



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**TÍTULO:**

Análisis de un plan de inversión como herramienta financiera para la rentabilidad de la empresa Bachafesa S.A. en el cantón La Libertad.

**AUTORES:**

Barzola Chávez Milton Alex

Marazita Villarroel Virginia Lissette

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE MAGISTER EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**TUTORA:**

Ing. Rea Fajardo María Soledad, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

15 de noviembre del 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por: **Barzola Chávez Milton Alex y Marazita Villarroel Virginia Lisette** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Magister en Contabilidad y Finanzas**.

**TUTORA**

f. \_\_\_\_\_

Ing. María Soledad Rea Fajardo, Mgs.

**DIRECTORA DEL PROGRAMA**

f. \_\_\_\_\_

CPA. Yong Amaya, Linda Evelyn, PhD.

Guayaquil, a los 15 días del mes de noviembre del año 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, Milton Alex Barzola Chávez y Virginia Lissette Marazita Villarroel

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “Análisis de un plan de inversión como herramienta financiera para la rentabilidad de la empresa Bachafesa S.A. en el cantón La Libertad.” previa a la obtención del Título de Magister en Contabilidad y Finanzas, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 15 días del mes de noviembre del año 2022

**LOS AUTORES**

  
f. \_\_\_\_\_

Barzola Chávez, Milton Alex.

  
f. \_\_\_\_\_

Marazita Villarroel, Virginia Lissette



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**AUTORIZACIÓN**

Nosotros, Milton Alex Barzola Chávez y Virginia Lissette Marazita Villarroel

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación “Análisis de un plan de inversión como herramienta financiera para la rentabilidad de la empresa Bachafesa S.A. en el cantón La Libertad”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de noviembre del año 2022

**LOS AUTORES.**

f. \_\_\_\_\_

Barzola Chávez, Milton Alex.

f. \_\_\_\_\_

Marazita Villarroel, Virginia Lissette

## REPORTE URKUND

<https://secure.urkund.com/old/view/142433148-967510-188852#q1bKLVayio7VUSrOTM/LTMtMTsxLTIWyMqgFAA==>

The screenshot displays the URKUND report interface. On the left, document details are shown: 'Documento: ARTICULO PLAN DE INVERSION 9 noviembre 2022. (.docx) (D149434485)', 'Presentado: 2022-11-11 21:02 (-05:00)', 'Presentado por: virginia.marazita@cu.ucsg.edu.ec', 'Recibido: maria.rea.ucsg@analysis.urkund.com', and 'Mensaje: ARTICULO: PLAN DE INVERSION [Mostrar el mensaje completo](#)'. Below this, a green box indicates '0% de estas 24 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.' The main area on the right is titled 'Lista de fuentes' and 'Bloques'. It contains a table with columns 'Categoría' and 'Enlace/nombre de archivo'. The table lists several sources, including 'Universidad Católica de Santiago de Guayaquil' and 'Universidad Técnica Particular de Loja'. At the bottom of the interface, there are navigation icons and a status bar showing '0 Advertencias', 'Reiniciar', and 'Compartir'.

## TUTORA

*María Soledad Rea F*

f. \_\_\_\_\_

Ing. María Soledad Rea Fajardo, Mgs.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

CPA. Yong Amaya, Linda Evelyn PhD.  
DIRECTORA DEL PROGRAMA

f. \_\_\_\_\_

Ing. Ramírez Coronel Ena Victoria, MSc  
OPONENTE

## Lista de Contenido

---

Introducción.....	1
Planteamiento del problema.....	1
Antecedentes.....	1
Contextualización del problema.....	2
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos.....	3
Justificación.....	3
Propósito del estudio: Preguntas de Investigación.....	4
Delimitaciones del Problema.....	4
Limitaciones del Problema.....	4
Revisión de la literatura.....	5
Plan de inversión.....	5
El estudio del mercado.....	7
Metodología.....	9
Diseño de Investigación.....	9
Enfoque de la Investigación.....	9
Alcance de Investigación.....	9
Herramientas.....	10
Variable independiente.....	10
Variable Dependiente.....	10

Población y Muestra .....	10
Instrumentación .....	11
Recolección y análisis de datos.....	11
Validez y confiabilidad .....	12
Resultados .....	13
Análisis de los resultados .....	13
Análisis de resultados de las encuestas .....	13
Análisis de resultados de las entrevistas .....	16
Competidores .....	19
Propuesta de plan de inversión .....	20
Evaluación del proyecto.....	24
Discusión.....	27
Conclusiones y recomendaciones.....	28
Conclusiones .....	28
Recomendaciones.....	29
Contribuciones teóricas y prácticas .....	30
Futuras Investigaciones.....	31
Referencias .....	32

### Lista de Tablas

Tabla 1	Lugar de Residencia	13
Tabla 2	Edad	13
Tabla 3	Sexo	14
Tabla 4	Frecuencia de visita a una ferretería	14
Tabla 5	Uso de compras	14
Tabla 6	Lugar de compra	14
Tabla 7	Estímulo para comprar	15
Tabla 8	Método de pago	15
Tabla 9	Beneficios por compras	15
Tabla 10	Promedio de compra mensual	15
Tabla 11	Visitaría un nuevo punto de venta	16
Tabla 12	Participación de ventas totales 2021	16
Tabla 13	Lugar de Bachafesa por volumen de ventas	17
Tabla 14	Clientes más importantes de proveedores en La Libertad	17
Tabla 15	Promociones que los proveedores ofrecen	18
Tabla 16	Crédito y tiempo de gracia en nuevo punto de venta	18
Tabla 17	Opiniones sobre ubicación del nuevo punto de venta	19
Tabla 18	Activo Fijo	20
Tabla 19	Financiamiento	20
Tabla 20	Gastos de administración y ventas	21
Tabla 21	Estado de pérdidas y ganancias proyectado	21
Tabla 22	Balance general proyectado	22
Tabla 23	Indicadores de operación	23
Tabla 24	Indicadores de endeudamiento	23
Tabla 25	Indicadores de rentabilidad	23
Tabla 26	Flujo de caja proyectado	24
Tabla 27	Evaluación de proyecto	25

### Lista de Figuras

---

Figura 1	Cantidad de viviendas en la Provincia de Santa Elena	10
Figura 2	Tamaño de la muestra	11

## Resumen

El presente artículo consiste en analizar un plan de inversión para la creación de un nuevo punto de venta de la empresa BACHAFESA SA en el cantón La Libertad. Esta empresa se dedica a la venta de materiales de ferretería, actualmente solo tiene un punto de venta en la provincia de Santa Elena, cantón La Libertad. La necesidad de la creación de este punto de venta no es solo lucrarse del beneficio económico del proyecto, sino también brindarles a los clientes de la zona norte del cantón Santa Elena y zona sur del cantón La Libertad una mayor cercanía para realizar sus compras y encontrar todos los materiales de ferretería en un solo lugar. Actualmente la empresa cuenta con un terreno en el cantón La Libertad frente a la Universidad Estatal Península de Santa Elena donde se propone crear el nuevo punto de venta. Para la realización del artículo se ha tomado en consideración como muestra a proveedores, clientes potenciales y clientes de la empresa, con la finalidad de recolectar información y obtener el plan de inversión e investigación de mercado, esta información es posible por medio de las entrevistas, utilización de datos estadísticos e históricos de la empresa, análisis y tabulación de encuestas y cálculos matemáticos. En la evaluación del proyecto realizado se muestra que el plan de inversión es viable y rentable en el tiempo.

