería La Central son?

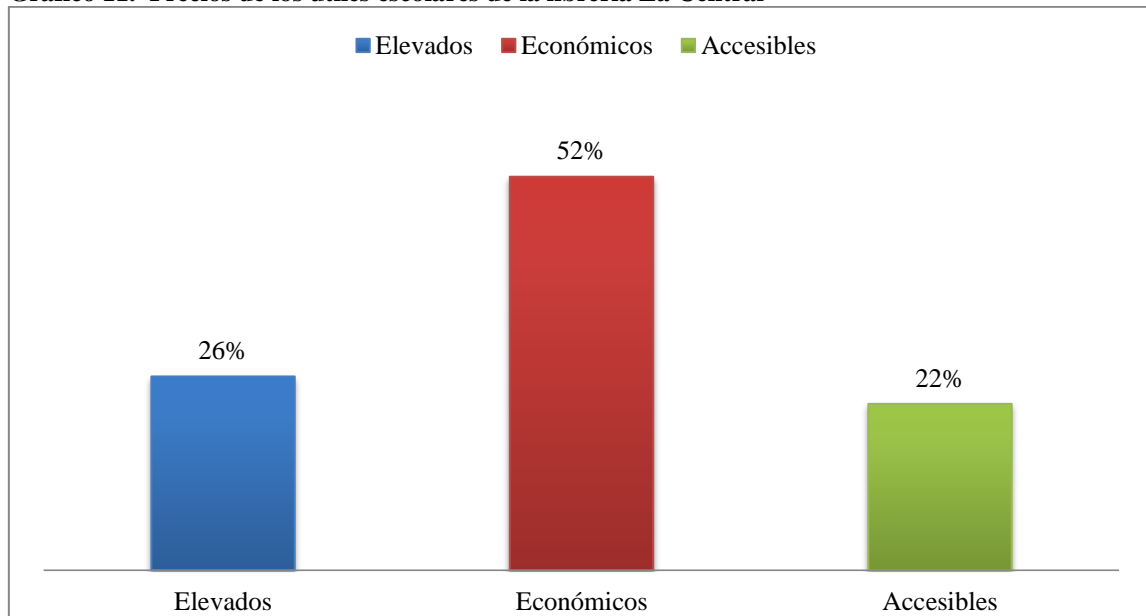
**Cuadro 16. Precios de los útiles escolares de la librería La Central**

Alternativas	Frecuencia	Valor relativo%
Elevados	99	26
Económicos	201	52
Accesibles	85	22
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 11. Precios de los útiles escolares de la librería La Central**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

### Análisis e interpretación

Del total de los encuestados el 52% señala que los precios de los útiles escolares adquiridos en la librería La Central son muy económicos, mientras que un 26% opina que son elevados, el 22% restante manifiesta que sus precios son accesibles, es decir que si solo consideramos los porcentajes de las dos variables como económicos y accesibles es claro que en cuanto a precios en los útiles escolares la librería va a tener la preferencia.

## 12.- ¿Entre las distintas marcas de líneas escolares cuál de ellas usted usa habitualmente para el periodo lectivo?

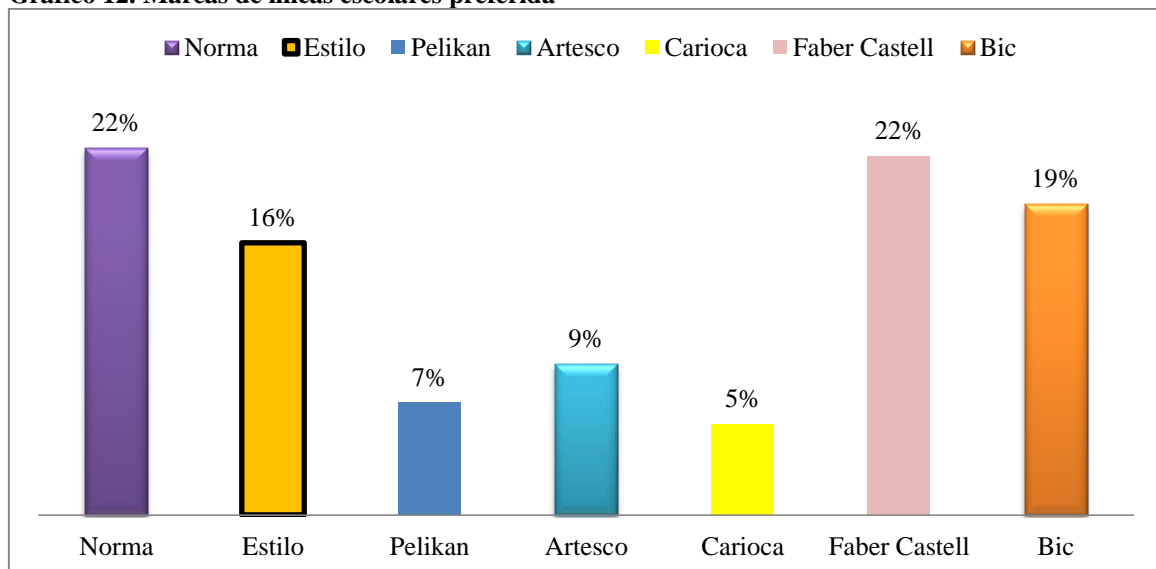
**Cuadro 17. Marcas de líneas escolares preferida**

Variable	Frecuencia	%
Norma	85	22
Estilo	63	16
Pelikan	26	7
Artesco	35	9
Carioca	21	6
Faber Castell	83	22
Bic	72	19
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 12. Marcas de líneas escolares preferida**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

### Análisis e interpretación

Mediante la gráfica se observó que un 22% de consumidores utilizan la marca norma, el 16% marca estilo, un 7% Pelikan, 9% Artesco, un 5% marca Carioca, el 22% Faber Castell, un 19% la marca Bic. Es decir que las marcas más preferidas por los clientes están Norma y Faber Castell seguido por una mínima participación de la marca Bic, estos productos de líneas escolares son los que más salida tienen por los clientes al momento de la compra.

### 13.- ¿Señale cuál es la cantidad de útiles escolares que usted adquiere de manera mensual?

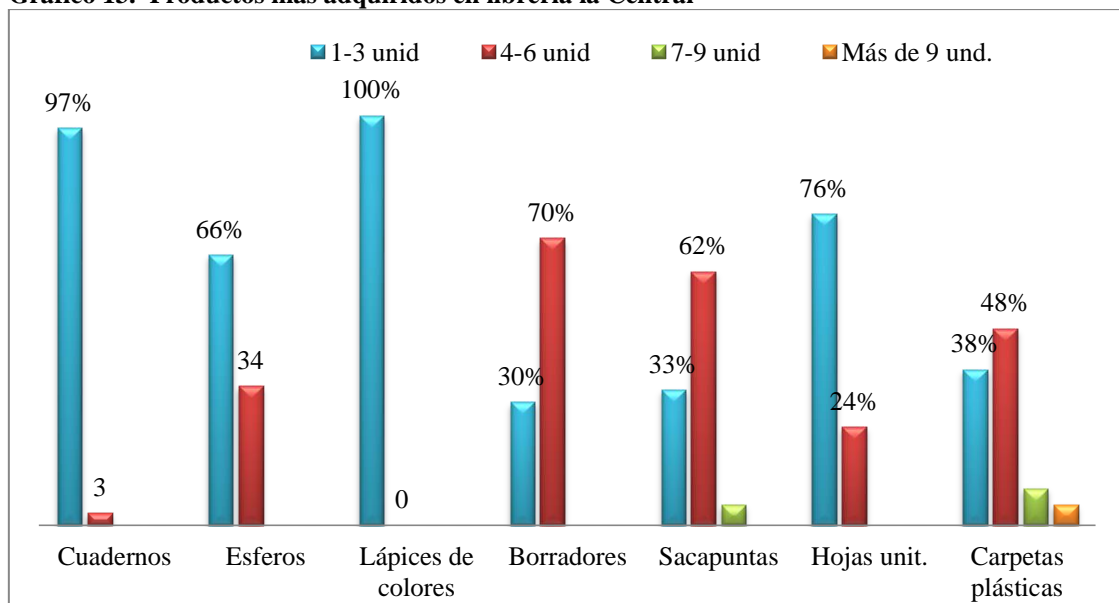
**Cuadro 18. Productos más adquiridos en librería la Central**

Cant.	Cuadernos	%	Esferos	%	Lápices de colores	%	Borrador	%	Sacapuntas	%	H. unitarias	%	Carpetas plástica	%
1-3 unid	374	97	253	66	385	100	115	30	126	33	295	76	147	38
4-6 unid	10	3	132	34	0	0	270	70	240	62	90	24	185	48
7-9 unid	1	0	0	0	0	0	0	0	19	5	0	0	34	9
Más de 9 und.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	19	5
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100</b>	<b>385</b>	<b>100</b>	<b>385</b>	<b>100</b>	<b>385</b>	<b>100</b>	<b>385</b>	<b>100</b>	<b>385</b>	<b>100</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

Elaborado por: Los autores

**Gráfico 13. Productos más adquiridos en librería la Central**



Fuente: Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

Elaborado por: Los autores

### Análisis e interpretación

De acuerdo a la gráfica anterior el 97% de los encuestados adquiere de 1-3 cuadernos, el 66% de 1-3 esferos, el 100% adquiere 1-3 lápices de colores, el 70% manifestó que compra de 4-6 borradores, el 76% 1-3 paquetes de hojas unitarias y el 48% respondió que adquiere 4-6 carpetas plásticas de manera mensual; estos datos permitieron resaltar que la mayoría adquiere entre 1-3 unidades de útiles escolares cada mes.

**14.- ¿Cree usted que la librería La Central necesita contar con la expansión de un nuevo local comercial para la venta de útiles escolares?**

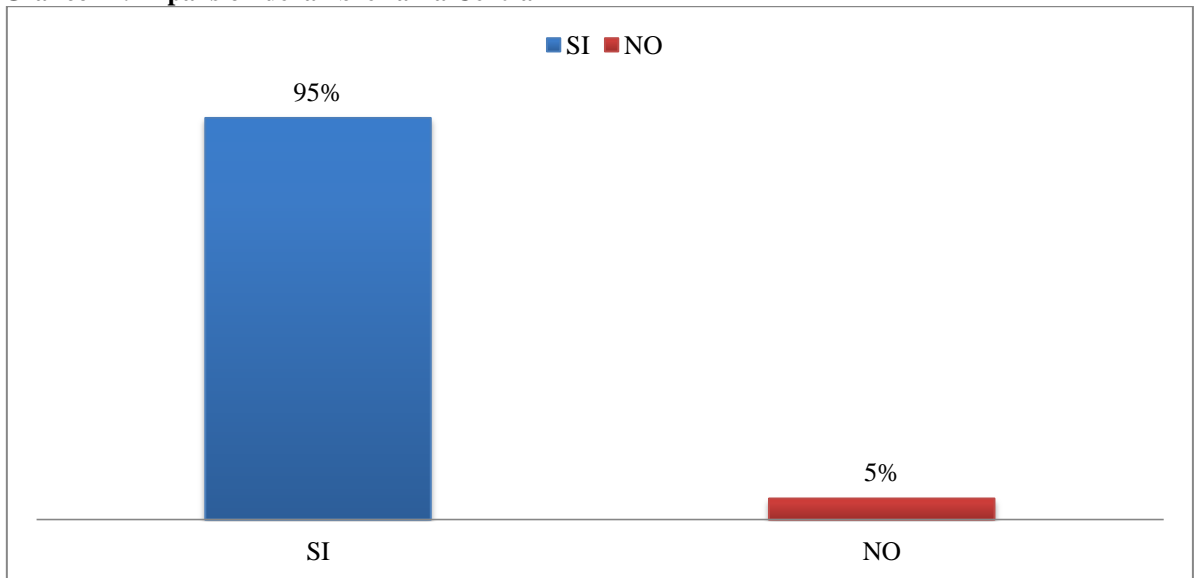
**Cuadro 19. Expansión de la librería La Central**

Alternativas	Frecuencia	Valor relativo %
SI	365	95
NO	20	5
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 14. Expansión de la librería La Central**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

### **Análisis e interpretación**

El 95% del total de encuestados consideran que librería La Central si requiere de una expansión para un nuevo local mientras que un 5% señala que no se necesita. Es decir que los consumidores encuestados si creen oportuno la expansión de un nuevo local en la librería La Central porque a través de esto incrementaría el ingreso de clientes y abastecería el mercado local.

## 15.- ¿De acuerdo a su criterio que factores mejoraría con la expansión de La Librería La Central?

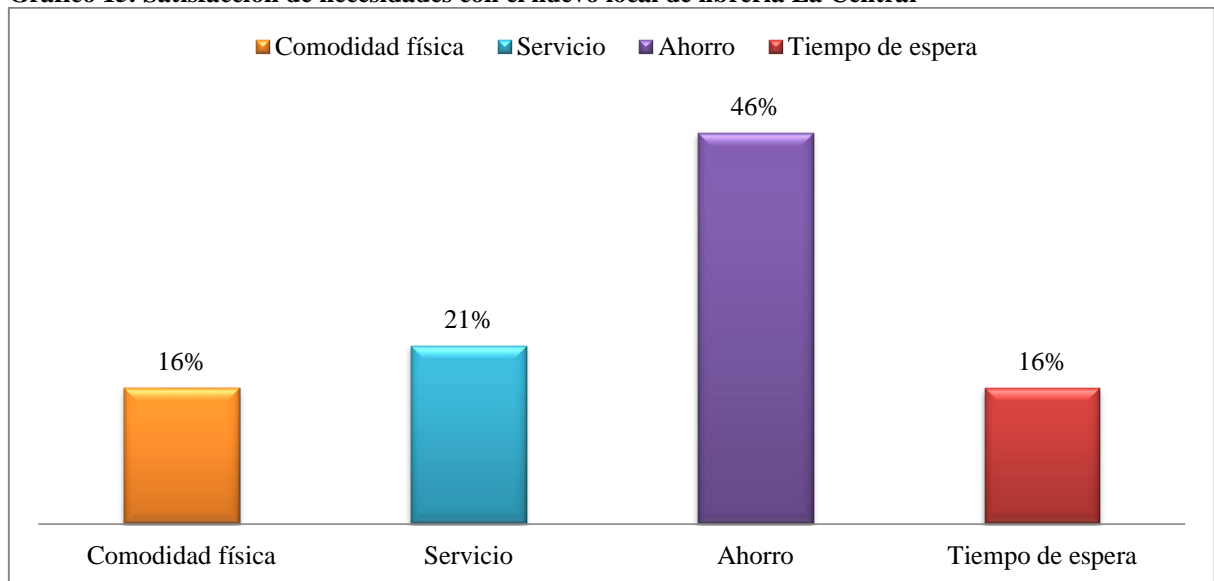
**Cuadro 20. Satisfacción de necesidades con el nuevo local de librería La Central**

Alternativas	Frecuencia	Valor relativo%
Comodidad física	63	16
Servicio	80	21
Ahorro	179	46
Tiempo de espera	63	16
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

**Gráfico 15. Satisfacción de necesidades con el nuevo local de librería La Central**



**Fuente:** Encuesta realizada en el cantón Valencia, 2016

**Elaborado por:** Los autores

### Análisis e interpretación

Mediante la gráfica se puede observar que un 46% de los encuestados que se mejorarían el ahorro para los clientes, el 21% el servicio y con un 16% entre la comodidad física y el tiempo de espera. Es decir con la apertura de expansión de librería La Central los clientes obtendrán ahorro debido a que este negocio oferta los precios más cómodos del mercado en cuanto a útiles escolares para el consumidor.