**Palabras Claves:** *plan de inversión, punto de venta, investigación de mercado, herramientas financieras, rentabilidad.*

### **Abstract**

This article is based on an examination of an investment plan for the establishment of a new point of sale for the company BACHAFESA SA in La Libertad city. This company intends to sell hardware materials, but it now only has one point of sale in Santa Elena province, in the city of La Libertad. The necessity for this sale location is not only to profit from the project's economic benefits but also to enable clients in Santa Elena's northern zone and La Libertad's southern zone with greater closeness to make purchases and discover all hardware items in one spot. Currently, the corporation owns a plot of land in the city of La Libertad, in front of Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena, where it plans to open a new point of sale location. Suppliers, potential clients, and clients of the company were used as a sample to collect information and obtain the investment plan and market research; this information was obtained through interviews, the use of statistical and historical data from the company, analysis, and tabulation of surveys, and mathematical calculations. The project evaluation reveals that the investment strategy is realistic and lucrative over time.

**Keywords:** investment plan, point of sale, market research, market research, profitability.

## **Introducción.**

### **Planteamiento del problema.**

#### ***Antecedentes.***

Con la iniciativa de crear un plan de inversión para un nuevo punto de venta de la empresa BACHAFESA SA en la provincia de Santa Elena, cantón La Libertad, se plantea además de obtener un beneficio económico poder cubrir las necesidades de los potenciales clientes. Según el Gerente General Arq. Milton Barzola Segovia, actualmente Ferretería Barzola es el nombre comercial y BACHAFESA SA es la personería jurídica, cuenta con un Inventario de \$500.000, ventas mensuales de \$70.000, todas sus ventas son al contado, el espacio físico del punto de venta actual se encuentra ocupado en el 100%, no cuenta con parqueo disponible para sus clientes, no cuenta con sitio para descarga de mercadería, tiene lazos comerciales que le han permitido apalancar su operación con crédito de los proveedores de 90 a 120 días, diariamente recibe entre 500 a 600 clientes, está ubicado en el casco comercial de la Ciudad La Libertad cuya población es de 80.000 habitantes, se dedica a la venta de artículos de ferretería desde el año 1978 caracterizándose por tener variedad de productos de ferretería con una cantidad de 7000 ítems. Para la realización de este proyecto la empresa cuenta con un terreno de 500 metros cuadrados ubicado en el cantón La Libertad cerca de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La empresa Bachafesa S.A, no ha tenido un eficiente manejo de inventario, los autores Waller & Esper (2017) mencionaron que:

El control, administración y gestión de inventario constituyen una pieza clave para atender la demanda de los clientes y la correcta ejecución de los procesos productivos; viene dada al pronóstico de las ventas basada en datos históricos, al tiempo de entrega del proveedor y a efectos no esperados como clima, paralizaciones o retrasos de las importaciones. Un correcto manejo de inventario viene dado a priorizar los ítems de mayor rotación y establecer política de mínimos aceptables para garantizar disponibilidad para satisfacer la demanda. Se debe tener mucho cuidado con productos de baja rotación ya que la idea de todo negocio es tener productos que roten en menor tiempo que el crédito otorgado por el proveedor. De lo contrario hay que establecer o reestructurar políticas de marketing y comunicación para dar a conocer esos productos de baja rotación o definitivamente eliminarlos del portafolio de productos. (p. 31)

Se plantea el análisis de un plan de inversión para un nuevo punto de venta ante lo cual los autores Sapag, Sapag, & Sapag (2014) indicaron que:

Son varios estudios que deben hacerse para evaluar un proyecto, todos deben cumplir o aceptarse para determinar la factibilidad del proyecto entre los cuales se encuentran: la viabilidad comercial siendo esta que el mercado acepte para su uso o consumo un producto o servicio, la viabilidad técnica analiza los materiales o

componentes para producir o poner en marcha el proyecto garantizando su disponibilidad para poder cubrir la demanda, la viabilidad organizacional permite conocer la capacidad instalada o infraestructura mínima para tener procesos óptimos e inclusive la capacidad de gestión empresarial y finalmente tenemos la viabilidad financiera donde se evalúa la rentabilidad, el tiempo de recuperación de la inversión y sus costos.(p. 25-26)

Para la elaboración de un proyecto es importante un estudio de mercado que según los autores Morales & Morales (2009):

Proporciona información relevante e importante para incorporar un nuevo producto o servicio, aperturar un nuevo punto venta o tomar decisiones basada en las necesidades que se debe cubrir de los clientes. El nicho de mercado que arroje el estudio basado en su capacidad de pago, necesidad y cultura dará respuesta al tipo de producto o servicio que debe enfocarse la estrategia, pretender vender un producto o servicio de alta calidad y precio en un mercado que no está dispuesto a pagarlo tiende a llevar a una quiebra inminente. (p. 41-43)

Según Sapag, Sapag, & Sapag (2014):

La preinversión está constituida por 3 etapas: Idea de negocio y estrategias de implementación, luego se determinará el monto de la inversión y finalmente se evaluará la rentabilidad esperada. Todo estudio y desarrollo de un proyecto ayuda a minimizar el riesgo y disminuir la incertidumbre porque se evalúan todos los escenarios. Lo óptimo debe ser tomar decisiones con mucha información y no a la suerte. (p. 2-3)

Morales & Morales (2009):

Destacan que todo gerente debe tener un flujo constante de ideas creativas para mantener viva y competitiva la empresa y la marca, estas incluyen mejorar los productos o servicios existentes, ofertar nuevos y mejores servicios, tener un valor agregado y también revisar los procesos con la finalidad de disminuir costos. Precisan que una empresa debe invertir cuando cubren su ciclo operativo y tienen exceso de liquidez que está siendo improductivo y también por necesidad cuando sus productos o servicios deben transformarse cuando el giro del negocio lo exija como la moda, cultura, tecnología o competencia. (p. 5-6)

### ***Contextualización del problema***

En los últimos años la empresa se ha dedicado a llevar un riguroso control de inventario, donde ha podido concluir que actualmente cuenta con un exceso de inventario de mercadería, esto se debe a que continuamente invierten en compras por volumen para acceder a mejores tasas de descuentos y beneficios extendidos en tiempos de crédito. Dicho inventario no es obsoleto, no está caducado, la calidad de inventario es excelente con relación a la satisfacción del cliente. Por tal

motivo se considera que para minimizar el riesgo y maximizar los beneficios este inventario es suficiente para 2 puntos de venta en el futuro, resolviendo el problema de exceso de inventario en el punto de venta actual.

¿Cómo el plan de inversión es una herramienta financiera que incide en la rentabilidad de la empresa BACHAFESA S.A. en el cantón La Libertad?

### **Objetivo General**

Analizar un plan de inversión como una herramienta financiera para la rentabilidad de la empresa Bachafesa S.A. en el Cantón La Libertad.

### **Objetivos Específicos**

Sistematizar los elementos teóricos a través de la revisión bibliográfica para conocer la situación actual de las variables de la investigación.

Realizar un estudio de mercado mediante encuestas y entrevistas para determinar el comportamiento del consumidor.

Establecer los componentes del plan de inversión mediante los hallazgos de la investigación para establecer su presupuesto.