## **11.2. Conclusiones y recomendaciones**

### **11.2.1. Conclusiones**

- Acorde a los resultados de las encuestas efectuadas a la población del cantón Valencia se evidenció que las familias están compuestas por cinco integrantes; de los cuales el 68% se encuentran en la etapa escolares; además mencionan que el factor más relevante a la hora de comprar es la economía de su presupuesto.
- Además es importante resaltar que el 73% manifestó que ha tenido que viajar a otras ciudades para efectuar sus compras de útiles escolares en vista que en el cantón no ha encontrado todo el indispensable; por tanto esta pregunta nota una necesidad existente entre los habitantes del cantón Valencia en lo que respecta a la compra de útiles escolares.
- Para efectuar la demanda se tomó como referencia cuadernos académicos de 100 hojas, esferos, lápices de colores, borradores pelikan blanco, paquete de hoja unitarias y carpetas plásticas; demostrando que la mayoría adquiere entre en 1-3 unidades de estos útiles escolares cada mes.

### **11.2.2. Recomendaciones**

- En vista que entre las familias del cantón Valencia existe un 68% de integrantes en edad escolar fundamental efectuar la alternativa de expansión de la librería la Central para ofrecer un mejor servicio; considerando el aspecto económico puesto que el mismo constituye un factor relevante a la hora de realizar las compras de útiles escolares.
- Se sugiere que la librería la Central adquiera los útiles escolares en cantidades mayores a distribuidores directos con la finalidad de ofrecer una mejor alternativa en precios y variedad de productos y a su vez fomentar el ahorro en gastos de trasportes y tiempo por tener que viajar a otras ciudades para efectuar las compras de esto productos.
- Es necesario tomar en cuenta los datos proporcionados por las familias del cantón La Maná en lo que respecta a las cantidades demandadas para determinar la validez y confiabilidad de la demanda insatisfecha de los útiles escolares en el cantón Valencia.

### 11.3. Análisis y Discusión

El presente proyecto tuvo como finalidad principal efectuar un estudio de factibilidad para la expansión de la Librería la Central del cantón Valencia; como alternativa de solución frente a la problemática de la insuficiencia de microempresas dedicadas al abastecimiento de útiles escolares; por tanto deben acudir a otras ciudades para este propósito; para cumplir con los objetivos planteados se efectuó un estudio de mercado a través de encuestas dirigidas a la población y propietarios de las librerías, dando una demanda de 805.810 unidades para el año 2016 y una oferta de 140.358 unidades de útiles de escolares; obteniendo una demanda insatisfecha de 665.452; si se toma en cuenta este valor es relativamente alto; esto se debe que un gran porcentaje de la población acude a otras ciudades para adquirir los útiles escolares; este factor fue favorable para continuar con el desarrollo de la propuesta en vista que existe un amplio mercado a captar, con la expansión para la librería la Central; así mismo se evidenció la existencia de dos librerías que constituyen la competencia directa: la librería el Estudiante y la librería Majoba; siendo este último el mayor competidor para la empresa en vista que posee una amplia variedad de productos; en lo que respecta al estudio técnico la propuesta muestra de manera detallada los requerimientos sobre la ubicación, distribución del local comercial y los procesos sobre la comercialización de los útiles escolares, estos requerimientos permitieron dar una visión realista sobre los requerimientos técnicos necesarios para la expansión; a través de la cual la propietaria tendrá una visión clara de la inversión a realizar.

El estudio económico efectuado para la expansión de la librería la Central permitió determinar que se requirió una inversión inicial de \$ 90.874,30 financiado en un 50% a través de un crédito bancario y el valor restante del 50% mediante de aporte de la propietaria; si se toma en cuenta la factibilidad para el acceso al financiamiento bancario a través de BanEcuador, el monto requerido es un valor moderado para invertir con una ganancia líquida de \$ 15.944,62 para el primer año, se presenta un VAN del \$ 94.998,76 y una TIR del 77% que resulta positivos, para su ejecución del proyecto en el cantón Valencia.

## **11.4. Propuesta**

11.4.1. Tema de la Propuesta

11.4.2. Descripción

11.4.3. Objetivos

### **11.4.4. Estructura de la propuesta**

#### **11.4.4.1. Estudio de mercado**

- Objetivos
- Análisis de la demanda
- Demanda histórica y actual
- Proyección de la demanda
- Análisis de la oferta
- Oferta histórica y actual
- Proyección de la oferta
- Demanda insatisfecha
- Comercialización
- Análisis de precios
- Análisis de la competencia

#### **11.4.4.2. Estudio técnico**

- Objetivos
- Tamaño del proyecto
- Tamaño en función del mercado
- Localización
- Ingeniería del proyecto
- Proceso de venta de útiles escolares
- Distribución de la planta
- Marco legal
- Estructura organizacional
- Manual de funciones
- Requerimos del proyecto

#### **11.4.4.3. Estudio económico**

- Objetivos

- Inversión inicial
- Activos fijos tangibles
- Depreciaciones
- Gastos de constitución
- Capital de trabajo
- Inversión total
- Financiamiento
- Costos fijos y variables
- Ingresos y su proyección
- Punto de equilibrio

#### **11.4.4.4. Evaluación financiera**

- Objetivos
- Estado de Resultados proyectado
- Flujo de Caja de efectivo
- Cálculo del VAN
- Cálculo de la TIR

### **11.5. Desarrollo de la propuesta**

#### **11.5.1. Tema de la propuesta**

“Estudio de factibilidad para la expansión de la Librería la Central”

#### **11.5.2. Descripción de la propuesta**

El actual estudio de factibilidad para la expansión de la librería la Central constituye una propuesta de inversión sustentada en un estudio de mercado que permitió conocer la oferta y demanda de la cantidad de los útiles escolares en el cantón Valencia, garantizando la viabilidad del mismo para su posterior ejecución y constituyéndose en una opción de emprendimiento frente a la problemática que enfrentan la ciudadanía que tienen que viajar a otras ciudades a realizar las compras de los productos escolares.

Para el diseño de la propuesta se utilizó los métodos inductivo, deductivo y técnicas como las encuestas dirigidas a las familias y propietarias de las librerías del cantón Valencia los cuales permitieron conocer la oferta y demanda; de esta manera estableciendo la existencia de una

demanda insatisfecha 133.090 unidades de útiles escolares entre los cuales incluyen cuadernos, esferos, lápices de colores, borradores, sacapuntas, hoja unitarias y carpetas; Con el propósito de lograr proyectar una mejor imagen de la librería se diseñó una estructura organizacional donde se establece el organigrama y sus respectivas funciones. El estudio técnico detalla de manera minuciosa los aspectos inherentes a la localización, tamaño de la planta, descripción de los procesos y la determinación de la estructura organizacional y funcional. El estudio económico financiero establece la viabilidad y rentabilidad del mismo a través del cálculo del Valor Actual Neto y la Tasa de Retorno Interno.

### **11.5.3. Objetivos**

#### **Objetivo General**

- Efectuar un estudio de factibilidad para la expansión de la Librería La Central del cantón Valencia.

#### **Objetivos Específicos**

- Determinar el porcentaje de la demanda insatisfecha de útiles escolares en el cantón Valencia con la finalidad de conocer si existe mercado para la propuesta.
- Elaborar un estudio técnico para la expansión de la Librería la Central del cantón Valencia.
- Efectuar un estudio económico que permita determinar la inversión inicial requerida para la expansión de la Librería la Central.
- Realizar un estudio financiero para conocer la viabilidad financiera de la expansión de Librería la Central del cantón Valencia.

#### **11.5.3.1. Estudio de mercado**

##### **Objetivo general**

Determinar el porcentaje de la demanda insatisfecha de útiles escolares en el cantón Valencia con la finalidad de conocer si existe mercado para la propuesta.

##### **Objetivos específicos**

- Calcular la oferta y la demanda de los útiles escolares del cantón Valencia.

- Establecer la demanda insatisfecha para determinar la toma de decisiones sobre la implementación del proyecto de expansión de la Librería la Central en el cantón Valencia.
- Realizar un análisis de la comercialización y los precios de los útiles escolares del cantón Valencia.

### 11.5.3.1.1. Análisis de la demanda de útiles escolares

Para determinar el cálculo de la demanda de los útiles escolares se tomó como base el número de estudiantes del cantón Valencia el cual es de 13.210 estudiantes, para obtener la cantidad de productos de útiles escolares, se a entrevistado a varias madres de familia, cuanto es la cantidad de productos que consume su hijo al año; cuyo cálculo se detalla a continuación:

**Cuadro 21. Cálculo de la demanda de útiles escolares**

Alum	Cuaderno		Esferos		Lápices de colores		Borradores		Sacapuntas		Hojas unitarias		Carpetas	
	Cant	Subt.	Cant	Subt.	Cant	Subt.	Cant	Subt.	Cant	Subt.	Cant	Subt.	Cant	Subt.
6.803	12	81.636	9	61.227	3	20.409	9	61.227	6	40.818	12	81.636	10	68.030
2.036	12	24.432	9	18.324	3	6.108	9	18.324	6	12.216	12	24.432	10	20.360
4.371	12	52.452	9	39.339	3	13.113	9	39.339	6	26.226	12	52.452	10	43.710
<b>13.210</b>	<b>12</b>	<b>158.520</b>	<b>9</b>	<b>118.890</b>	<b>3</b>	<b>39.630</b>	<b>9</b>	<b>118.890</b>	<b>6</b>	<b>79.260</b>	<b>12</b>	<b>158.520</b>	<b>10</b>	<b>132.100</b>

Fuente: Distrito del Misterio de Educación Zona 4

Elaborado por: Los Autores

- **Demanda histórica y actual de útiles escolares**

Para obtener los datos históricos de la demanda se recurrió a datos de las ventas de años anteriores de las listas de útiles escolares del cantón Valencia el cual evidencio una demanda de 607.199 unidades y posteriormente se empleó el método de regresión lineal, obteniendo una cantidad de 805.810 unidades de útiles escolares para el año 2016; para efectos del cálculo de la demanda se tomara en cuenta en unidades de útiles escolares.

**Cuadro 22. Demanda histórica de útiles escolares**

	2011	2012	2013	2014	2015
Cuadernos	119.449	125.749	133.209	140.516	149.167
Esferos	89.587	94.312	99.907	105.387	111.875
Lápices De Colores	29.862	31.437	33.302	35.129	37.292
Borradores	89.587	94.312	99.907	105.387	111.875
Sacapuntas	59.725	62.875	66.604	70.258	74.584
Hojas Unitarias	119.449	125.749	133.209	140.516	149.167
Carpetas	99.541	104.791	111.007	117.096	124.306
<b>Totales:</b>	<b>607.199</b>	<b>639.225</b>	<b>677.145</b>	<b>714.288</b>	<b>758.267</b>

Elaborado por: Los autores

**Cuadro 23. Demanda actual de útiles escolares**

<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Cuadernos	158.520	20
Esferos	118.890	15
Lápices de colores	39.630	4
Borradores	118.890	15
Sacapuntas	79.260	10
Hojas unitarias	158.520	19
Carpetas	132.100	17
<b>Total:</b>	<b>805.810</b>	<b>100</b>

Fuente: Distrito del Ministerio de Educación Zona 4

Elaborado por: Los autores

- **Proyección de la demanda de útiles escolares**

Para el presente estudio se proyectó la demanda mediante método de regresión lineal, dando como resultado una demanda proyectada de 977.126 unidades de útiles escolares para el año 2020. (Anexo 7)

**Cuadro 24. Demanda proyectada por producto a cinco años**

<b>Años</b>	<b>Lápices</b>			<b>Hojas</b>			<b>Total</b>	
	<b>Cuadernos</b>	<b>Esferos</b>	<b>colores</b>	<b>Borradores</b>	<b>Sacapuntas</b>	<b>unitarias</b>		<b>Carpetas</b>
<b>2016</b>	158.520	118.890	39.630	118.890	79.260	158.520	132.100	<b>805.810</b>
<b>2017</b>	163.229	142.660	40.825	122.474	81.650	163.299	136.083	<b>850.289</b>
<b>2018</b>	170.719	142.660	42.680	128.040	85.360	170.719	142.266	<b>882.444</b>
<b>2019</b>	178.140	157.846	44.535	133.605	89.070	178.140	148.450	<b>929.785</b>
<b>2020</b>	185.560	173.033	46.390	139.170	92.780	185.560	154.633	<b>977.126</b>

.Datos de las lista de útiles escolares del cantón Valencia, 2016

\*Método de regresión lineal datos históricos, ver anexo

Elaborado por: Los autores

### 11.5.3.1.2. Análisis de la oferta de útiles escolares

- **Oferta histórica de útiles escolares**

Para conocer la oferta proyectada fue necesario utilizar datos históricos de los últimos cinco años de las ventas de la Librería la Central que sirvieron de base para la aplicación del método de regresión lineal se proyectó la oferta de 45.998 unidades del año 2011, (anexo 6).

**Cuadro 25. Oferta histórica de útiles escolares**

<b>Años</b>	<b>Ventas</b>
2011•	45.998
2012•	46.514
2013•	59.924
2014•	72.018
2015•	109.179

**Fuente:** Datos históricos de la librería La Central año 2011-2015

**Elaborado por:** Los autores

Para determinar la oferta histórica se recurrió a datos históricos de la librería la Central; los mismos que sirvieron para efectuar los datos proyectados de los útiles escolares mediante el método de regresión lineal.

- **Oferta actual de útiles escolares**

De acuerdo a la información recopilada mediante la regresión lineal de los datos históricos de la librería la Central se obtuvo una oferta anual de 112.286 unidades de los cuales se determinó un porcentaje del 15% de oferta para la librería Majoba y el 10% para la librería el Estudiante, obteniendo los siguientes valores:

**Cuadro 26. Librerías que comercializan útiles escolares en el cantón Valencia**

<b>Oferta</b>	<b>Productos ofrecidos</b>	<b>Productos ofrecidos</b>
	<b>mensualmente</b>	<b>anualmente</b>
La Central	9.357	112.286
Majoba	1.404	16.843
El Estudiante	936	11.229
<b>Total</b>	<b>11.697</b>	<b>140.358</b>

**Fuente:** Encuestas librerías periodo, 2016

**Elaborado por:** Los autores

Para determinar la oferta actual se tomó como referencia los datos históricos y proyectados de la librería la Central; tomando en cuenta que la misma cubre un 75% de la oferta total con 112.286 unidades, la librería Majoba con el 15% vende 16.843 y la librería el Estudiante con un 10% de su venta de 11.229 unidades de útiles escolares anuales.



- **Oferta proyectada de útiles escolares**

Para proyectar la oferta se partió desde la oferta actual y se empleó el método de regresión lineal a partir de los datos históricos de las ventas de la librería la Central.

**Cuadro 27. Oferta proyectada a cinco años**

<b>Producto</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
La Central	112.286	127.473	142.660	157.846	173.033
Majoba	16.843	19.121	21.399	23.677	25.955
El Estudiante	11.229	12.747	14.266	15.785	17.303
<b>Total</b>	<b>140.358</b>	<b>159.341</b>	<b>178.325</b>	<b>197.308</b>	<b>216.291</b>

Elaborado por: Los autores

### 11.5.3.1.3. Demanda insatisfecha de útiles escolares

Es muy importante el cálculo de la demanda insatisfecha porque mediante esta se pudo identificar si la expansión de la Librería la Central va tener un mercado potencial a captar.