Analizar la rentabilidad del plan de inversión mediante el análisis financiero para determinar su viabilidad.

### **Justificación**

El presente estudio es importante porque mejorará la economía de la empresa y las estrategias comerciales, ayudará a tomar decisiones a corto plazo e incluso, puede servir para una reinversión de la marca. El análisis de un plan de inversión para la empresa Bachafesa ayudará a minimizar el riesgo en las operaciones maximizando la rentabilidad de la empresa mediante la correcta utilización y asignación de los recursos. Pese a que existe una alta concurrencia en el punto de venta actual, excelentes ventas, solidez y liquidez financiera, se enfrentan a estudiar la necesidad de diversificar el riesgo del inventario a través de un nuevo punto de venta que resuelva las problemáticas actuales mejorando los índices del manejo óptimo de inventario en el corto plazo.

Buscar la excelencia, mejorando los procesos en las organizaciones y tomar decisiones que ayuden a crecer la empresa buscando la rentabilidad esperada por los accionistas y sanidad financiera, va ligado también al objetivo social, que este estudio y proyecto brinden la posibilidad de una mayor cercanía al cliente de la zona norte de la Provincia de Santa Elena y zona sur del Cantón La Libertad para realizar sus compras, facilidad de encontrar todos los materiales de ferretería en un solo lugar acorde a su capacidad de compra, brindar una zona segura de parqueo para los clientes y un espacio de desembarque de la mercadería del transporte de nuestros proveedores.

En el aspecto académico, este artículo brindará la oportunidad para que futuros estudiantes de la universidad y sociedad en general puedan conocer la importancia, la dinámica, certeza y convicción que debe existir en las estrategias empresariales para alcanzar objetivos claves como rentabilidad esperada de la industria, sanidad económica, responsabilidad social y crecimiento organizacional, que son factores vitales para que una empresa permanezca, sobreviva y perdure a través del tiempo cumpliendo objetivos propios, satisfaciendo las necesidades de los clientes, honrando los acuerdos con los proveedores, encausando el desarrollo del recurso humano y aportando al desarrollo del país tributariamente.

### **Propósito del estudio: Preguntas de Investigación**

¿Cuáles son los elementos teóricos para conocer la situación actual de las variables de la investigación?

¿Cómo un estudio de mercado mediante encuestas y entrevistas puede determinar el comportamiento del consumidor?

¿Cuáles serían los componentes del plan de inversión para establecer su presupuesto?

¿Cómo la rentabilidad del plan de inversión determina su viabilidad?

### **Delimitaciones del Problema**

El análisis del plan de inversión se desarrollará en la península de Santa Elena, cantón La Libertad, a mediano plazo, en la empresa BACHAFESA SA.

### **Limitaciones del Problema**

Carencia de información del comportamiento del consumidor en el año 2022.

## Revisión de la literatura.

### Plan de inversión

Un plan de inversión ayuda a minimizar el riesgo en las operaciones maximizando la rentabilidad de una empresa mediante la correcta utilización y asignación de los recursos. Los modelos exitosos se basan en conocer, estudiar y utilizar herramientas financieras que den seguridad y alternativas para administrar de mejor forma el activo corriente, pudiendo este satisfacer las necesidades actuales y futuras.

Fernández (2007), señaló que un proyecto de inversión es una propuesta que nace como consecuencia de estudios que la sustentan y que está formada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos, el propósito es generar ganancias.

Para Meza (2013):

Es un plan al que se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos que podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad, los proyectos de inversión tienen cuatro etapas en cada una de las cuáles se reduce el grado de riesgo, estas son: la idea, la pre inversión, inversión y operación. En la idea se identifican los problemas que pueden resolverse y las oportunidades que pueden aprovecharse. La pre inversión son los estudios que se realizan antes de invertir y no en el proyecto de inversión. La inversión inicia al momento en que se decide ejecutar el proyecto y termina con la operación de este. La etapa de Operación es un periodo permanente de producción de bienes o a la prestación de un servicio. (p. 15-21)

Según Eslava (2016), las ideas de negocio no deben lanzarse si inicialmente no se realiza un plan económico-financiero que permita evaluar si será rentable.

Para Valle (2020):

La planificación financiera es una herramienta clave de la gestión financiera que comprende y otorga control, mejora el proceso de toma de decisiones, así como el nivel de logro de objetivo y metas organizacionales. La planificación puede ser una herramienta flexible por su adaptación a diferentes ámbitos y aspectos de la vida empresarial y personal. La Planificación financiera es una herramienta indispensable para garantizar el logro empresarial, que permite anticipar y mostrar problemas futuros, hacer un balance de posición de la compañía y establecer un curso a seguir; así como brindar un marco para determinar el impacto financiero y los efectos de varias acciones correctivas. (p. 60)

Los autores Brealey, Myers y Allen (2020) indicaron que:

Para llegar a esta etapa de evaluación de proyecto es necesario sincerar, analizar y pronosticar las entradas y salidas de efectivo dentro de cada año que va a ser objeto de

sustentación para realizar la inversión. Luego de esto es necesario tener claro el costo del financiamiento como también la tasa de descuento o rendimiento esperado por los accionistas para que sea comparable con la tasa interna de retorno (TIR) que resulte del análisis del flujo de efectivo del proyecto o inversión. Finalmente indican que para aceptar el proyecto lo aconsejable minimizando el riesgo es que el periodo de recuperación se encuentre hasta o dentro el tiempo de financiamiento y que la TIR del proyecto sea superior a la WACC. (p. 507)

Para Martínez (2012):

Las herramientas financieras son recursos técnicos que se aplican a flujos de efectivos proyectados para decidir si se toma una decisión de inversión, expansión, reingeniería de procesos e innovación como objetivo empresarial de necesidad, reducción de costos, aumento de ventas y estrategia. (p.80)

Invertir no consiste únicamente en tener los recursos e “invertirlos ciegamente” como si fuera un juego de azar y aferrarse únicamente a creencias de cualquier tipo para que estas se puedan cumplir.

Pérez-Carballo (2013), mencionó que inversión es todo desembolso que se efectúa con la finalidad de alcanzar unas ganancias en el futuro que genere unas rentas mayores a la suma de los desembolsos. (p.11)

Hay que diferenciar entre la rentabilidad del proyecto y de la del accionista. Con respecto a la rentabilidad del proyecto se calcula a partir de su movimiento operativo de fondos de caja libre y evalúa el atractivo del proyecto sin considerar los flujos de su financiación, mientras que la rentabilidad del accionista se obtiene a partir del flujo de caja para el accionista, estima el dinero que queda después de todos los desembolsos, incluido el servicio de la deuda, se estima por la diferencia entre el flujo operativo y el de la deuda que financie el proyecto. (p. 22)

Es necesario crear una política para el correcto manejo de inventarios siendo la problemática por resolver y el objetivo a alcanzar tener un índice de rotación superior al actual a través de un nuevo punto de venta. La eficiente política de manejo de inventarios viene dada a analizar la data actual, fragmentar por familia de productos y encontrar el equilibrio entre el tiempo de rotación versus el apalancamiento que otorgan los proveedores. Esta data permitirá modelar, planificar y estimar la necesidad de inventarios o stocks mínimos para satisfacer los requerimientos de nuestros clientes.