A continuación se refleja en el cuadro siguiente el cálculo de la demanda insatisfecha:

**Cuadro 28. Cálculo de la demanda insatisfecha**

<b>Años</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>Oferta proyectada</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>%</b>	<b>Tamaño del proyecto</b>
<b>2016</b>	805.810	140.358	665.452	20%	133.090
<b>2017</b>	850.220	159.341	690.879	20%	138.176
<b>2018</b>	882.444	178.325	704.120	20%	140.824
<b>2019</b>	929.786	197.308	732.478	20%	146.496
<b>2020</b>	977.126	216.291	760.835	20%	152.167

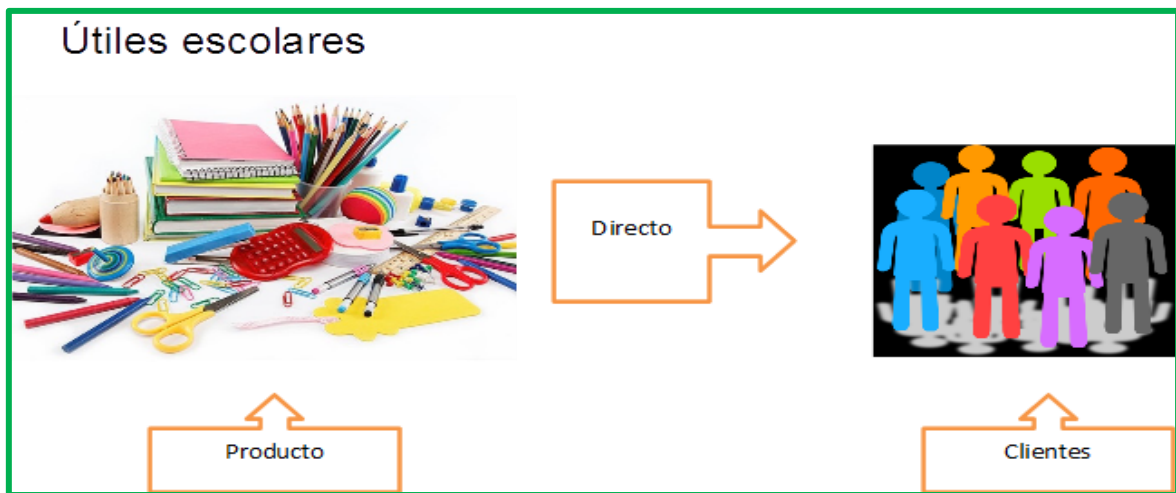
Elaborado por: Los autores

En el cuadro anterior demuestra la existencia de una demanda insatisfecha de 665.452 unidades de útiles escolares anuales, lo cual motivó el desarrollo del presente estudio de factibilidad; y en base a la disponibilidad de la mano de obra, capacidad de la infraestructura y fuente de financiación se optó por captar un 20% de la demanda insatisfecha; estableciendo de esta forma el tamaño del proyecto en 133.090 unidades para el año 2016.

#### 11.5.3.1.4. Comercialización

- **Canales de distribución**

Para el proyecto de factibilidad para la expansión de la librería la Central tendrá un canal de comercialización directo porque este permitirá que se brinde una atención personalizada y de calidad con los clientes que visiten el nuevo local.



**Figura 8.** Canal de distribución  
**Elaborado por:** Los autores

#### 11.5.3.1.5. Análisis de precios

Para efectuar el análisis de los precios entre las tres librerías existentes se tomó como referencia siete productos representativos de los útiles escolares cuyos resultados se detallan a continuación:




**Cuadro 29.** Análisis de precios

Producto	El Estudiante	Majoba	La Central
Cuadernos	1,50	1,45	1,40
Esferos	0,35	0,35	0,35
Lápices de colores	4,20	4,25	4,20
Borradores	0,20	0,15	0,15
Sacapuntas	0,25	0,25	0,25
Hojas unitarias	0,80	0,85	0,80
Carpetas	0,75	0,80	0,80

**Fuente:** Librerías El Estudiante, Majoba y La Central  
**Elaborado por:** Los autores

En base a los datos proyectados a través del cuadro se demuestra que en los precios la competencia va a la par de la Librería La Central, los factores diferenciadores son la ubicación, la calidad de atención y poseer un amplio stock para suplir las necesidades de los clientes.

**Cuadro 30: Análisis de la competencia**

<b>Librerías</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Productos y servicios que oferta</b>
<p><b>El Estudiante</b></p> 	<p><b>DIRECCION:</b> Av. Simon bolivar y 2 de Agosto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de papeleria</li> <li>• Copias</li> </ul>
<p><b>Librería Majoba</b></p> 	<p><b>DIRECCIÓN</b> Av. 2 de Agosto y Martinez Peñaherrera</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de papeleria</li> <li>• Copias</li> <li>• Bazar y</li> <li>• servicio de cyber</li> </ul>
<p><b>Librería la Central</b></p> 	<p><b>DIRECCIÓN</b> Av. 2 de Agosto y 13 de Diciembre</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de librería</li> <li>• Copias</li> <li>• Bazar</li> <li>• Manualidades</li> <li>• Maquillajes, tintes,</li> <li>• Anillados y emplastados)</li> </ul>

**Elaborado por:** Los autores

Una vez analizado la descripción de la competencia; se puede enfatizar que la Librería Majoba representa una competencia fuerte puesto que ofrece una gran gama de servicios adicionales; por tanto la expansión permitirá ofrecer un mayor surtido y comodidad para los clientes para lograr su preferencia.

### **11.5.3.2. Estudio Técnico**

#### **Objetivo general**

Elaborar un estudio técnico que permita establecer los aspectos técnicos para la expansión de la Librería la Central del cantón Valencia.

#### **Objetivos específicos**

Varios autores proponen de forma distinta los componentes del estudio técnico de un proyecto de inversión, a continuación se detalla la estructura básica acorde al criterio (Baca, 2010, pág.122).

- Determinar la localización óptima del proyecto
- Analizar y determinar el tamaño óptimo de la planta
- Efectuar la Ingeniería del proyecto
- Identificar y describir el proceso de venta de útiles escolares
- Determinar la organización humana y jurídica del proyecto

#### **11.5.3.2.1. Determinación de la localización óptima del proyecto**

- **Macro localización**

Con el propósito de encontrar la ubicación adecuada para el proyecto, en expansión de un nuevo local de la librería la Central, estará ubicado en el Ecuador, Provincia de Los Ríos, especialmente en el cantón Valencia, con la siguiente información que se fundamenta la localización.

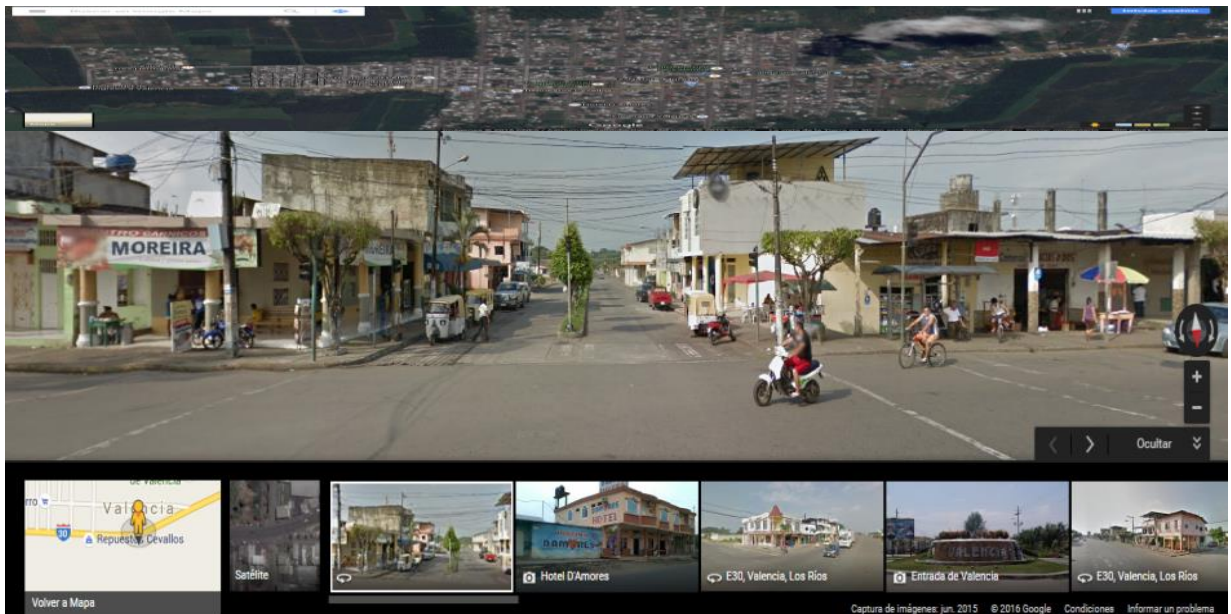


**Figura 9.** Macro localización

**Fuente:** (Google, 2014)

- **Micro localización**

Para el proyecto la, micro localización del proyecto se identifica las calles donde va a formarse la nueva librería siendo las avenidas 13 de Diciembre y calle Simón Bolívar del cantón Valencia.



**Figura 10.** Micro localización

**Fuente:** Investigación de campo

### 11.5.3.2.2. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la planta

Con el propósito de terminar el tamaño del proyecto de expansión de la Librería La Central se consideró los datos de la demanda insatisfecha; en base a la infraestructura, mano de obra y capital de la empresa, se proyectó captar un 20% de la demanda insatisfecha para el año 2016.

- **Tamaño en función del mercado**

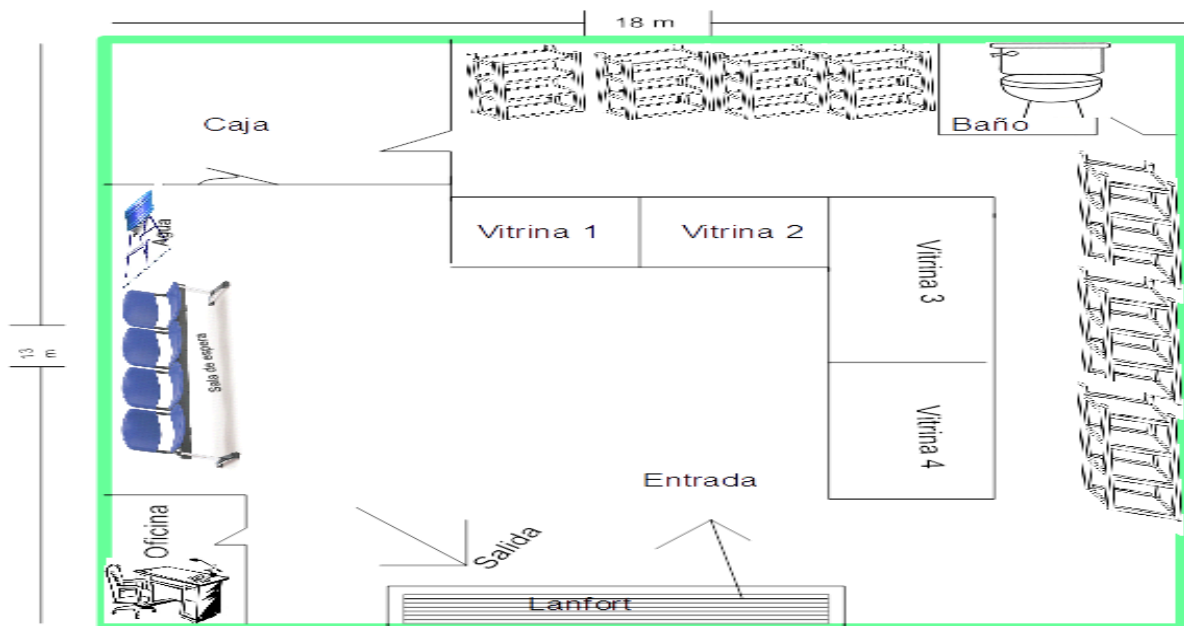
A través del cuadro se refleja el tamaño del proyecto para el año 2016 será de 133.090 unidades; empleando un porcentaje de captación del 20% acorde a la capacidad de mano de obra, instalaciones y el financiamiento bancario que tienen acceso la propietaria de la Librería la Central del cantón Valencia.

**Cuadro 31. Tamaño en función del mercado**

Años	Demanda insatisfecha	% captación	Tamaño de proyecto
2016	665.452	20,0%	133.090
2017	690.879	20,0%	138.176
2018	704.120	20,0%	140.824
2019	732.478	20,0%	146.496
2020	760.835	20,0%	152.167

Elaborado por: Los autores

### 11.5.4.2.3. Distribución de la Librería la Central



**Figura 11. Distribución del local comercial**

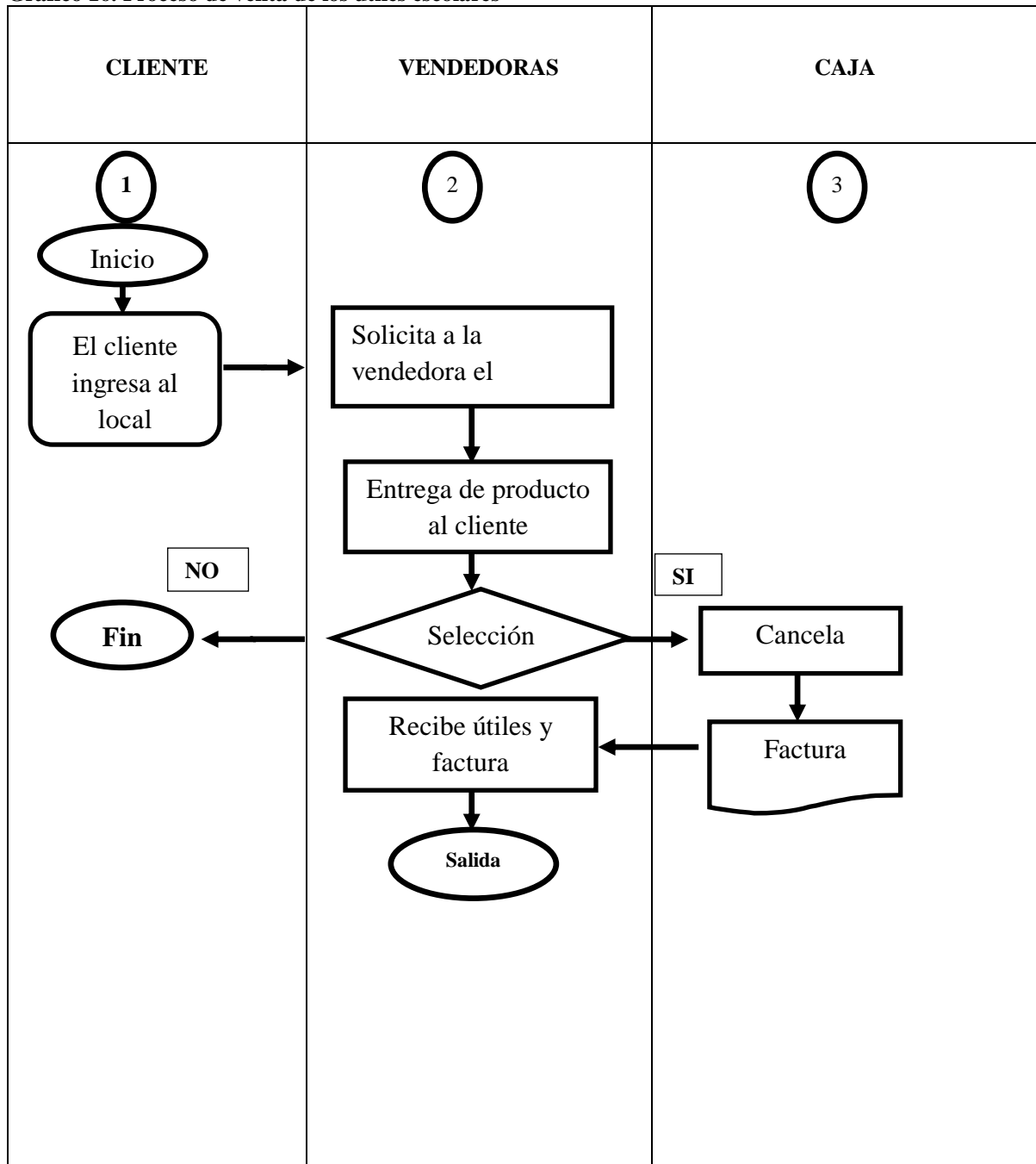
Elaborado por: Los autores

### 11.5.3.2.4. Ingeniería del proyecto

#### Proceso de venta de útiles escolares

Para una mejor visión del proceso de venta de útiles escolares en la librería la Central se diseñó el siguiente diagrama de flujo que se detalla las actividades por áreas:

**Gráfico 16. Proceso de venta de los útiles escolares**



**Fuente:** Librería la Central  
**Elaborado por:** Los autores

### **11.5.3.2.5. Marco legal y administrativo**

#### **Marco legal**

##### **Constitución de la Librería la Central**

La Librería La Central se encuentra constituida como persona natural no obligada a llevar Contabilidad y el trámite legal al cual debe dar cumplimiento es la actualización del Registro Único de Contribuyentes número 1200728713001, con el incremento de un nuevo local comercial. (**Anexo 8**)

Además es necesario cumplir con los siguientes requisitos que la ley lo determina como son:

- Permiso de funcionamiento del Benemérito Cuerpo de Bomberos del Cantón Valencia
- Actualización del RUC en el Servicio de Rentas Internas
- Patente Municipal
- Permiso Comisaria Municipal

#### **Marco administrativo**

La parte administrativa estará conformada por el gerente que a su vez ejercerá las funciones de cobranza; el cual deberá controlar la parte de la documentación, planificación, organización dirección y control de la librería teniendo como soporte en la parte contable a un contador que será contratado de manera ocasional; en la parte operativa se contratará el servicios de dos vendedoras quienes se encargaran de la parte de atención al cliente.

- **Estructura Organizacional**

La librería la central para su funcionamiento laboral se ha definido en funciones y responsabilidades por departamentos la cual se detalla de la siguiente manera:





**Figura 12.** Organigrama estructural  
Elaborado por: Los autores

- **Estructura funcional**

La librería la Central del cantón Valencia para su manejo de sus actividades administrativas y operativas como son las ventas de útiles escolares deben tener definido las funciones y responsabilidades de cada uno de las áreas que componen la organización así como de los responsables de estas áreas que a continuación se lo describe:

### Área administrativa

El área administrativa para la expansión de la Librería La Central estará conformada por el administrador que a su vez ejercerá las funciones de cajero; cuyos requisitos se funciones se enuncian a continuación:

**Cargo:** Administrador/Cajero

### Requisitos para el cargo:

- Poseer Título en Carrera de Ciencias Administrativas
- Tener como mínimo un año de experiencia en el cargo
- Tener conocimientos de liderazgo, computación y recursos humanos

Las funciones a desempeñar se enuncian a continuación:

- Encargado de la administración de la librería
- Dirige, controla y organiza al personal
- Planifica y controla las actividades de compra de mercadería conjuntamente con el personal
- Realiza pedidos a proveedores
- Procura mantener un ambiente laboral armonioso
- Realiza el cobro de la venta de los útiles escolares
- Entrega de facturas
- Realiza cuadro de caja
- Elabora resumen de caja

### **Área operativa**

El personal del área operativa estará conformada por dos vendedoras cuya función principal será la atención a los clientes; adicional desempeñaran en el área de bodega y perchas; para efectos de un mejor conocimiento se detalla los requisitos y funciones:

**Cargo:** Vendedoras

### **Requisitos para el cargo:**

- Poseer título de bachiller como mínimo
- Tener dominio sobre atención al cliente
- Poseer mínimo un año de experiencia en atención sobre útiles escolares.
- Capacidad de trabajar bajo presión

La vendedora deberá efectuar las siguientes funciones:

- Recibir y atender al cliente con cordialidad
- Mostrará la mercadería y detallar las características del producto
- Colocar la mercadería en los exhibidores
- Realizar limpieza del área de trabajo
- Mantendrá informado sobre la rotación de los productos al área administrativa

### 11.5.3.2.6. Descripción de la inversión fija del negocio

En esta etapa del proyecto es importante detallar todos los materiales y herramientas que será necesario para la operación del nuevo local, cuyos valores son cotizados en base a los precios del año 2016.

**Cuadro 32. Equipos y mobiliario**

Descripción	Cantidad
<b>Equipos</b>	
Computadora I5	2
Impresora EPSON L365	2
Impresora paralela de rollo	1
Teléfono	2
<b>Muebles</b>	
Escritorio tipo L	1
Sillas giratorias	1
Sillas sala de espera 4 puestos tipo aeropuerto con forros	1
Archivador metálico 4 gavetas	1
Silla giratoria para caja	1
Escritorio sencillo formica	1
Archivador aéreo	1
Vitrinas de vidrio	4
Perchas metálicas recubiertas 5 pisos para productos	6

Elaborador por: Los autores

### 11.5.3.3. Estudio Económico

#### Objetivo General

- Efectuar un estudio económico que permita determinar la inversión inicial requerida para la expansión de la Liberia la Central.

### Objetivos Específicos

- Determinar la inversión total requerida para la expansión de la Librería la Central y su respectiva forma de financiación.
- Determinar el monto del capital de trabajo requerido para el funcionamiento de la librería.
- Calcular los ingresos y costos fijos y variables de la propuesta.
- Establecer las utilidades netas mediante el estado de pérdidas y ganancias proyectado.

#### 11.5.3.3.1. Inversión Inicial

- **Activos fijos tangibles**

Para efectuar la expansión de la Librería la Central del cantón Valencia se requerirá los siguientes activos fijos, valorados en \$ 4.567,10 dólares.

**Cuadro 33: Materiales y equipos**

Concepto	Cantidad	Costo Unidad	Costo Total
Escritorio tipo L	1	250,00	250,00
Escritorio sencillo	1	99,00	99,00
Sillas giratorias	2	45,00	90,00
Archivador metálico	1	135,20	135,20
Archivador aéreo	1	79,90	79,90
Vitrinas de vidrio	4	150,00	600,00
Perchas metálicas	6	200,00	1.200,00
Computadora	2	657,00	1.314,00
Impresora	2	200,00	400,00
Impresora paralela	1	355,00	355,00
Teléfono	2	22,00	44,00
<b>Total inversión. fija</b>			<b>4.567,10</b>

**Elaborado:** Los autores

### 11.5.3.3.2. Depreciaciones

Con el propósito de conocer el porcentaje de desgaste que sufren los activos fijos de la expansión de la librería se efectuó el cálculo de la depreciación lineal, esto permitió establecer una depreciación anual de \$ 913,42 los mismos que se detallaron en el siguiente cuadro.

**Cuadro 34: Depreciaciones**

Concepto	Cant	Costo Unid.	Costo Total	Vida útil	Depre. anual	Depre. acumulad	Valor residual
Escritorio tipo L	1	250,00	250,00	5	50,00	250,00	25,00
Escritorio sencillo	1	99,00	99,00	5	19,80	99,00	9,90
Sillas giratorias	2	45,00	90,00	5	18,00	90,00	9,00
Archivador metálico	1	135,20	135,20	5	27,04	135,20	13,52
Archivador aéreo	1	79,90	79,90	5	15,98	79,90	7,99
Vitrinas de vidrio	4	150,00	600,00	5	120,00	600,00	60,00
Perchas metálicas	6	200,00	1.200,00	5	240,00	1.200,00	120,00
Computadora	2	657,00	1.314,00	5	262,80	1.314,00	131,40
Impresora	2	200,00	400,00	5	80,00	400,00	40,00
Impresora paralela	1	355,00	355,00	5	71,00	355,00	35,50
Teléfono	2	22,00	44,00	5	8,80	44,00	4,40
<b>TOTAL</b>			<b>4.567,10</b>		<b>913,42</b>	<b>4.567,10</b>	<b>456,71</b>

Elaborado por: Los autores

### 11.5.3.3.3. Costo de la mercadería

Con el propósito de determinar la cantidad de útiles escolares durante el periodo del año 2016 a adquirir se recurrió a los datos del tamaño del proyecto y los respectivos porcentajes de la demanda por producto que a su vez fueron multiplicados por un precio promedio dando un valor anual de \$ 58.969,69 dólares.

**Cuadro 35: Costo de mercadería**

Útiles escolares	Cantidad	Precio Unitario	Total
Cuadernos	26.618	0,70	19.750,62
Esferos	19.964	0,18	3.703,24
Lápices de colores	5.324	2,10	11.850,37
Borradores	19.964	0,08	1.587,10
Sacapuntas	13.309	0,13	1.763,45
Hojas unitarias	25.287	0,40	10.721,76
Carpetas	22.625	0,40	9.593,16
<b>Total</b>	<b>133.090</b>		<b>58.969,69</b>

Fuente: Proveedores Librería La Central

Elaborado por: Los autores

#### 11.5.3.3.4. Gastos de constitución

Para efectuar los trámites de expansión de la Librería La Central es indispensable efectuar los siguientes trámites:

**Cuadro 36: Gastos de constitución**

Concepto	Descripción	Valor total
	Actualización RUC	0,00
Gastos de constitución	Actualización Ilustre Municipalidad Valencia	6,25
<b>Total:</b>		<b>6,25</b>

Fuente: Librería La Central

Elaborado: Los autores

#### 11.5.3.3.5. Mano de obra directa e indirecta del año 2016

La mano de obra requerida para la expansión de la Librería La central estará conformada por el administrador-cajero con un sueldo mensual de \$ 720,00 y 2 vendedoras que percibirán un salario de 366,00; ascendiendo un valor mensual de \$ 1.855,90 y un valor anual de 22.270,78

**Cuadro 37: Rol de pagos**

Descripción	Cantidad	Costo mensual	Subt.	Aporte patronal 11,15%	Décimo Tercer sueldo	Décimo Cuarto sueldo	Sueldo mensual	Sueldo anual
<b>Mano de obra directa</b>								
Administrador / cajero	1	720,00	720,00	80,28	60,00	60,00	920,28	11.043,36
Vendedoras	2	366,00	732,00	81,62	61,00	61,00	935,62	11.227,42
<b>Subtotal:</b>		<b>1.086,00</b>	<b>1452,00</b>	<b>161,90</b>	<b>121,00</b>	<b>121,00</b>	<b>1.855,90</b>	<b>22.270,78</b>
<b>Total:</b>							<b>1.885,90</b>	<b>22.270,78</b>

Fuente: Tabla sectorial, 2016

Elaborado: Los autores

#### 11.5.3.3.6. Gastos generales

Los gastos generales requeridos para la expansión de la Librería La Central del cantón Valencia se mencionan en el siguiente cuadro, dando un valor mensual de \$ 146,28, los cuales ascienden anualmente una cantidad de \$ 3.964,11.

**Cuadro 38: Gastos generales**

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Suministros indirectos	93,75	93,75
Suministros de oficina	51,25	615,00
Costos de publicidad	30,00	360,00
Suministros de aseo	8,28	99,36
Servicios básicos	62,00	744,00
Arriendos	171,00	2052,00
<b>Total:</b>	<b>416,28</b>	<b>3.964,11</b>

**Fuente:** Costos de la Librería La Central

**Elaborado por:** Los autores

**Cuadro 39: Otros gastos**

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
*Pagos de permisos y patentes	-	56,37
Pago contador ocasional	45,00	540,00
Imprevistos	-	500,00
<b>Total:</b>	<b>45,00</b>	<b>1.096,37</b>

**Fuente:** Costos de la Librería La Central

**Elaborado por:** Los autores

### 11.5.3.3.7. Inversión inicial requerida

La inversión inicial comprenden las cuentas detalladas en el cuadro, ascendiendo a un valor total de \$ 90.874,30

**Cuadro 40: Inversión inicial**

<b>Descripción</b>	<b>Costo total</b>
Costos fijos tangibles	4.567,10
Gastos de constitución	6,25
<b>Capital de trabajo</b>	
Costo de la mercadería	58.969,69
Mano de obra	22.270,78
Gastos generales	3.964,11
Otros gastos	1.096,37
<b>Total</b>	<b>90.874,30</b>

**Elaborado por:** Los autores

### 11.5.3.3.8. Financiamiento de la inversión

Una vez deducido el monto de la inversión inicial se planteó que el mismo será financiado de la siguiente manera: el 50% mediante un crédito bancario a BanEcuador a una tasa de interés del 15% con pagos mensuales a tres años plazo y el 50% a través del aporte de capital procedente de los socios.

**Cuadro 41: Forma de financiación**

<b>Descripción</b>	<b>%</b>	<b>Cantidad</b>
Capital accionistas	50%	45.437,15
Préstamo bancario	50%	45.437,15
<b>Inversión</b>	<b>100</b>	<b>90.874,30</b>

Elaborado por: Los autores

### 11.5.3.3.9. Amortización de la deuda

El 50% de la inversión inicial será financiada a través de un crédito microempresarial productivo en el Banco BanEcuador a 3 años plazo con pagos mensuales a una tasa de interés del 15%. (Anexo 21)

**Cuadro 42: Resumen de intereses y capital amortizado**

<b>Años</b>	<b>Amortización</b>	<b>Intereses</b>
Año 1	12.952,05	5.949,08
Año 2	15.034,15	3.632,09
Año 3	17.450,95	1.450,17
<b>Totales</b>	<b>45.437,15</b>	<b>11.031,33</b>

Elaborado por: Los autores

### 11.5.3.3.10. Costos fijos y variables del año 2016

Los costos fijos del año 2016 ascienden a un valor de \$ 27.650,93 dólares y los costos variables conformados por el costo de la mercadería y suministros indirectos sumando un valor de \$ 59.563,44 dólares; sumando un total de costos fijos y variables de \$ 87.214,37 dólares.



**Cuadro 43: Costos fijos y variables del periodo 2016**

<b>Detalles</b>	<b>Costos anuales</b>
<b>Costos fijos</b>	
Mano de obra	22.270,78
Mano de obra ocasional	540,00
Suministros de oficina	615,00
Gasto de patentes	56,37
Gastos publicitarios	360,00
Suministros de aseo	99,36
Servicios básicos	744,00
Arriendo	2.052,00
Depreciación anual	913,00
<b>Subtotal:</b>	<b>27.650,93</b>
<b>Costos variables</b>	
Compra de mercadería	58.969,69
Suministros indirectos	94,00
Imprevistos	500,00
<b>Subtotal</b>	<b>59.563,44</b>
<b>Total:</b>	<b>87.214,37</b>

Elaborado por: Los autores

#### **11.5.3.3.11. Proyección de los costos fijos y variables**

Para efectuar las proyecciones de los años posteriores se empleó la tasa de inflación (1.58%) correspondiente al mes de Julio del año 2016 de acuerdo a los datos estadísticos del Banco Central del Ecuador.