Sierra y Acosta, Guamán, García (2015) mencionaron que:

Inventario es una relación de los bienes que se disponen, clasificados según familia, categorías y por lugar de ocupación. Las empresas tienen la obligación de realizar inventario que se ajuste a la realidad. La importancia del inventario físico nos confirma la rotación de

los productos, nos permite verificar que lo registrado contablemente existe, revela productos en mal estado. Una sintomatología de la ausencia de planeación y control de inventario viene dada por responsabilidad del departamento de ventas cuando no se realizan correctamente las proyecciones y existen escases de productos de mediana y alta rotación. Por responsabilidad del departamento de producción por falta de previsión por temporalidad que provoca escases de un producto o sobreproducción cuando un producto no cumplió con las expectativas de mercado. Por responsabilidad del departamento financiero contar con un inventario obsoleto y compras excesivas para productos de baja rotación. (p. 11)

### **El estudio del mercado.**

Mediante un estudio de mercado se realizará el análisis de las necesidades de inversión en infraestructura, materiales necesarios para el inicio de las operaciones y personal adecuado para las necesidades de la empresa, determinando así los costos de este proyecto de inversión para buscar el apoyo de financiación externa necesario para el inicio de las operaciones de la empresa en el nuevo punto de venta. Con la ayuda de un estudio de mercado se evaluará y definirá todas las necesidades de los potenciales clientes, se identificará los competidores directos y como diferenciarse de ellos ofreciendo ventajas competitivas para que el mercado decida comprar en este nuevo punto de venta. Esta información ayudará a evaluar la rentabilidad del plan de inversión de un nuevo punto de venta mediante la utilización de herramientas financieras.

Sapag (2007) señaló que:

El estudio de mercado, constituye una fuente de información de importancia para estimar la demanda, proyectar los costos y definir precios, además Sapag considera que para la formulación del proyecto deben considerarse cuatro estudios de mercado, los cuales son el del proveedor, del competidor, del distribuidor y consumidor, todos estos ayudaran a la evaluación del proyecto, la omisión de estos puede causar graves errores al momento de tomar la decisión de aprobar o rechazar el proyecto.(p. 54-55)

Serrano (2020) mencionó que:

El estudio de mercado se refiere al análisis de los clientes, proveedores, competencia, comercialización, precios del mercado, etc. La importancia del estudio de mercado radica en que los resultados arrojarían indicadores sobre aceptación o rechazo de un producto en el mercado. (p.13)

Meza (2013) señalo que:

La importancia del estudio de mercado está en que almacena toda la información necesaria sobre los productos o servicios que supone proporcionara el proyecto y porque aporta información beneficiosa para analizar y tomar la decisión de invertir o rechazar el proyecto. (p. 22)

Según los autores Escrivá y Clar (2005):

Siempre ha existido una guerra desmedida de los fabricantes por satisfacer las necesidades y los gustos de los consumidores con la oferta de bienes y servicios. El punto de venta es el lugar donde convergen los fabricantes para vender sus productos y los consumidores para satisfacer sus gustos y necesidades. Es importante conocer los clientes; que los motiva a visitar el punto de venta, conocer su capacidad de pago y que experiencia les gustaría recibir en su visita. Es error pretender que este estudio es para toda la vida, los negocios son cíclicos muchos se reinventan o se reajustan acorde a las necesidades de los clientes y la evolución e innovación de los fabricantes. (p. 25)

Los autores Hervas, Campo y Revilla (2021):

Definen al retail como el lugar para la distribución comercial de productos y la asesoría técnica para que el consumidor pueda satisfacer su necesidad. Este lugar se encarga de acercar o crear un vínculo entre el comprador y vendedor de una marca o producto siendo también el que recoja reseñas o comentarios que brinden oportunidad de mejoras o mantener la calidad del producto. (p. 7)

## Metodología

### Diseño de Investigación.

Dentro del diseño de investigación hay un estudio descriptivo de un plan de inversión, con un enfoque mixto y herramientas como entrevistas, encuestas, cálculos matemáticos y datos estadísticos e históricos.

Según Benassini (2020):

Para diseñar o poner en marcha una investigación no se trata de seguir rígidamente un proceso o metodología, es importante también analizar los problemas, plantear varias alternativas de solución y llegar a conclusiones y recomendaciones que se apeguen a la realidad. Una investigación descriptiva es la que toma un objeto como la empresa, el mercado, la industria, etc. describe la situación en la que: ¿qué? ¿cómo? ¿donde? se encuentra sin preocuparse del ¿Por qué? Este tipo de investigación genera una DATA, luego se realiza un análisis general para finalmente poder describir el problema. (p. 52-53)

### Enfoque de la Investigación.

El enfoque de la investigación es cualitativa y cuantitativa es decir tiene un enfoque mixto.

Según el autor Pimienta (2017):

El modelo de la investigación cuantitativa se mide mediante el análisis e interpretación de datos, números, indicadores y estadísticas asociadas con el objeto de estudio, mediante este método se formulan preguntas específicas acerca de ¿cómo? y ¿cuándo? tiene lugar el fenómeno estudiado, de esta manera ayuda al investigador reunir información necesaria para plasmarla mediante números. Pimienta menciona acerca del modelo de investigación cualitativa que a diferencia del modelo cuantitativo este investiga ¿por qué? Y ¿cómo? suceden dichos fenómenos. (p.59-61)

### Alcance de Investigación.

El alcance de esta investigación es descriptivo porque narra cada detalle del plan de inversión.

Según los autores Sampieri y Mendoza (2018), indicaron que un alcance descriptivo permite conocer y analizar la característica principal y la consecuencia de una variable que podría ser un fenómeno, un planteamiento o un objetivo.

## Herramientas

En el enfoque cuantitativo se analizarán datos estadísticos, históricos de la empresa, análisis y tabulación de encuestas y cálculos matemáticos. En el enfoque cualitativo se realizarán entrevistas a proveedores.

Según Bernal (2016):

La encuesta es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios que permitan conseguir los objetivos del proyecto de investigación, es un plan formal para recolectar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación. (p.245)

Las entrevistas según Muñoz (2015), es una técnica de investigación de mayor uso en la recolección de información, podría definirse como la recolección de información de forma directa, cara a cara donde el investigador interroga obteniendo información directamente del entrevistado.

## Variable independiente

Plan de inversión

## Variable Dependiente

Rentabilidad

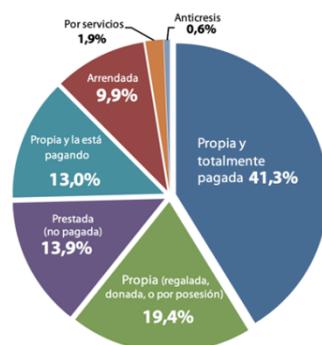
## Población y Muestra

Bachafesa S.A. recibe clientes de toda la provincia de Santa Elena, con la ayuda de información del INEC se procede a obtener información de la cantidad de viviendas y a calcular la muestra.

Figura 1

Cantidad de viviendas en la provincia de Santa Elena.