**Cuadro 44: Proyección de los costos fijos y variables periodo 2016-2020**

Descripción	Años				
	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Costos fijos</b>					
Mano de obra	22.270,78	22.560,30	22.853,58	23.150,68	23.451,64
Mano de obra ocasional.	540,00	548,53	557,20	566,00	574,95
Suministros de oficina	615,00	624,72	634,59	644,61	654,80
Gasto de patentes	56,37	57,26	58,17	59,08	60,02
Gastos publicitarios	360,00	365,69	371,47	377,34	383,30
Suministros de aseo	99,36	100,93	102,52	104,14	105,79
Servicios básicos	744,00	755,76	767,70	779,83	792,15
Arriendo	2.052	2084,42	2117,36	2150,81	2184,79
Depreciación anual	913,00	913,00	913,00	913,00	913,00
<b>Subtotal:</b>	<b>27.650,93</b>	<b>28.011,02</b>	<b>28.375,99</b>	<b>28.745,91</b>	<b>29.120,84</b>
<b>Costos variables</b>					
Compra de mercadería	58.969,69	59.901,42	60.847,86	61.809,25	62785,84
Suministros indirectos	94,00	95,23	96,74	98,26	99,82
Imprevistos	500,00	507,90	515,92	524,08	532,36
<b>Subtotal</b>	<b>59.563,44</b>	<b>60.504,55</b>	<b>61.460,52</b>	<b>62.431,59</b>	<b>63.418,01</b>
<b>TOTAL:</b>	<b>87.214,37</b>	<b>88.515,57</b>	<b>89.836,51</b>	<b>91.177,51</b>	<b>92.538,86</b>

Elaborado por: Los autores

### 11.5.3.3.12. Ingresos

Para determinar los ingresos de la expansión de la Librería La Central se tomó referencia los datos del cálculo del costo de la mercadería con los precio de venta, obteniendo los ingresos anuales a percibir asciende a \$ 111.263,57 dólares.

**Cuadro 45: Ingreso anual**

Útiles escolares	Cantidad	Precio Unitario	Ingresos
Cuadernos	26.618	1,40	37.265,31
Esferográficos	19.964	0,35	6.987,25
Lápices de colores	5.324	4,20	22.359,19
Borradores	19.964	0,15	2.994,53
Sacapuntas	13.309	0,25	3.327,26
Marcadores	25.287	0,80	20.229,74
Carpetas	22.625	0,80	18.100,29
<b>Total</b>	<b>133.090</b>		<b>111.263,57</b>

Fuente: Librería La Central

Elaborado por: Los autores

- **Proyección de ingresos**

La proyección de los ingresos a percibir por la librería durante los siguientes cinco años se efectuó con el método de regresión lineal; obteniendo un ingreso proyectado de \$ 127.211,61 para el año 2020. (Anexo 22)

**Cuadro 46: Ingresos proyectados**

Años	Ingresos
2016	111.263,57
2017	115.514,93
2018	117.728,78
2019	122.470,36
2020	127.211,61

Elaborado por: Los autores

- **Ingresos netos**

El siguiente cuadro muestra los ingresos netos a percibir para el año 2016, siendo un valor anual de \$ 24.049,20 dólares y los ingresos netos para el año 2020 el mismo se incrementa para percibir \$ 34.672,75 dólares.

**Cuadro 47: Ingresos netos**

<b>Años</b>	<b>Ingresos. Bruto</b>	<b>Egresos. Brutos</b>	<b>Ingresos. Netos</b>
2016	111.263,57	87.214,37	24.049,20
2017	115.514,93	88.515,57	26.999,36
2018	117.728,78	89.836,51	27.892,27
2019	122.470,36	91.177,51	31.292,86
2020	127.211,61	92.538,86	34.672,75

Elaborado por: Los autores

### 11.5.3.3.13. Punto de equilibrio

Una vez efectuado el cálculo del punto de equilibrio se determinó que la empresa debe vender \$ 59.507,41 dólares anuales para mantener un nivel que garantice ni pérdidas ni ganancias.

**Cuadro 48: Punto de equilibrio**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Costos Fijos	27.650,93
Costos Variables	59.563,44
Total egreso	87.214,37
Total ingreso	111.263,57
<b>Punto de equilibrio monetario</b>	<b>59.507,41</b>

Elaborado por: Los autores

### 11.5.3.4. Evaluación Financiera

#### Objetivo General

Realizar un estudio financiero para conocer la viabilidad financiera de la expansión de Librería la Central del cantón Valencia.

#### Objetivos Específicos

- Efectuar el cálculo de las utilidades netas del proyecto de expansión de la Librería la Central proyectado.
- Elaborar el flujo de caja neto con sus respectivas proyecciones.
- Determinar el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del estudio de factibilidad.

#### 11.5.3.4.1. Estados de resultado proyectado

Una vez deducidos los costos e impuestos respectivos se evidencia una utilidad líquida de \$ 15.944,62 dólares para el año 2016 y el mismo sigue incrementándose hasta obtener un valor de \$ 39.533,46 dólares para el año 2020, lo cual evidencia que la creación de la microempresa se encuentra en nivel aceptable de rentabilidad.

**Cuadro 49: Estado de pérdidas y ganancias**

Descripción	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	111.263,57	138.175,75	140.823,90	146.495,65	152.167,00
Total ingresos	<b>111.263,57</b>	<b>138.175,75</b>	<b>140.823,90</b>	<b>146.495,65</b>	<b>152.167,00</b>
(-) Egresos totales	87.214,37	88.515,57	89.836,51	91.177,51	92.538,86
(=) Utilidad marginal	<b>24.049,20</b>	<b>49.660,18</b>	<b>50.987,39</b>	<b>55.318,14</b>	<b>59.628,14</b>
(-) Part. Trabajo 15%	3.607,38	7.449,03	7.648,11	8.297,72	8.944,22
(=) antes de imp.	<b>20.441,82</b>	<b>42.211,16</b>	<b>43.339,28</b>	<b>47.020,42</b>	<b>50.683,92</b>
(-) Imp. La Renta (22%)	4.497,20	9.286,45	9.534,64	10.344,49	11.150,46
(=) Utilidad neta	<b>15.944,62</b>	<b>32.924,70</b>	<b>33.804,64</b>	<b>36.675,93</b>	<b>39.533,46</b>

**Elaborado por:** Los autores

\*Para los periodos anuales entre los años 2016 al 2020 se dedujo el 22% de los impuestos

### 11.5.3.4.2. Estado de flujo de efectivo

A través del flujo de caja efectivo diseñado para la sucursal de la librería la Central se conoció que los mismos se incrementan de manera positiva como se demuestra a continuación:

**Cuadro 50: Estado de flujo de efectivo**

<b>Cuentas</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Inversión inicial	<b>-90.874,30</b>					
Préstamo financiero	<b>45.437,15</b>					
Ingresos		111.263,57	138.175,75	140.823,90	146.495,65	152.167,00
Total ingresos		111.263,57	138.175,75	140.823,90	146.495,65	152.167,00
Costos fijos		27.650,93	28.011,02	28.375,99	28.745,91	29.120,84
Costos variables		59.563,44	60.504,55	61.460,52	62.431,59	63.418,01
Costos de operación anual		<b>24.049,20</b>	<b>49.660,18</b>	<b>50.987,39</b>	<b>55.318,14</b>	<b>59.628,14</b>
Amortización		12.952,05	15.034,15	17.450,95	0,00	0,00
Gasto financiero		<b>5.949,08</b>	<b>3.632,09</b>	<b>1.450,17</b>	-	-
Valor salvamento						456,71
Flujo de caja	<b>-45.473,15</b>	<b>31.052,17</b>	<b>38.258,12</b>	<b>34.986,60</b>	<b>55.318,14</b>	<b>60.084,85</b>

Elaborado por: Los autores

### 11.5.3.4.3. Valor Actual Neto (VAN)

Una vez efectuado el cálculo del VAN con una tasa de descuento del 15% anual, se obtuvo un resultado de \$ 94.998,76 durante los cinco años del estudio de factibilidad para la expansión de la Librería la Central, valor que demuestra que la propuesta si muestra rentabilidad; en vista que el valor obtenido supera la inversión inicial a efectuar. (**Anexo 23**)

### 11.5.3.4.4. Cálculo de la TIR del proyecto

La Tasa interna de Retorno del presente del presente proyecto es del 77%, valor que sustenta la expansión de la Librería la Central en el cantón Valencia; demostrando que si es viable para su posterior ejecución, puesto que el porcentaje obtenida es superior al valor del crédito bancario empleado para su financiación. (**Anexo 24**)

## 12. IMPACTO SOCIAL, ECÓNOMICO Y FINANCIERO

**Cuadro 51. Impacto social**

Componentes		Nivel de impacto		
		Alto	Medio	Bajo
<b>Entradas</b>	Los recursos a utilizar serán financiados mediante el aporte de los investigadores, propietaria de la Librería y una entidad financiera del cantón.	x		
<b>Actividad</b>	La actividad social de la expansión de la Librería brindará beneficio al sector estudiantil, docentes y oficinistas quienes podrán acceder a una mayor variedad de útiles escolares y una excelente atención.	x		
<b>Producto</b>	Una mayor variedad de útiles escolares en una infraestructura más amplia y mejor distribuida.	x		
<b>Repercusión</b>	Mejorar la calidad de vida de los usuarios de útiles escolares porque se ofrecerá mejores alternativas en este producto sin tener que trasladarse a otras localidades para su adquisición.	X		

**Elaborado por:** Los autores

**Análisis:** El proyecto planteado tendrá un impacto social alto porque se contará con un nuevo local que brindará una mejor atención a los clientes y se contará con todos los útiles escolares incluidos libros didácticos solicitado por los consumidores, con esto se satisface las necesidades de la ciudadanía del cantón Valencia.

### Impacto Económico

Con la ejecución de la expansión de la librería La Central el impacto económico se ve reflejado en el incremento de la rentabilidad en las utilidades, obteniendo una utilidad neta de \$ 32.924,70 para el año 2017 lo cual representa un aumento del 105%, además se prevé un ahorro en los gastos de transportes para la ciudadanía del cantón La Maná que opta por trasladarse a otras localidades para comprar sus útiles escolares; otro de los aspectos dentro del impacto económico es el incremento en los pedidos de útiles escolares hacia los proveedores quienes también verán un incremento en sus utilidades en vista que el costo de la mercadería es de \$ 58.969,69 anuales.

**Impacto financiero**

El estudio financiero determinó que la inversión inicial del proyecto es de \$ 90.874,30 los ingresos que se obtendrán por la venta de útiles escolares en el primer año sería de \$ 15.944,62 los cuales crecen de manera positiva hasta lograr un ingreso de \$ 39.533,46 para el año 2020; el análisis financiero de los flujos de caja dieron como resultado que el VAN obtenido para el proyecto es de \$ 94.998,76 una TIR del 77%, valores que sustentan la viabilidad económica y financiera de la expansión de la Librería la Central. Además, el sector financiero del cantón Valencia reflejará una notable mejora con la implantación de la propuesta; como lo demostraron los valores obtenidos en la evaluación financiera para la expansión.



### 13. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

**Cuadro 52. Presupuesto**

Actividades	Costo primer año			
	Costo investigación			
Elaboración del cuestionario dirigido a la población.	25,00			
Ejecución de la encuestas	50,00			
Análisis de los resultados mediante gráficos	25,00			
Determinar la oferta, demanda y demanda insatisfecha de los útiles escolares	50,00			
Determinar el tamaño del proyecto	50,00	25,00		
Establecer los requerimientos de localización y la disponibilidad de recursos.		100,00		
Diseñar la distribución de la infraestructura		50,00		
Establecer el flujograma de proceso de comercialización.		25,00		
Diseño estudios legal organizacional		25,00		
Diseño estudio económico y financiero			100,00	
<b>Costo proyecto de investigación:</b>	<b>200,00</b>	<b>225,00</b>	<b>100,00</b>	<b>525,00</b>
Costos fijos tangibles				4.567,10
Gastos de constitución.				6,25
Capital de trabajo				43.999,75
<b>Costo expansión de la librería</b>	<b>200,00</b>	<b>225,00</b>	<b>100,00</b>	<b>45.049,75</b>
<b>COSTO TOTAL DE LA EXPANSIÓN</b>	<b>45.049,75</b>			

Elaborado por: Los autores

## 14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 14.1 Conclusiones

- Mediante el estudio de mercado efectuado a través de la recopilación de datos procedentes de la población y librerías del cantón Valencia se evidenció una oferta de 140.358, una demanda 805.810 y una demanda insatisfecha del mercado en cuanto a útiles escolares de 665.452; debido a que en el cantón Valencia las tres librerías existentes no poseen el inventario suficiente para abastecer la demanda de sus usuarios y por tanto es indispensable efectuar una expansión de la librería La Central.
- El estudio técnico permitió clasificar la tecnología y conocer que el proyecto posee disponibilidad de la infraestructura con servicios básicos, mano de obra, ubicación céntrica; determinando que el tamaño del proyecto será del 20% de la demanda insatisfecha que abarca un total de 133.090 unidades de útiles escolares, para el año 2016 valor que fue considerado la disponibilidad de la técnica disponible.
- A través del análisis financiero se pudo conocer que la inversión inicial requerida para la expansión de la librería La Central del cantón Valencia fue de \$ 90.874,30; una vez deducidos los gastos e impuestos de ley el estado de pérdidas y ganancias evidenció una utilidad neta de \$ 15.944,62 para el año 2016, el cual se incrementa de manera positiva hasta el año 2019 con un valor de \$ 39.533,46 anuales; el cálculo financiero del Valor Actual Neto a una tasa de descuento del 15% reflejó un valor de \$ 94.998,76 y una Tasa Interna de Retorno del 77%; valores que demuestran que la investigación es una propuesta viable de inversión.

## 14.2. RECOMENDACIONES

- De acuerdo la información obtenida en el estudio de mercado se recomienda poner en marcha el proyecto de expansión de la librería la Central, puesto que se determinó que existe una amplia demanda insatisfecha de útiles escolares en el cantón Valencia.
- Al momento de ejecutar el proyecto tomar en consideración el análisis realizado en el estudio técnico puesto este indica todos los requerimientos del proyecto; los cuales permitirán lograr resultados óptimos en cuanto al aspecto técnico de la expansión de la librería.
- Mantener un control exhaustivo en la parte económica y financiera a través de análisis continuos de los indicadores financiero cada año que permita medir el índice de cumplimiento acorde al estudio de factibilidad trazado para este propósito; de esta manera se garantiza que la propuesta llegue a feliz término, satisfaciendo las expectativas de la propietaria y los clientes que buscan un mejor servicio.