### ¿CUÁL ES LA TENENCIA DE LA VIVIENDA EN SANTA ELENA?



Tenencia de vivienda 2010	Hogares	%
Propia y totalmente pagada	31.451	41,3%
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	14.779	19,4%
Prestada o cedida (no pagada)	10.597	13,9%
Propia y la está pagando	9.928	13,0%
Arrendada	7.507	9,9%
Por servicios	1.448	1,9%
Anticresis	484	0,6%
Total	76.194	100%

Fuente: INEC,2010

En la figura 1 podemos observar los resultados del último censo de población y vivienda en la provincia de Santa Elena que muestra la existencia de 76194 viviendas que se va a considerar como población, con un 95% de nivel confianza y 5% margen de error da como resultado una MUESTRA de 383 personas a ser encuestadas.

**Figura 2**  
*Tamaño de la muestra*

**Calcula el tamaño de tu muestra**

Tamaño de la población ⓘ 76194

Nivel de confianza (%) ⓘ 95

Margen de error (%) ⓘ 5

**Tamaño de la muestra**  
**383**

¿Estás haciendo una investigación de mercado? SurveyMonkey Audience ofrece encuestados adecuados con base en datos demográficos, comportamientos de consumo, geografía o áreas de marketing designadas.

Elige tu público

Fuente: Survey Monkey

En la figura 2 se muestra el cálculo del tamaño de la muestra que da como resultado 383 encuestas.

### **Instrumentación**

Para la correcta obtención de datos se aplicarán 383 encuestas de 12 preguntas cerradas a público en general y cliente objetivo, además de las entrevistas a proveedores, el perfil de los entrevistados; serán los representantes de ventas en la provincia de Santa Elena de empresas importadoras, representativas comercialmente a nivel nacional que sean contribuyentes especiales y tengan más de 10 años en el mercado.

### **Recolección y análisis de datos**

Para Malhotra (2020):

La recolección de información a través de una encuesta se realiza en el lugar donde se tiene contacto con el público o cliente objetivo persuadiendo para que accedan o permitan realizarles la misma, poder conocer aspectos generales de su perfil, sus gustos y preferencias e información determinante que respalde la investigación. Aquí participa una fuerza de campo que también lo pueden realizar a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos, enlace de una web. El seguimiento a la fuerza de campo en la selección,

capacitación, supervisión y evaluación brinda mayor confiabilidad y menor tasa de errores. Una vez que se concluya las encuestas o entrevistas se procede a ingresar la información para tabularla, tener información generalizada o estratificada por zonas o por edades, se analiza los datos y servirá para respaldar alguna hipótesis previamente presentada o tomar una decisión más acertada acorde a los resultados obtenidos. (p. 125-127)

Para la elaboración de este proyecto se realizó la recolección y análisis de datos en dos fases, en la primera fase se realizaron las encuestas a 383 personas de forma física cerca de locales comerciales de la competencia.

En la segunda fase se realizaron entrevistas a cinco proveedores de la empresa Bachafesa SA con el siguiente perfil: empresas importadoras, representativas comercialmente a nivel nacional que sean contribuyentes especiales y tengan más de 10 años en el mercado.

### **Validez y confiabilidad**

Según Bernal (2010):

Toda medición de recolección de datos debe reunir los requisitos esenciales de confiabilidad y validez, la confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios. La validez de un instrumento de medición es válida cuando mide aquello para lo cual está destinado. (p. 191)

## Resultados

En este apartado se muestran los resultados que se obtuvieron a través de la recolección de datos mediante las encuestas a la población y de las entrevistas a proveedores de la empresa Bachafesa SA.

### Análisis de los resultados

El presente estudio en su etapa preliminar recoge cierta información que se basa en la experiencia, historia y vivencia recogida de BACHAFESA. Esta encuesta permite contrastar, abalizar y tener certeza sobre la información básica necesaria para dirigir los objetivos y estrategias que permitan que el proyecto sea realizable, recuperar la inversión, satisfaga las necesidades de los clientes y genere rentabilidad esperada para los accionistas.

### Análisis de resultados de las encuestas.

Con respecto a las encuestas se muestran los resultados en las siguientes tablas a continuación.

**Tabla 1**

Lugar de residencia

LUGAR DE RESIDENCIA	%
Cantón La Libertad	55%
Canton Santa Elena	25%
Cantón Salinas	10%
Zona Norte del Cantón	
Elena	9%
Otros	1%

En la tabla 1, destaca que 55%de personas que visitan ferreterías ubicadas en La Libertad son de la misma localidad.

**Tabla 2**

Edad

EDAD	%
Menor de 18 años	1%
19-29 años	14%
30-39 años	24%
40-54 años	34%
55-64 años	18%
65 en adelante	10%

En la tabla 2, se puede observar que las edades de los encuestados que más visitan ferreterías esta entre 40 a 54 años correspondiente el mayor porcentaje de visita con el 34%.

**Tabla 3**

*Sexo*

SEXO	%
Masculino	65%
Femenino	35%

En la tabla 3, se observa que el 65% de clientes en ferreterías de La Libertad son hombres.

**Tabla 4**

*Frecuencia de visita a una ferretería.*

VISITA A UNA FERRETERIA	%
Diario	29%
Semanal	40%
Quincenal	13%
Mensual	19%

La frecuencia de visita de clientes en ferreterías de La Libertad se puede observar en la tabla 4, la cual evidencia que la visita semanal ocupa el mayor porcentaje con un 40%, seguida de visita diaria con un 29%.

**Tabla 5**

*Uso de compras.*

USO DE COMPRAS	%
Trabajo	51%
Hogar	40%
Tarea escolar/colegial	7%
Comercialización	2%

En la tabla 5, se puede apreciar que los encuestados realizan sus compras mayoritariamente para su trabajo en un 51% seguido de compras para su hogar en un 40%.

**Tabla 6**

*Lugar de compra.*

LUGAR DE COMPRA	%
Ferretería	87%
Supermercado	10%
Distribuidores/franquiados	3%

En la tabla 6, se puede observar que las personas encuestadas tienen como su primera alternativa de compras las ferreterías locales con un 87%.

**Tabla 7**

*Estímulo para comprar*

ESTIMULO PARA COMPRAR	%
Precio	39%
Calidad	35%
Facilidad de pago	18%
Ubicación	8%

Los estímulos para comprar de los clientes de ferreterías los podemos observar en la tabla 7 que indica que es el precio con un 39% y calidad con un 35%.

**Tabla 8**

*Método de pago*

METODO DE PAGO	%
Efectivo	88%
Tarjeta de credito o debito	9%
Transferencia o deposito bancario	3%

El método de pago deseado por los clientes de ferreterías en La Libertad se observa en la tabla 8 donde el mayor porcentaje lo tiene el método de pago en efectivo con un 88%.

**Tabla 9**

*Beneficios por compras*

BENEFICIOS POR COMPRAS	%
Descuentos	73%
Obsequios por sus compras	21%
Promociones Eventuales	6%

El beneficio en compras que más aprecian y atrae a los clientes podemos observarlo en la tabla 9 con el descuento en sus compras con un 73%,

**Tabla 10**

*Promedio de compra mensual*

PROM DE COMPRA MENSUAL	%
De \$1 a \$25	8%
De \$26 a \$50	9%
De \$51 a \$75	13%
De \$76 a \$100	31%
De \$100 en adelante	39%

La tabla 10 muestra el promedio de compras mensuales en productos de ferretería, el mayor porcentaje es de \$100 en adelante con un 39%.

**Tabla 11**

*Visitaría un nuevo punto de venta.*

VISITARIA NUEVO PUNTO DE VENTA	
%	
Si	87%
No	7%
Es Indiferente	6%

Finalmente, en la tabla 11 los encuestados respondieron que si visitarían un nuevo punto de venta de ferretería frente a la UPSE con un 87%.

#### **Análisis de resultados de las entrevistas**

Con respecto a las entrevistas realizadas a los proveedores de la empresa Bachafesa SA se puede observar en las tablas los siguientes resultados.

**Tabla 12**

*Participación de ventas totales del 2021*

EMPRESA	%
PINTURAS UNIDAS	4%
PROMESA	10%
GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA LTDA	15%
MEGAPRODUCTOS	10%
DEMACO	5%

En la tabla 12, se puede observar que según información de los 3 proveedores (Promesa, Gerardo Ortiz e hijos CIA LTDA) de productos de ferretería, la empresa Bachafesa SA les representa en sus ventas totales del cantón La Libertad en el 2021 entre el 10% y 15%. Con respecto a los proveedores de pintura y productos de construcción entre el 4% y 5%.

**Tabla 13***Lugar de Bachafesa SA por volumen de ventas*

EMPRESA	LUGAR
PINTURAS UNIDAS	6
PROMESA	5
GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA LTDA	1
MEGAPRODUCTOS	5
DEMACO	6

La tabla 13, muestra el lugar que ocupa la empresa Bachafesa SA según el volumen de ventas, donde se puede observar que esta entre los 6 mejores clientes.

**Tabla 14***Clientes más importantes de proveedores en La Libertad*

EMPRESA	CLIENTES
PINTURAS UNIDAS	Ferretería Solís, Pinturas González, Pinturas Neira, Megaacero Solís, Ferretería Ivan y Celso Solís
PROMESA	Ferretería Solís, Seatec SA, Perugachi, Bachafesa, Mejía.
GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA LTDA	Seatec SA, Bachafesa, ferretería Solís, Ferretería Ivan y Celso Solís, Megaceros Solís
MEGAPRODUCTOS	Bachafesa , Megaacero Solís, Ferretería Ivan y Celso Solís, Macofe, El triunfador
DEMACO	Ferretería Solís, Macofe, Seatec SA, V Aguirre, Helguero, Bachafesa

En la tabla 14, se pueden observar los clientes más importantes del cantón La Libertad, según información de los proveedores de la empresa Bachafesa.

**Tabla 15***Promociones que los proveedores ofrecen.*

EMPRESA	INFORMACION
PINTURAS UNIDAS	Caravanas regalonas y entregas gorras y camisetas
PROMESA	Por el momento ninguna
GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA LTDA	Descuento por feria, promo mundialista, brandeo por marcas black and decker dewalt
MEGAPRODUCTOS	Descuentos de listado IDEAL, megames.
DEMACO	Activaciones por marcas

Las promociones que ofertan las empresas proveedoras de la empresa Bachafesa las podemos encontrar en la tabla 15.

**Tabla 16***Crédito y tiempo de gracia en nuevo punto de venta.*

EMPRESA	RESPUESTA
PINTURAS UNIDAS	muy probablemente
PROMESA	muy probablemente
GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA LTDA	muy probablemente
MEGAPRODUCTOS	muy probablemente
DEMACO	no lo se

En la tabla 16 piensan el 80% de los entrevistados muy probablemente podrían apalancar e inclusive otorgar tiempo de gracia en el nuevo punto de venta.

**Tabla 17**

*Opiniones o sugerencias sobre ubicación del nuevo punto de venta.*

EMPRESA	OPINIONES
PINTURAS UNIDAS	Buena ubicación por ser paso de ingreso a las playas mas visitadas del país.
PROMESA	Excelente porque la diversidad de productos de Bachafesa no la tienen las ferreterías de las zona.
GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA LTDA	Es un sector que talvez no represente el mismo volumen de ventas que el local principal.
MEGAPRODUCTOS	Seria Bueno para activar el sector ferretero por ese sector.
DEMACO	Es un buen lugar

En la tabla 17, se encuentran las opiniones o sugerencias de los principales proveedores de la empresa Bachafesa.

### **Competidores**

La entrevista con los proveedores ha evidenciado que Bachafesa tiene una presencia importante sobre el mercado de La Libertad, pero también es muy evidente la esencia, fortaleza y especialidad de cada competidor, pese a estar a escasas cuadras, la naturaleza de cada punto de venta es distinta y bien marcada.

Es preciso identificar la naturaleza de cada competidor siendo estas importantes y relevantes. A continuación, el detalle:

Ferretería Solís, MegaAcero Solís, Iván y Celso Solís: pertenecen al mismo grupo familiar, se ubican en el mismo sector, el primero de este grupo tiene dedicado sus esfuerzos en variedad de pintura siendo muy fuerte en dicho segmento, MegaAcero Solís es una empresa más enfocada al concepto de ferretería, pero con su fortaleza de hierro, acero y cubiertas, Iván y Celso Solís así mismo su fortaleza es la venta de hierro y galvanizados.

Seatec ha dedicado sus esfuerzos a satisfacer las necesidades de la industria camaronera con productos/piezas plásticos y galvanizados de medidas industriales. En los últimos años ha incrementado su portafolio de productos con más productos de ferretería.

Macofesa (Familia Helguero) ha dedicado sus esfuerzos en satisfacer compras públicas, siendo su fortaleza la venta de materiales de construcción como cemento, hierro, placas de gypsum, empastes y pinturas.

Ferretería Mejía, en los últimos años ha expandido su portafolio de productos y servicios, inicialmente entró al mercado ofreciendo hierro, productos galvanizados entre otros. En la actualidad se ha enfocado a satisfacer la necesidad de vender en las comunas de la zona norte con herramientas agrícolas y brindando crédito. También brinda servicio técnico a herramientas eléctricas y exhibe una variedad de herramientas a combustible y eléctricas.

### Propuesta de plan de inversión

A continuación, se muestra el plan de inversión para el nuevo punto de venta de la empresa Bachafesa SA.

**Tabla 18**

*Activo fijo*

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>VALOR</b>
Construcción edificio	\$ 90.000,00
Muebles y enseres	\$ 25.000,00
Equipos de computación	\$ 7.000,00
<b>Total activo fijo</b>	<b>\$ 122.000,00</b>

En la tabla 18 se puede observar los activos fijos que se requieren para el proyecto, los cuales suman un total de \$122.000,00.

**Tabla 19**

*Financiamiento.*

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>
Recursos propios	\$ 78.000,00
Apalancamiento financiero	\$ 122.000,00
<b>Total financiamiento</b>	<b>\$ 200.000,00</b>

La tabla 19, muestra el financiamiento del proyecto, en el cual los accionistas realizan un aporte equivalente al 39% del monto total de la inversión correspondiente a \$78.000,00 y se obtendrá un apalancamiento financiero de un 61% equivalente a \$122.000,00.