## 15. BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS

- BACA, U. (2010). Evaluación de Proyectos (Cuarta ed.). México: McGraw-Hill, 420 p. ISBN 978-607-15-0260-5
- BARRADAS, M. (2014). Estudio de factibilidad de un producto. Estados Unidos de América: Palibrio LLC, pp. 99 p. ISBN: 9781463381288
- CUATRECASAS, L. (2012). La producción procesos. Relación entre productos y procesos. Madrid: Editorial Díaz de Santos, 78 p. ISBN: 9788499693590
- DOMÍNGUEZ, H. (2011). Trazos de una otra comunicación en América Latina, Editorial Universidad del Norte, 362 p. ISBN: 958741134X
- ESTUPIÑAN, R. (2012). Estados financieros básicos bajo NIC/ NIIF . Bogotá: ECOE Ediciones, 403 p. ISBN: 9586487997
- FERNÁNDEZ, S. (2010). Los proyectos de inversión. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica, 289 p. ISBN: 9977-66-185-5
- GARCIA, E. (2015). Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa. España: Editorial Paraninfo., 178 p. ISBN: 9788428398152
- GILL, M. GINNER F. (2013). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Madrid: ESIC Editorial, 700 p. ISBN: 9788473569705
- GIL, M. (2012). El nuevo paradigma del sector del libro. Madrid, Trama editorial, 220 p, ISBN: 978-8489239-91-3.
- HERNANDEZ, L. & DUQUE, E. (2011). Estudio de Factibilidad para la Creación de Una Cooperativa de Vinos. EE.UU: EAE, 115 p. ISBN: 978-3-8465-6737-1

- KOTLER P. Bloom, P. & Hayes T. (2010). El Marketing de Servicios Profesionales (Primera ed.). Ibérica: Paidós Ibérica S.A, 424 p. ISBN: 8449315247
- MARTÍNEZ, D. & Artemio, M. (2012). Implantación de la estrategia. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 377 p. ISBN: 8499694071
- MUÑIZ L. (2010). Práctica para mejorar un plan de negocio: ¿Cómo diseñarlo, implantarlo y evaluarlo?, Editorial Profit, Primera edición, Barcelona, 208 p. ISBN: 8492956682,
- MEDINA, H. (2010). Diseños de proyectos de inversión con el enfoque de marco lógico. IICA, 151 p. ISBN13: 978-92-9248-101
- MEZA, J. (2013). Evaluación financiera de proyectos. Bogotá: ECOE EDICIONES, 362 p. ISBN: 9586488543
- MUNUERA, J. & Rodríguez, A. (2012). Estrategias de Marketing. Madrid: ESIC Editorial, 688 p. ISBN: 8473568192
- PALACIO, I. (2010). Guía práctica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 688 p. ISBN: 9587380673
- PRIETO, J. (2012). Gestión estratégica organizacional. Bogotá: Eco Ediciones, 286 p. ISBN: 9586488039, 240
- RODRÍGUEZ, A. & Hernández, Y. (2012). La planificación financiera. Madrid: Editorial Academia Española, 80 p. ISBN 10: 3659061107.
- SANCHEZ, J. (2013). Actitud emprendedora y oportunidades de negocio. Málaga: IC Editorial, 174 p. ISBN: 978-84-15994-21-3

**TESIS**

- CABASCANGO, A. (2012). Diseño y Estandarización de los Procesos de una Sucursal de la Empresa Corporación “COR Papelería Sánchez”. Escuela Politécnica Nacional. Facultad de de Ciencias Adminsitrativas, Proyecto de Titulación previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial , Cotacachi, 170 p.
- CHAUCA, D. & TERÁN, M. (2008). Proyecto de factibilidad para la creación de una librería estudiantil en la Espe Sede Latacunga, Carrera de Ingeniería Comercial, Proyecto previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial Tesis, Latacunga, 296 p.
- DOMINGUEZ, A. (2013). Estrategias de crecimiento empresarial: caso de El Corte Inglés y el Grupo Eroski, Universidad de Nuevo León, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Tesis de grado, 99 p.
- MUÑOZ, N. (2011). Estudio de factibilidad para la creación de una granja de porcinos en el recinto San Francisco de Chipec del cantón La Maná, año 2010. Unidad académica de ciencias administrativas y humanísticas. Carrera de Ingeniería Comercial, Tesis presentada previo a la obtención del Título de Ingeniería Comercial, UTC. La Maná, 324 p.
- OSCAR, A. (2003). Estudio de Factibilidad para la Apertura de una Sucursal de la Farmacia Inglesa en el distrito Metropolitano de Quito, Facultad de Ciencias Adminsitrativas y Contables, Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Ingeniería Comercial, Quito 199 p.
- SANGOQUIZA, P. (2016). Modelo de gestión para la fundación construyamos un sueño, ciudad de Latacunga, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, Carrera de Ingeniería Comercial, Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniería Comercial, UTC. Latacunga. 157 p.

## LINKOGRAFÍA

- REBOLLAR, S. (2011). Métodos para estimar costos de producción y rentabilidad. Barcelona: Editorial Academia Española, disponible: [http://www.mag.go.cr/rev\\_meso/v23n01\\_159.pdf](http://www.mag.go.cr/rev_meso/v23n01_159.pdf).
- SOLANET, M. (2010). Inversiones. Argentina: Academia Nacional de Ciencias 120 p.
- FORBES, (2016). Futuro de las librerías (recuperado el 13 de julio del 2016) disponible en: <http://www.forbes.com.mx/futuro-de-las-librerias/#gs.mWbPokU>
- MEDINA, H. (2010). Diseños de proyectos de inversión con el enfoque de marco lógico. IICA. disponible: <http://repiica.iica.int/docs/B1539E/B1539E.PDF>
- ECUADOR NOTICIAS. (2010). *Ecuador Noticias*. Recuperado el 06 de 07 de 2016, de <http://www.ecuadornoticias.com/search/label/TURISMO%20ECUADOR/search?max-results=10>

## 16. ANEXOS

### Anexo 1.

## HOJA DE VIDA

### 1. DATOS PERSONALES

**Nombres y Apellidos:** Cristian Serafín Jácome Chango  
**Lugar de Nacimiento:** Ecuador La Maná  
**Dirección de Domicilio:** Av. Rio San Pablo y El Carmen  
**Cedula de ciudadanía:** 050285989-5  
**Nacionalidad:** Ecuatoriana  
**Estado civil:** Soltero  
**Teléfono móvil:** 0986184261  
**E-Mail:** cristianjacome2013@gmail.com



### INSTRUCCIÓN:

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>	<b>NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA</b>	<b>TITULO OBTENIDO</b>	<b>LUGAR Y PAÍS</b>
Primario	Escuela “Narciso Cerda Maldonado”	Primario	La Maná Ecuador
Secundario	Colegio “Instituto Tecnológico Superior La Maná”	Bachiller Ingeniería Comercial	La Maná Ecuador



**Anexo 2.**

**HOJA DE VIDA**

**2. DATOS PERSONALES**

**Nombres y Apellidos:** Wilmer David López Herrera  
**Lugar de nacimiento:** Valencia, Los Ríos Ecuador  
**Dirección domiciliaria:** Av. 2 de Agosto y 13 de Diciembre  
**Cédula de ciudadanía:** 050275895-6  
**Nacionalidad:** Ecuatoriana  
**Estado civil:** Soltero  
**Teléfono móvil:** 0986550037  
**E-Mail:** david1212lopez@gmail.com



**INSTRUCCIÓN:**

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>	<b>NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA</b>	<b>TITULO OBTENIDO</b>	<b>LUGAR Y PAÍS</b>
Primario	Unidad Educativa Héroes del Tiwintza	Primario	Valencia - Ecuador
Secundario	Colegio Defensores del Tiwintza	Bachiller Contabilidad	Valencia - Ecuador

**Anexo 3:**

**HOJA DE VIDA**

**3. DATOS PERSONALES**

**Nombres y Apellidos:** Enry Gutember Medina López

**Fecha de nacimiento:** 30 de Marzo de 1960

**Cédula de identidad:** 050113451-4

**Nacionalidad:** Ecuatoriano

**Estado Civil:** Casado

**Dirección:** Recinto el Moral

**Teléfono:** 0992448049

**Correo:** enry.medina @utc.edu.ec



**ESTUDIOS REALIZADOS**

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>	<b>NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA</b>
Primaria	Escuela Fiscal “Vespertina Sin Nombre” Quevedo Los Ríos
Secundaria	Colegio Mixto La Maná
Tercer Nivel	Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo
Cuarto Nivel	Universidad Técnica de Cotopaxi

**TITULOS LOGRADOS**

<b>PREGRADO</b>	Licenciado en Ciencias de la Educación en la Especialización de Comercio y Administración
	Profesor en Segunda Enseñanza e La Especialización Comercio y Administración
<b>POSGRADO</b>	Magister en Planeamiento y Administración Educativo
	Diplomado Superior Práctica Docente Universitaria

## Anexo 4: Formato de encuesta aplicado a las familias del cantón Valencia



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

**Objetivo:** Recopilar información para determinar la aceptabilidad del proyecto de expansión de la papelería La Central del Cantón Valencia

#### PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSIÓN DE LA LIBRERÍA LA CENTRAL EN EL CANTÓN VALENCIA PROVINCIA DE LOS RIOS AÑO 2015”.

Para efectos de la realización de esta investigación la encuesta está dirigida a las familias del cantón Valencia, se requiere recabar información que serán de gran utilidad para el diseño del estudio de factibilidad, por tal razón le agradecemos se digne contestar el siguiente cuestionario, en cada una de las respuestas que considere pertinente.

#### 1.- ¿Cuántos miembros componen su familia?

Un integrante	<input type="checkbox"/>
Dos integrantes	<input type="checkbox"/>
Tres integrantes	<input type="checkbox"/>
Cuatro integrantes	<input type="checkbox"/>
Cinco integrantes	<input type="checkbox"/>

#### 2.- ¿Algún integrante de su familia se encuentran cursando algún estudio escolar?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

#### 3.- ¿Qué es lo primero que busca al momento de comprar útiles escolares? ¿Ordene?

Economía	<input type="checkbox"/>
Comodidad	<input type="checkbox"/>
Variedad	<input type="checkbox"/>
Servicio	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>

**4.- ¿En cuál de estas papelerías usted adquiere sus útiles escolares?**

Librería Estudiante

Librería La Central

Librería Majoba


**5.- ¿Ha tenido que viajar fuera del cantón Valencia para adquirir sus útiles escolares?**

Si

No


**6.- ¿El lugar donde usted realiza sus compras de útiles le provee de todos los materiales que busca?**

Si

No


**7.- ¿Cuál de estas librerías le presta un mejor servicio y atención?**

Librería Estudiante

Librería La Central

Librería Majoba


**8.- ¿De sus ingresos cuanto es el valor que destina para la adquisición de útiles escolares durante el periodo lectivo?**

20 – 40 dólares

41 – 60 dólares

61 – 80 dólares

81 – 100 dólares

Más de 100 dólares


**9.- ¿Con que frecuencia usted visita la librería de su preferencia del cantón para adquirir sus útiles escolares?**

Todos los días

Una vez por semana

Solo por inicio de clases


**10.- ¿De haber comprado sus útiles en la papelería La Central cómo calificaría la atención y el servicio?**

Excelente

Bueno

Malo


**11.- ¿Los precios de los útiles escolares de la librería La Central son?**

Excelente

Bueno

Malo


**12.- ¿Entre las distintas marcas de líneas escolares cuál de ellas usted usa habitualmente para el periodo lectivo?**

Cuadernos	
Esferográficos	
Libros	
Lápices de colores	
Borradores	
Sacapuntas	
Reglas	
Papel bond	
Cartulinas	
Compas	
Marcadores	
Goma	
Forros de papel	
Forros plásticos	
Membretes	
Calculadoras	
Carpetas	
Todas las anteriores	

**13.- ¿Cuál de estos productos son los que más adquiere en la librería La Central?**

Norma	
Escribe	
Andaluz	
Estilo	
Papelesa	
Ideal	
Staedtler	
Pelikan	
Kids	
Artesco	
Zebra	
Pentel	
Carioca	
Faber Castell	
Bic	

**14.- ¿Cree usted que la librería La Central necesita contar con la expansión de un nuevo local comercial para la venta útiles escolares?**

Si

No

**15.- ¿Con la apertura del nuevo local satisface rían sus necesidades al comprar los útiles escolares?**

Comodidad física

Servicio

Ahorro

## Anexo 5. Cálculo del índice de crecimiento poblacional

Datos para el cálculo:

- Población 2010: 43.899
- Población 2020: 54.637

Fórmula crecimiento poblacional compuesto

$$r = \left[ \left( \frac{P.F.}{P.A.} \right)^{1/n} - 1 \right] * 100$$

Donde

r= tasa de crecimiento poblacional

PF= número final de habitantes

PA= número actual de habitantes

t= años estimados

Cálculo:

$$r = \left[ \left( \frac{54637}{43899} \right)^{1/10} - 1 \right] * 100$$

$$r = [(1.2446069)^{1/10} - 1] * 100$$

$$r = [1.0221231 - 1] * 100 = 0.2212 * 100 = 2.21\%$$

**Anexo 6. Proyección de la oferta método regresión lineal**

<b>Años</b>	<b>(X)</b>	<b>Ventas (y)</b>	<b>xy</b>	<b>x^2</b>	<b>y^2</b>
2011	1	45.998	45.998	1	2'115.816,004
2012	2	46.514	93.028	4	2'163.552,196
2013	3	59.924	179.772	9	3,590,885,776
2014	4	72.018	288.072	16	5'186.592,324
2015	5	109.179	545.895	25	11'920.054,041
<b>Totales</b>	<b>15</b>	<b>333.633</b>	<b>1'152.765</b>	<b>55</b>	<b>24'976.900,341</b>
2016	6	112.286			
2017	7	127.473			
2018	8	142.659			
2019	9	157.846			
2020	10	173.032			

**Calculo de la variable b**

$$b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{5(1'152.765) - (15)(333.633)}{5(55) - (15)^2}$$

$$b = \frac{5'763.825 - 5'004.495}{275 - 225}$$

$$b = \frac{759.330}{50}$$

$$b = 15186,60$$

**Proyecciones**

**Para el año 2016**

$$a = a + bx$$

$$a = 21166,80 + 15186,60 (6)$$

$$a = 112286,40$$

**Para el año 2017**

$$a = a + bx$$

$$a = 21166,80 + 15186,60 (7)$$

$$a = 127473$$

**Calculo de la variable a**

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{n}$$

$$a = \frac{333633 - (15186,60)(15)}{5}$$

$$a = \frac{333.633 - 227.799}{5}$$

$$a = \frac{105.834}{5}$$

$$a = 21166,80$$

**Para el año 2018**

$$a = a + bx$$

$$a = 21166,80 + 15186,60 (8)$$

$$a = 142659,60$$



**Para el año 2019**

$$a = a + bx$$

$$a = 21166,80 + 15186,60 (9)$$

$$a = 157846,20$$

**Para el año 2020**

$$a = a + bx$$

$$a = 21166,80 + 15186,60 (10)$$

$$a = 173032,80$$

## Anexo 7. Proyección de la demanda por productos

### 7.1. Cuadernos

Años	(X)	Ventas (y)	xy	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>
2011	1	119.449	119.449	1	14'268.082,716
2012	2	125.749	251.498	4	15',812.838,778
2013	3	133.209	399.626	9	17'744.585,313
2014	4	140.516	562.062	16	19'744.638,182
2015	5	149.167	745.837	25	22'250.889,356
<b>Totales</b>	15	668.090	2'078.473	55	89'821.034.345

Años	Ventas a+bx
2016	158.520
2017	163.299
2018	170.719
2019	178.140
2020	185.560

### 7.2. Esferos

Años	(X)	Ventas (y)	xy	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>
2011	1	45.998	45.998	1	2,115,816,004
2012	2	46.514	93.028	4	2,163,552,196
2013	3	59.924	179.772	9	3,590,885,776
2014	4	72.018	288.072	16	5,186,592,324
2015	5	109.179	545.895	25	11,920,054,041
<b>Totales</b>	15	333.633	1'152.765	55	24,976,900,341

Años	Ventas a+bx
2016	118.890
2017	142.659
2018	142.659
2019	157.846
2020	173.032