**Tabla 20***Gastos de administración y ventas.*

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
REMUNERACIONES	\$ 14.000,00	\$ 14.840,00	\$ 15.730,40	\$ 16.674,22	\$ 17.674,68
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 1.200,00	\$ 1.212,00	\$ 1.224,12	\$ 1.236,36	\$ 1.248,72
MANTENIMIENTO	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 700,00	\$ 800,00	\$ 900,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 3.984,00	\$ 4.223,04	\$ 4.476,42	\$ 4.745,01	\$ 5.029,71
TASAS E IMPUESTOS MUNICIPALES	\$ 1.100,00	\$ 1.166,00	\$ 1.235,96	\$ 1.310,12	\$ 1.388,72
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 20.784,00</b>	<b>\$ 21.941,04</b>	<b>\$ 23.366,90</b>	<b>\$ 24.765,71</b>	<b>\$ 26.241,84</b>
GASTOS DE VENTAS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
REMUNERACIONES	\$ 52.733,00	\$ 55.896,98	\$ 59.250,80	\$ 62.805,85	\$ 66.574,20
PUBLICIDAD	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
MATERIAL DE DESPACHO	\$ 2.000,00	\$ 2.060,00	\$ 2.121,80	\$ 2.185,45	\$ 2.251,02
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 55.933,00</b>	<b>\$ 59.216,98</b>	<b>\$ 62.695,60</b>	<b>\$ 66.380,45</b>	<b>\$ 70.283,82</b>

En la tabla 20, se observa el detalle de los gastos de administración, dentro del rubro de remuneraciones se ha considerado a una persona que será el administrador del local, en los gastos de ventas se ha considerado a un bodeguero y 4 vendedores.

**Tabla 21***Estado de pérdidas y ganancias proyectado.*

PROYECCIÓN DE ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 480.000,00	\$ 528.000,00	\$ 580.800,00	\$ 638.880,00	\$ 702.768,00
(-)COSTO DE VENTAS	\$ 288.000,00	\$ 316.800,00	\$ 348.480,00	\$ 383.328,00	\$ 421.660,80
UTILIDAD BRUTA	\$ 192.000,00	\$ 211.200,00	\$ 232.320,00	\$ 255.552,00	\$ 281.107,20
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 20.784,00	\$ 21.941,04	\$ 23.366,90	\$ 24.765,71	\$ 26.241,84
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 55.933,00	\$ 59.216,98	\$ 62.695,60	\$ 66.380,45	\$ 70.283,82
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 32.305,25	\$ 32.305,25	\$ 32.305,25	\$ 32.305,25	\$ 32.305,25
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	\$ 82.977,75	\$ 97.736,73	\$ 113.952,25	\$ 132.100,59	\$ 152.276,30
(-)15% EMPLEADOS	\$ 12.446,66	\$ 14.660,51	\$ 17.092,84	\$ 19.815,09	\$ 22.841,44
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 70.531,09	\$ 83.076,22	\$ 96.859,42	\$ 112.285,50	\$ 129.434,85
(-)IMPUESTO A LA RENTA	\$ 17.632,77	\$ 20.769,06	\$ 24.214,85	\$ 28.071,38	\$ 32.358,71
UTILIDAD NETA	\$ 52.898,32	\$ 62.307,17	\$ 72.644,56	\$ 84.214,13	\$ 97.076,14

La tabla 21, presenta el estado de pérdidas y ganancias, para realizarlo se ha tomado como referencia el historial de ventas de la empresa Bachafesa SA, utilizando el rango bajo o conservador para realizar esta proyección, en las ventas se ha realizado un incremento mínimo anual del 10%. Con respecto a los costos de ventas, estos representan el 40% de las ventas.

La planificación adecuada de gastos y costos de ventas dentro de la empresa, lo cual le permite un buen manejo sobre los beneficios, con un control de estas cuentas se garantiza un flujo de efectivo óptimo.

En los gastos financieros se han considerado las cuotas e intereses del préstamo bancario. En el primer año tenemos una utilidad neta del 11% y en el quinto año del 14%.

**Tabla 22**  
*Balance General Proyectado.*

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
EFFECTIVO	\$ -				
BANCOS	\$ 52.898,32	\$ 62.307,17	\$ 72.644,56	\$ 84.214,13	\$ 97.076,14
INVENTARIO	\$ 60.000,00	\$ 63.000,00	\$ 66.150,00	\$ 69.457,50	\$ 72.930,38
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTE</b>	<b>\$ 112.898,32</b>	<b>\$ 125.307,17</b>	<b>\$ 138.794,56</b>	<b>\$ 153.671,63</b>	<b>\$ 170.006,51</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>					
TERRENO	\$ 120.000,00	\$ 126.000,00	\$ 132.300,00	\$ 138.915,00	\$ 145.860,75
EDIFICIO	\$ 110.000,00	\$ 115.500,00	\$ 121.275,00	\$ 127.338,75	\$ 133.705,69
(-)Depreciación de Edificio	\$ 5.500,00	\$ 5.775,00	\$ 6.063,75	\$ 6.366,94	\$ 6.685,28
MUEBLES Y ENSERES	\$ 25.000,00	\$ 20.000,00	\$ 16.000,00	\$ 12.800,00	\$ 10.240,00
(-)Depreciación de Muebles y enseres	\$ 2.500,00	\$ 2.000,00	\$ 1.600,00	\$ 1.280,00	\$ 1.024,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 7.000,00	\$ 5.600,00	\$ 4.480,00	\$ 3.584,00	\$ 2.867,20
(-)Depreciación de Equipos de computo	\$ 2.310,00	\$ 1.848,00	\$ 1.478,40	\$ 1.182,72	\$ 946,18
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 251.690,00</b>	<b>\$ 257.477,00</b>	<b>\$ 264.912,85</b>	<b>\$ 273.808,09</b>	<b>\$ 284.018,18</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 364.588,32</b>	<b>\$ 382.784,17</b>	<b>\$ 403.707,41</b>	<b>\$ 427.479,72</b>	<b>\$ 454.024,69</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>					
PROVEEDORES	\$ 72.000,00	\$ 79.200,00	\$ 87.120,00	\$ 95.832,00	\$ 105.415,20
PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 12.446,66	\$ 14.660,51	\$ 17.092,84	\$ 19.815,09	\$ 22.841,44
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 17.632,77	\$ 20.769,06	\$ 24.214,85	\$ 28.071,38	\$ 32.358,71
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 102.079,44</b>	<b>\$ 114.629,57</b>	<b>\$ 128.427,69</b>	<b>\$ 143.718,47</b>	<b>\$ 160.615,36</b>
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>					
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 129.220,98	\$ 96.915,74	\$ 64.610,49	\$ 32.305,25	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 129.220,98</b>	<b>\$ 96.915,74</b>	<b>\$ 64.610,49</b>	<b>\$ 32.305,25</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 231.300,42</b>	<b>\$ 211.545,30</b>	<b>\$ 193.038,18</b>	<b>\$ 176.023,71</b>	<b>\$ 160.615,36</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
CAPITAL	\$ 2.389,58	\$ 30.931,70	\$ 60.024,67	\$ 89.241,88	\$ 118.333,19
RESERVA LEGAL	\$ 2.644,92	\$ 3.115,36	\$ 3.632,23	\$ 4.210,71	\$ 4.853,81
APORTE DE ACCIONISTAS	\$ 78.000,00	\$ 78.000,00	\$ 78.000,00	\$ 78.000,00	\$ 78.000,00
RESULTADO DEL PERIODO	\$ 50.253,40	\$ 59.191,81	\$ 69.012,33	\$ 80.003,42	\$ 92.222,33
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 133.287,90</b>	<b>\$ 171.238,87</b>	<b>\$ 210.669,23</b>	<b>\$ 251.456,01</b>	<b>\$ 293.409,33</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 364.588,32</b>	<b>\$ 382.784,17</b>	<b>\$ 403.707,41</b>	<b>\$ 427.479,72</b>	<b>\$ 454.024,69</b>

En el balance general proyectado presentado en la tabla 22 se puede observar que la empresa no tiene cuentas por cobrar debido a que todas sus ventas son al contado, lo que genera un excelente flujo de efectivo, permitiendo mantener el sistema productivo siempre activo.