### 7.3. Lápices de colores

Años	(X)	Ventas (y)	xy	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>
2011	1	29.862	29.862	1	891.755,170
2012	2	31.437	62.875	4	988'302,424
2013	3	33.302	99.907	9	1'109.036,582
2014	4	35.129	140.516	16	1'234.039,886
2015	5	37.292	186.459	25	1'390.680,585
<b>Totales</b>	15	167.022	519.618	55	5'613.814,647

<b>Años</b>	<b>Ventas a+bx</b>
2016	39.630
2017	40.825
2018	42.680
2019	44.535
2020	46.390

#### 7.4. Borrador

<b>Años</b>	<b>(X)</b>	<b>Ventas (y)</b>	<b>xy</b>	<b>x<sup>2</sup></b>	<b>y<sup>2</sup></b>
2011	1	89.587	89.587	1	8'025.796,528
2012	2	94.312	188.624	4	8'894.721,812
2013	3	99.907	299.720	9	9'981.329,239
2014	4	105.387	421.547	16	11'106.358,978
2015	5	111.875	559.377	25	12'516.125,263
<b>Totales</b>	15	501.067	1'558.855	55	50'524.331,819

<b>Años</b>	<b>Ventas a+bx</b>
2016	118.890
2017	122.474
2018	128.040
2019	133.605
2020	139.170

#### 7.5. Sacapuntas

<b>Años</b>	<b>(X)</b>	<b>Ventas (y)</b>	<b>xy</b>	<b>x<sup>2</sup></b>	<b>y<sup>2</sup></b>
2011	1	59.725	59.725	1	3'567.020,679
2012	2	62.875	125.749	4	3'953.209,694
2013	3	66.604	199.813	9	4'436.146,328
2014	4	70.258	281.031	16	4'936.159,546
2015	5	74.584	372.918	25	5'562.722,339
<b>Totales</b>	15	334.045	1'039.236	55	22,455.258,586

<b>Años</b>	<b>Ventas a+bx</b>
2016	79.260
2017	81.650
2018	85.360
2019	89.070
2020	92.780

### 7.6. Hojas unitarias

<b>Años</b>	<b>(X)</b>	<b>Ventas (y)</b>	<b>Xy</b>	<b>x<sup>2</sup></b>	<b>y<sup>2</sup></b>
2011	1	119.449	119.449	1	14'268.082,716
2012	2	125.749	251.498	4	15'812.838,778
2013	3	133.209	399.626	9	17'744.585,313
2014	4	140.516	562.062	16	19'744.638,182
2015	5	149.167	745.837	25	22'250.889,356
<b>Totales</b>	<b>15</b>	<b>668.090</b>	<b>2'078.473</b>	<b>55</b>	<b>89'821.034,345</b>

<b>Años</b>	<b>Ventas a+bx</b>
2016	158.520
2017	163.299
2018	170.719
2019	178.139
2020	185.560

### 7.7. Carpetas

<b>Años</b>	<b>(X)</b>	<b>Ventas (y)</b>	<b>xy</b>	<b>x<sup>2</sup></b>	<b>y<sup>2</sup></b>
2011	1	99.541	99.541	1	9'908.390,775
2012	2	104.791	209.582	4	10'981.138,040
2013	3	111.007	333.022	9	12'322.628,690
2014	4	117.096	468.385	16	13'711.554,293
2015	5	124.306	621.531	25	15'452.006,497
<b>Totales</b>	<b>15</b>	<b>556.742</b>	<b>1'732.061</b>	<b>55</b>	<b>62'375.718,295</b>

<b>Años</b>	<b>Ventas a+bx</b>
2016	132.100
2017	136.083
2018	142.266
2019	148.450
2020	154.633

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**



**NUMERO RUC:** 1200728713001  
**APELLIDOS Y NOMBRES:** HERRERA ALBAN VICTORIA MARIA  
**NOMBRE COMERCIAL:** PAPELERIA Y BAZAR LA CENTRAL  
**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO  
**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** **NUMERO:**

**FEC. NACIMIENTO:** 08/09/1955 **FEC. ACTUALIZACION:** 11/05/2012  
**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 13/08/1999 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**  
**FEC. INSCRIPCION:** 13/08/1999 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:** 26/01/2012

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**

VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE PAPELERIA

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**

Provincia: LOS RIOS Cantón: VALENCIA Parroquia: VALENCIA Calle: 2 DE AGOSTO Número: S/N Intersección: AV. BOLIVAR Referencia: DIAGONAL AL PARQUE CENTRAL, CASA DE DOS PISOS, COLORES VERDE Y AMARILLO Teléfono: 052948409

**DOMICILIO ESPECIAL:**

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

\* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

**# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:** del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1  
**JURISDICCION:** \ REGIONAL LITORAL SUR\ LOS RIOS **CERRADOS:** 0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: PAVP010711

Lugar de emisión: LA MANA/AV. 19 DE MAYO

Fecha y hora: 11/05/2012 13:59:43

Anexo 9. Comprobante del pago de la Patente Municipal

**G.A.D. MUNICIPAL DEL CANTÓN VALENCIA**

**0132112**

CONTRIBUYENTE : HERRERA ALBAN VICTORIA MARIA  
 RUC/Cédula : 1200728713 Ciu : 4378      Clave : 744      Nro. Emision : 275098

**PATENTE ANUAL PARA ACTIVIDADES ECONOMICAS**  
 Correspondiente : 2016

Dirección : SIMON BOLIVAR CENTRAL

Rubro / Componente	Valor
PATENTE ANUAL PARA ACTIVIDADES ECONOMICAS	39,37
SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	2,00

Subtotal : \*\*\*\* 41,37  
 Desc. : \*\*\*\* 0,00  
 Recargo : \*\*\*\* 0,00  
 Interés : \*\*\*\* 0,00  
**\*\*\*\* 41,37**

Fecha de Impresión 24-05-2016 11:15:16  
 Número de Pago : 70025  
 Fecha Emisión : 02-02-2016  
 Fecha Obligación : 31-12-2016  
 Fecha de Pago : 24 05 2016

Descripción : (PERSONA-NATURAL) Actividad Comercial : PAPELERIA Y ART,DE BAZAR  
 Dirección : SIMON BOLIVAR CENTRAL Parroquia Medio Barrio COMERCIAL Base Imponible : 9780,88



**PAGADO**  
24 MAY 2016  
**TESORERO**

**ORIGINAL PARA CONTRIBUYENTE**



**SOSA COBO MARÍA ELENA**

Anexo 10. Comprobante de pago Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

**CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN VALENCIA**  
 Dir.: Calle 2 de Agosto y Av 13 de Diciembre / Valencia - Ecuador      N° 001189  
 RUC: 1260025990001

LEY 35 de Defensa Contra Incendios y 40 del reglamento general que faculta a los Jefes de los Cuerpos de Bomberos de la República conceder permisos Anuales y Ocasionales

**PERMISO DE FUNCIONAMIENTO ANUAL 2016**

POR \$ **15.00**

RAZON SOCIAL: HERRERA ALBAN VICTORIA MARIA

POR LA CANTIDAD DE : QUINCE CON 00 /100

RUC : 1200728713001

ACTIVIDAD ECONOMICA: VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS EN PAPELERIA

NOMBRE: LIBRERÍA Y PAPELERIA LA CENTRAL

DIRECCION : CALLE 2 DE AGOSTO Y AV. 13 DE DICIEMBRE

FECHA EXT:



**PRIMER JEFE**

VALENCIA, 24 MAYO DEL 2016



**TESORERA**

ORIGINAL ADQUIRENTE

**Anexo 11. Suministros indirectos**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Fundas	15	rollos	6,25	93,75
<b>Total</b>				<b>93,75</b>

Elaborado por: Los autores

**Anexo 12. Suministros de oficina**

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario.</b>	<b>Valor mensual.</b>	<b>Valor anual</b>
Paquetes papel bond	3	3,75	11,25	135,00
Cartucho tinta impresora	5	8,00	40,00	480,00
<b>Total</b>			<b>51,25</b>	<b>615,00</b>

Elaborado por: Los autores

**Anexo 13. Patentes y permisos**

<b>Descripción</b>	<b>Costo total</b>
Permiso Patente municipal	15,00
Permiso Cuerpo de Bomberos	41,37
<b>Total</b>	<b>56,37</b>

Elaborado por: Los autores

**Anexo 14. Gastos publicitarios**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Publicidad por Facebook		0,00	0,00	0,00
Hojas volantes	3.000	0,01	30,00	360,00
<b>Total</b>			<b>30,00</b>	<b>360,00</b>

Elaborado por: Los autores

**Anexo 15. Suministros de aseo**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Valor anual</b>
Escobas	1	1,50	1,50	18,00
Galón de desinfectante	1	2,00	2,00	24,00
Trapeador	1	2,78	2,78	33,36
Pala plástica	1	1,00	1,00	12,00
Franelas	2	0,50	1,00	12,00
<b>Total</b>			<b>8,28</b>	<b>99,36</b>

Elaborado por: Los autores

**Anexo 16. Gastos de servicios básicos anual**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Valor total</b>
Básico agua	1	7,00	12,00	84,00
Energía eléctrica	210 kw	25,00	12,00	300,00
Internet y teléfono	1 GB	30,00	12,00	360,00
<b>Total</b>		<b>62,00</b>		<b>744,00</b>

Fuente: Librería La Central

Elaborado por: Los autores

**Anexo 17. Arriendos**

<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Arriendo local comercial	171,00	2.052,00
<b>Total</b>		<b>2.052,00</b>

Fuente: Librería La Central

Elaborado por: Los autores



## Anexo 18. Lista de útiles escolares



**MINISTERIO DE EDUCACION**  
**VICEMINISTERIO DE GESTIÓN EDUCATIVA**  
**SUBSECRETARIA DE APOYO Y SEGUIMIENTO A LA GESTION EDUCATIVA**  
**DIRECCIÓN NACIONAL DE REGULACIÓN DE LA EDUCACIÓN**  
**\* LISTA BÁSICA DE ÚTILES ESCOLARES PARA ESTABLECIMIENTOS DE EDUCACIÓN FISCAL**

### DE 4º A 7º AÑO DE EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA

CANT.	ARTICULO	CARACTERISTICAS	PVP	OBSERVACIONES
1	BORRADOR	BLANCO P2-20	0,2	
1	CAJA DE MARCADORES	12 COLORES	2,55	
1	CAJA DE TÉMPERAS	DE 6 COLORES	2,5	
1	CAJA GRANDE DE PLÁSTILINA	6 COLORES	0,9	
1	CARPETA DE PLÁSTICO	TAPA TRANSPARENTE	0,5	
25	CARTULINAS BRISTLO IRIS	FORMATO A4 DE DISTINTOS COLORES	1,75	
1	COMPÁS	DE PRECIÓN O EQUIVALENTE	2,75	
1	CUADERNO PAUTADO MKTO	PEQUEÑO	0,6	NO DE REMACHE
6	CUADERNOS UNIVERSITARIOS	ESPIRALADOS DE 100 HOJAS	9	MÚSICA
2	ESFEROGRÁFICOS	AZULO NEGRO Y ROJO	0,6	PARA LAS ASIGNATURAS
1	GOMA	MEDIANA	1	
50	HOJAS	DE PAPEL BOND	0,75	
1	JUEGO GEOMÉTRICO	30 CMS.	0,9	
2	LÁPICES	HB	0,4	
1	LÁPIZ	4B (EDUCACIÓN ESTÉTICA)	0,4	
1	MARCADOR	DE TIZA LÍQUIDA	0,5	
1	MARCADOR	PERMANENTE PUNTA GRUESA	0,4	
1	PINCEL	FINO	1,35	
1	PINCEL	MEDIANO	1,45	
1	REVISTA USADA			
1	SACAPUNTAS	METÁLICO 1 SERVICIO	0,2	
1	TIJERA PUNTA ROMA	TAMAÑO MEDIANO	1,9	
			30,6	

MATERIALES DE ASEO				
CANT.	ARTICULO	CARACTERISTICAS	PVP	
1	TOALLA PEQUEÑA	DE TELA		
1	JABÓN	DE TOCADOR		

\* Información proporcionada por el equipo del Proyecto de Educación Inicial Con Calidad y Calidez



**MINISTERIO DE EDUCACION**  
**VICEMINISTERIO DE GESTIÓN EDUCATIVA**  
**SUBSECRETARIA DE APOYO Y SEGUIMIENTO A LA GESTION EDUCATIVA**  
**DIRECCIÓN NACIONAL DE REGULACIÓN DE LA EDUCACIÓN**  
**\* LISTA BÁSICA DE ÚTILES ESCOLARES PARA ESTABLECIMIENTOS DE EDUCACIÓN FISCAL**

### 1º DE BACHILLERATO TRONCO COMÚN

CANT.	ARTICULO	CARACTERISTICAS	ÁREA / ASIGNATURA	PVP
1	BORRADOR	DE TINTA		0,25
1	CARPETA	DE CARTULINA O PLÁSTICA CON VINCHA		0,5
1	CUADERNO UNIVERSITARIO	60H.	FÍSICA	1,4
1	CUADERNO UNIVERSITARIO	60H.	QUÍMICA	1,4
1	CUADERNO UNIVERSITARIO	60H.	INFORMÁTICA	1,4
1	CUADERNO UNIVERSITARIO	100H.	MATEMÁTICA	1,4
1	CUADERNO UNIVERSITARIO	60H.	LENGUA Y LITERATURA	1,4
1	CUADERNO UNIVERSITARIO	60H.	HISTORIA Y CIENCIAS SOCIALES	1,4
1	CUADERNO UNIVERSITARIO	60H.	INGLÉS	1,4
1	CUADERNO UNIVERSITARIO	60H.	DESARROLLO DEL PENSAMIENTO	1,4
1	ESFEROGRÁFICO	NEGRO		0,3
2	ESFEROGRÁFICO	AZUL		0,6
1	ESFEROGRÁFICO	ROJO		0,3
1	FLASH MEMORY	2GB		10
100	HOJAS	CUADROS TAMAÑO INEN A4		1,5
100	HOJAS	PAPEL BOND TAMAÑO INEN A4		1,5
50	HOJAS	DE 1 LÍNEA TAMAÑO INEN A4		0,75
1	JUEGO GEOMÉTRICO	30 CMS.		0,9
1	LÁPIZ	HB		0,4
	MATERIALES	POR ESPECIFICAR	EDUCACIÓN ARTÍSTICA	10
			<b>TOTAL</b>	<b>38,2</b>

\* Información proporcionada por la Subsecretaría de Coordinación Educativa

Anexo 19. Registro de las instituciones educativas del cantón Valencia



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN  
VALENCIA

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS ESCUELAS

ESCUELAS CENTRALES		
NÚMERO	NOMBRE	SECTOR
1	Gregorio Valencia	Valencia
2	Galo Plaza Lasso	Valencia
3	13 de Diciembre	El Atascoso
4	Líderes del Futuro	Valencia
5	Víctor Manuel Rendón	Valencia
6	Eloy Alfaro	La Unión
7	Juan Salinas	Nueva Unión
8	Gladys Cedeño de Olivo	Valencia.

*3 - Camilo Destruge - La Esperanza - Emilio Rivas - Elbije*

ESCUELAS RURALES		
NÚMERO	NOMBRE	SECTOR
1	Platón	Pinela
2	Silvio Cazares	Penizola
3	Pacto Andino	Ni un paso atrás
4	Blanca Hernández	Primera Banquera
5	Gabriela Mistral	Segunda Banquera
6	Defensores del Cenepa	Guamaní
7	Río Curaray	San Pablo
8	Volcán Cotopaxi	Tercera Banquera
9	Río Toachi	21 de Noviembre
10	Juan León Mera	Aguas Claras

25	Provincia de El Oro	La Frontera
26	Tholomeo	Colonia 10 de Noviembre
27	Hernando de Magallanes	Gualipe
28	Cascada de Agoyán	El Achote
29	Jorge Washington	Isla de la Libertad
30	Montecristi	Tonglo N° 2]
31	1 de Julio	La Baltazara
32	René Descartes	Fátima
33	Pablo Picasso	San Pedro de la Y
34	Nestor Coello Viteri	San Simón
35	León Febres Cordero	Isla Chémere

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Valencia (2010)

36	Sagrada Familia	Camarones
37	Juan Montalvo	La Federico
38	Américo Vespucio	La Ceiba
39	Juan Comenius	Unión del Toachi
40	Jaime Hurtado González	Morocumba
41	Madre Laura	Mirador de Valencia.-

  
 Lodo Enrique Montesdeoca V.  
 GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN VALERÍA  
 28 NOV 2015  
 Lodo Enrique Montesdeoca  
 ASESOR DE ALCALDÍA


**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Valencia (2010)

Anexo 20. Nómina de Instituciones educativas del cantón Valencia

#	Zona	Districto	Circuito	Provincia	Cantón	AMIE	Nombre de la Institución	TO	# ESTUDIANTES
1	Zona 5	12D06	12D06C06	Los Ríos	VALENCIA	12H01808	HERNANDO DE MAGALLANES	Fiscal	71
2	Zona 5	12D06	12D06C06	Los Ríos	VALENCIA	12H01769	JAIME HURTADO GONZALEZ	Fiscal	15
3	Zona 5	12D06	12D06C06	Los Ríos	VALENCIA	12H01846	JORGE WASHINGTON	Fiscal	40
4	Zona 5	12D06	12D06C06	Los Ríos	VALENCIA	12H01830	JUAN AMOS COMENIUS	Fiscal	51
5	Zona 5	12D06	12D06C06	Los Ríos	VALENCIA	12H01996	MADRE LAURA	Fiscal	20
6	Zona 5	12D06	12D06C06	Los Ríos	VALENCIA	12H01800	MONTECRISTI	Fiscal	51
7	Zona 5	12D06	12D06C06	Los Ríos	VALENCIA	12H01747	PROVINCIA DE EL ORO	Fiscal	118
8	Zona 5	12D06	12D06C06	Los Ríos	VALENCIA	12H01826	THOLOMEO	Fiscal	50
9	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01825	ANA LLERENA OTOYA	Fiscal	47
10	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01804	13 DE DICIEMBRE	Municipal	232
11	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01768	CAMILO DESTRUJE	Fiscal	59
12	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01809	ELOY ALFARO	Fiscal	1124
13	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01796	CIUDAD DE VALENCIA	Fiscal	1714
14	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01806	ERCLIA DE MARTINEZ	Fiscal	322
15	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01746	GREGORIO VALENCIA	Fiscal	544
16	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01835	DEFENSORES DEL CENEPA	Fiscal	35
17	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01850	EMILIO RIVAS HUERTA	Fiscal	229
18	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01851	JUAN SALINAS	Fiscal	409
19	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01842	LÍDERES DEL FUTURO	PARTICULAR	106
20	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01849	RIO CURARAY	Fiscal	50
21	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01757	GALO PLAZA LASSO	Fiscal	724
22	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01733	GLADYS CEDEÑO DE OLIVO	PARTICULAR	118
23	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01720	SAN FRANCISCO DE ASIS	PARTICULAR	306
24	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01727	JUAN LEON MERA	Fiscal	59
25	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01813	PLATON	Fiscal	55
26	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01748	ROSA CELESTE TERREROS	Fiscal	278
27	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H01744	VICTOR MANUEL RENDÓN	Fiscal	1277
28	Zona 5	12D06	12D06C07_10	Los Ríos	VALENCIA	12H02125	ESCUELA ESPECIAL FANADV	ESPECIAL	50
29	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01750	ALAMOR	Fiscal	55
30	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01847	1 DE JULIO	Fiscal	45
31	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01845	FRANCISCO CALDERON	Fiscal	42
32	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01805	BUENA GRATITUD	Fiscal	59
33	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01754	CARIAMANGA	Fiscal	24
34	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01730	CAYAMBE	Fiscal	66
35	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01719	CORAZÓN DE JESUS	Fiscal	355
36	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01740	CRISTOBAL COLON	PARTICULAR	160
37	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01726	EUGENIO ESPEJO	Fiscal	742
38	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01755	GIRON	Fiscal	170
39	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01738	MIGUEL DE CERVANTES	Fiscal	68
40	Zona 5	12D06	12D06C08	Los Ríos	VALENCIA	12H01736	QUIROGA	Fiscal	50
41	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H01778	AMERICO VESPUCCIO	Fiscal	13
42	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H01992	CORAZON	Fiscal	23
43	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H02103	MANUELA SAENZ	Fiscal	84
44	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H02002	SAGRADA FAMILIA	Fiscal	46
45	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H01782	JUAN MONTALVO (FEDERICO INTRIAGO)	Fiscal	452
46	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H01771	JULIO TOBAR BAQUERO	Fiscal	52
47	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H01790	LEON FEBRES CORDERO	Fiscal	50
48	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H01780	NESTOR COELLO VITERI	Fiscal	60
49	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H01820	RAFAEL OLMEDO NARANJO	PARTICULAR	120
50	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H01779	PABLO PICAZZO	Fiscal	270
51	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H01818	REGION INSULAR	Fiscal	65
52	Zona 5	12D06	12D06C09_a	Los Ríos	VALENCIA	12H01774	RENE DESCARTES	Fiscal	62
53	Zona 5	12D06	12D06C09_b	Los Ríos	VALENCIA	12H01734	SIGLO XXI	PARTICULAR	60
54	Zona 5	12D06	12D06C09_b	Los Ríos	VALENCIA	12H01721	BELISARIO QUEVEDO	Fiscal	47
55	Zona 5	12D06	12D06C09_b	Los Ríos	VALENCIA	12H01770	CARLOS LUIS PLAZA DAÑIN	Fiscal	208
56	Zona 5	12D06	12D06C09_b	Los Ríos	VALENCIA	12H01803	CARLOS VASCONEZ ALARCON	Fiscal	23
57	Zona 5	12D06	12D06C09_b	Los Ríos	VALENCIA	12H01752	CASCADA DE AGOYAN	Fiscal	199
58	Zona 5	12D06	12D06C09_b	Los Ríos	VALENCIA	12H01816	CLEMENTE YEROVI INDABURO	Fiscal	38
59	Zona 5	12D06	12D06C09_b	Los Ríos	VALENCIA	12H01821	EL VERGEL	Fiscal	822
60	Zona 5	12D06	12D06C09_b	Los Ríos	VALENCIA	12H01737	JUAN MONTALVO (SANTA MARTHA)	Fiscal	25
61	Zona 5	12D06	12D06C09_c	Los Ríos	VALENCIA	12H01815	BLANCA HERNANDEZ VILLAGRAN	Fiscal	45
62	Zona 5	12D06	12D06C09_c	Los Ríos	VALENCIA	12H01811	GABRIELA MISTRAL	Fiscal	99
63	Zona 5	12D06	12D06C09_c	Los Ríos	VALENCIA	12H01817	PACTO ANDINO	Fiscal	239
64	Zona 5	12D06	12D06C09_c	Los Ríos	VALENCIA	12H01819	SILVIO CAZARES MEDINA	Fiscal	90
65	Zona 5	12D06	12D06C09_c	Los Ríos	VALENCIA	12H01795	VOLCAN COTOPAXI	Fiscal	28

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Valencia (2010)

**Anexo 21. Tabla de amortización crédito BanEcuador**

Monto	43.768,20				
Tasa	15%	0,0125			
Periodos	36				
	\$ 1.517,24				
No	Saldo inicial	Cuotas	Intereses	Amortización	Saldo final
1	\$ 43.768,20	\$ 1.517,24	\$ 547,10	\$ 970,14	\$ 42.798,06
2	\$ 42.798,06	\$ 1.517,24	\$ 534,98	\$ 982,26	\$ 41.815,80
3	\$ 41.815,80	\$ 1.517,24	\$ 522,70	\$ 994,54	\$ 40.821,26
4	\$ 40.821,26	\$ 1.517,24	\$ 510,27	\$ 1.006,97	\$ 39.814,28
5	\$ 39.814,28	\$ 1.517,24	\$ 497,68	\$ 1.019,56	\$ 38.794,72
6	\$ 38.794,72	\$ 1.517,24	\$ 484,93	\$ 1.032,30	\$ 37.762,42
7	\$ 37.762,42	\$ 1.517,24	\$ 472,03	\$ 1.045,21	\$ 36.717,21
8	\$ 36.717,21	\$ 1.517,24	\$ 458,97	\$ 1.058,27	\$ 35.658,93
9	\$ 35.658,93	\$ 1.517,24	\$ 445,74	\$ 1.071,50	\$ 34.587,43
10	\$ 34.587,43	\$ 1.517,24	\$ 432,34	\$ 1.084,90	\$ 33.502,54
11	\$ 33.502,54	\$ 1.517,24	\$ 418,78	\$ 1.098,46	\$ 32.404,08
12	\$ 32.404,08	\$ 1.517,24	\$ 405,05	\$ 1.112,19	\$ 31.291,89
13	\$ 31.291,89	\$ 1.517,24	\$ 391,15	\$ 1.126,09	\$ 30.165,80
14	\$ 30.165,80	\$ 1.517,24	\$ 377,07	\$ 1.140,17	\$ 29.025,63
15	\$ 29.025,63	\$ 1.517,24	\$ 362,82	\$ 1.154,42	\$ 27.871,22
16	\$ 27.871,22	\$ 1.517,24	\$ 348,39	\$ 1.168,85	\$ 26.702,37
17	\$ 26.702,37	\$ 1.517,24	\$ 333,78	\$ 1.183,46	\$ 25.518,91
18	\$ 25.518,91	\$ 1.517,24	\$ 318,99	\$ 1.198,25	\$ 24.320,66
19	\$ 24.320,66	\$ 1.517,24	\$ 304,01	\$ 1.213,23	\$ 23.107,42
20	\$ 23.107,42	\$ 1.517,24	\$ 288,84	\$ 1.228,40	\$ 21.879,03
21	\$ 21.879,03	\$ 1.517,24	\$ 273,49	\$ 1.243,75	\$ 20.635,28
22	\$ 20.635,28	\$ 1.517,24	\$ 257,94	\$ 1.259,30	\$ 19.375,98
23	\$ 19.375,98	\$ 1.517,24	\$ 242,20	\$ 1.275,04	\$ 18.100,94
24	\$ 18.100,94	\$ 1.517,24	\$ 226,26	\$ 1.290,98	\$ 16.809,96
25	\$ 16.809,96	\$ 1.517,24	\$ 210,12	\$ 1.307,11	\$ 15.502,85
26	\$ 15.502,85	\$ 1.517,24	\$ 193,79	\$ 1.323,45	\$ 14.179,40
27	\$ 14.179,40	\$ 1.517,24	\$ 177,24	\$ 1.340,00	\$ 12.839,40
28	\$ 12.839,40	\$ 1.517,24	\$ 160,49	\$ 1.356,75	\$ 11.482,65
29	\$ 11.482,65	\$ 1.517,24	\$ 143,53	\$ 1.373,71	\$ 10.108,95
30	\$ 10.108,95	\$ 1.517,24	\$ 126,36	\$ 1.390,88	\$ 8.718,07
31	\$ 8.718,07	\$ 1.517,24	\$ 108,98	\$ 1.408,26	\$ 7.309,81
32	\$ 7.309,81	\$ 1.517,24	\$ 91,37	\$ 1.425,87	\$ 5.883,94
33	\$ 5.883,94	\$ 1.517,24	\$ 73,55	\$ 1.443,69	\$ 4.440,25
34	\$ 4.440,25	\$ 1.517,24	\$ 55,50	\$ 1.461,74	\$ 2.978,52
35	\$ 2.978,52	\$ 1.517,24	\$ 37,23	\$ 1.480,01	\$ 1.498,51
36	\$ 1.498,51	\$ 1.517,24	\$ 18,73	\$ 1.498,51	<b>(\$ 0,00)</b>

**Fuente:** Simulador BanEcuador, septiembre 2016. Sucursal Valencia

### Anexo 22. Determinación de ingresos

Útiles escolares	Cant.	Precio Un.	Ingresos	Cant.	Ingresos	Cant.	Ingresos	Cant.	Ingresos	Cant.	Ingresos
Cuadernos	26618	1,40	37.265,31	27.635,15	38.689,21	28.164,78	39.430,69	29.299,13	41.018,78	30.433,4	42.606,76
Esferográfico	19964	0,35	6.987,25	20.726,36	7.254,23	21.123,58	7.393,25	21.974,34	7.691,02	22.825,05	7.988,77
Lápices col.	5324	4,20	22.359,19	5.527,03	23.213,526	5.632,96	23.658,42	5.859,83	24.611,27	6.086,68	25.564,06
Borradores	19964	0,15	2.994,53	20.726,36	3.108,95	21.123,59	3.168,54	21.974,35	3.296,15	22.825,05	3.423,76
Sacapuntas	13309	0,25	3.327,26	13.817,58	3.454,39	14.082,39	3.520,60	14.649,57	3.662,39	15.216,7	3.804,18
Marcadores	25287	0,80	20.229,74	26.253,39	21.002,71	26.756,54	21.405,23	27.834,17	22.267,34	28.911,73	23.129,38
Carpetas	22625	0,80	18.100,29	23.489,88	18.791,90	23.940,06	19.152,05	24.904,26	19.923,41	25.868,39	20.694,71
<b>Total</b>	<b>133.090</b>		<b>111.263,57</b>	<b>138.176</b>	<b>115.514,93</b>	<b>140.824</b>	<b>117.728,78</b>	<b>146.496</b>	<b>122.470,36</b>	<b>152.167</b>	<b>127.211,61</b>

Elaborado por: Los autores

### Anexo 23. Cálculo del Van

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Inversión inicial	<b>-90.874,30</b>					
Préstamo bancario	<b>45.437,15</b>					
Flujo de caja	<b>45.437,15</b>	<b>31052,17</b>	<b>38.258,12</b>	<b>34.986,60</b>	<b>55.318,14</b>	<b>60.084,85</b>
tasa de descuento		1,15	1,15	1,15	1,15	1,15
Factor de descuento		1,1500	1,3225	1,5209	1,7490	2,0114
Flujo de caja descontado y acumulado		27.001,89	28.928,64	23.004,26	31.628,33	29.872,79
<b>VAN</b>	<b>-94.998,76</b>					

Elaborado por: Los autores

### Anexo 24. Cálculo de la TIR

CÁLCULO DE LA TIR DEL PROYECTO						
0	1	2	3	4	5	
<b>-43.768</b>	31.052,17	38.258,12	34.986,60	55.318,14	60.084,85	<b>77%</b>

Elaborado por: Los autores

**Anexo 25. Entrevistas dirigidas a las madres de familias del cantón Valencia para determinar cuál es la cantidad útiles escolares que compran durante el periodo educativo de sus hijos**



**Entrevistas dirigidas a las madres de familias del cantón Valencia para determinar cuál es la cantidad útiles escolares que compran durante el periodo educativo de sus hijos**