Con respecto al inventario se ha considerado un stock aceptable y necesario para 3 meses de operaciones, que es el tiempo que dan los proveedores como plazo a crédito.

Al valor del edificio se le han incrementado \$20.000 correspondientes a una construcción ya realizada.

Los activos corrientes son mayores que los pasivos corrientes lo que nos dice que la situación financiera de la empresa es positiva, ya que no existen problemas de liquidez a corto plazo.

**Tabla 23***Indicadores de operación.*

<b>INDICADORES DE OPERACIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
DIAS DE INVENTARIO	75	72	68	65	62
INDICE DE LIQUIDEZ Y PRUEBA ACIDA	1,11	1,09	1,08	1,07	1,06

En la tabla 23, se puede evidenciar los días que se toman en vender los inventarios, lo cual es óptimo ya que se vende de 62 a 75 días y los proveedores ofrecen 90 días de financiamiento, lo que permite cubrir la operación.

**Tabla 24***Indicadores de endeudamiento.*

<b>INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
ENDEUDAMIENTO SOBRE PATRIMONIO	151%	103%	72%	51%	36%
ENDEUDAMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS	55%	46%	38%	30%	23%

Como indica la Tabla 24, de acuerdo con la proyección realizada, la tasa de endeudamiento sobre el patrimonio en el año 1 será 151% ya que la inversión inicial corresponderá en mayor proporción con apalancamiento financiero y el inventario disponible para la venta tendrá también apalancamiento de los proveedores. Posteriormente, esta tasa irá disminuyendo porque se va recuperando la inversión con los flujos de efectivo que genera la operación, hasta llegar al año 5 con 36% de deuda frente a los recursos propios de la empresa. Finalmente, la Tabla 24 muestra que el 55% de los activos es financiado con deuda, hasta llegar al año 5 con un 23% de deuda frente al total de activos.

**Tabla 25***Indicadores de rentabilidad.*

<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MARGEN DE RENTABILIDAD BRUTO	40%	40%	40%	40%	40%
MARGEN DE RENTABILIDAD NETA (ROS)	11%	12%	13%	13%	14%
RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS (ROA)	27%	31%	35%	40%	44%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO (ROE)	40%	36%	34%	33%	33%

Como indica la Tabla 25, de acuerdo con la proyección realizada, el margen de rentabilidad bruto de la empresa es el 40% y el margen de rentabilidad neta se encuentra entre el 11 al 14%. Así mismo, muestra la eficiencia y utilidad que genera la empresa por cada dólar invertido en activos siendo el ROA 27% en el año 1 hasta el 44% en el año 5.

Finalmente, la Tabla 25 muestra los rendimientos proyectados sobre los fondos propios ROE que va del 40% en el año 1 al 33% en el año 5.

**Tabla 26**  
*Flujo de caja proyectado.*

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		\$ 480.000,00	\$ 528.000,00	\$ 580.800,00	\$ 638.880,00	\$ 702.768,00
Cuentas por cobrar		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 480.000,00</b>	<b>\$ 528.000,00</b>	<b>\$ 580.800,00</b>	<b>\$ 638.880,00</b>	<b>\$ 702.768,00</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>A) INVERSION</b>						
Construcción edificio	\$ 90.000,00					
Muebles y enseres	\$ 25.000,00					
Equipos de computación	\$ 7.000,00					
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 122.000,00</b>					
<b>B) OPERACIÓN</b>						
Compra de Mercadería	\$ 78.000,00	\$ 288.000,00	\$ 316.800,00	\$ 348.480,00	\$ 383.328,00	\$ 421.660,80
<b>Gastos Administrativos</b>						
Remuneraciones	\$ 14.000,00	\$ 14.840,00	\$ 15.730,40	\$ 16.674,22	\$ 17.674,68	
Suministros de oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.212,00	\$ 1.224,12	\$ 1.236,36	\$ 1.248,72	
Mantenimiento	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 700,00	\$ 800,00	\$ 900,00	
Servicios básicos	\$ 3.984,00	\$ 4.223,04	\$ 4.476,42	\$ 4.745,01	\$ 5.029,71	
Tasas e impuestos municipales	\$ 1.100,00	\$ 1.166,00	\$ 1.235,96	\$ 1.310,12	\$ 1.388,72	
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 20.784,00</b>	<b>\$ 21.941,04</b>	<b>\$ 23.366,90</b>	<b>\$ 24.765,71</b>	<b>\$ 26.241,84</b>	
<b>Gastos de ventas</b>						
Remuneraciones	\$ 52.733,00	\$ 55.896,98	\$ 59.250,80	\$ 62.805,85	\$ 66.574,20	
Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61	
Material de despacho	\$ 2.000,00	\$ 2.060,00	\$ 2.121,80	\$ 2.185,45	\$ 2.251,02	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 55.933,00</b>	<b>\$ 59.216,98</b>	<b>\$ 62.695,60</b>	<b>\$ 66.380,45</b>	<b>\$ 70.283,82</b>	
<b>Gastos financieros</b>						
Interes más capital de deuda	\$ 32.305,25	\$ 32.305,25	\$ 32.305,25	\$ 32.305,25	\$ 32.305,25	\$ 32.305,25
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 32.305,25</b>	<b>\$ 32.305,25</b>	<b>\$ 32.305,25</b>	<b>\$ 32.305,25</b>	<b>\$ 32.305,25</b>	<b>\$ 32.305,25</b>
<b>Otros Egresos</b>						
SRI - impuestos varios	\$ 17.632,77	\$ 20.769,06	\$ 24.214,85	\$ 28.071,38	\$ 32.358,71	
15% trabajadores	\$ 12.446,66	\$ 14.660,51	\$ 17.092,84	\$ 19.815,09	\$ 22.841,44	
<b>TOTAL OTROS EGRESOS</b>	<b>\$ 30.079,44</b>	<b>\$ 35.429,57</b>	<b>\$ 41.307,69</b>	<b>\$ 47.886,47</b>	<b>\$ 55.200,16</b>	
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$ 200.000,00</b>	<b>\$ 427.101,68</b>	<b>\$ 465.692,83</b>	<b>\$ 508.155,44</b>	<b>\$ 554.665,87</b>	<b>\$ 605.691,86</b>
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>-\$ 200.000,00</b>	<b>\$ 52.898,32</b>	<b>\$ 62.307,17</b>	<b>\$ 72.644,56</b>	<b>\$ 84.214,13</b>	<b>\$ 97.076,14</b>

En la tabla 26, se puede apreciar el flujo de caja del proyecto desde el momento de la inversión hasta 5 años después, en las ventas se refleja un incremento del 10% por cada año.

### **Evaluación del proyecto**

Es importante determinar la viabilidad de un proyecto que permite conocer sobre la rentabilidad del mismo y ayude a la toma de decisiones.

**Tabla 27**  
*Evaluación del proyecto*

FINANCIAMIENTO					
Recursos Propios	\$	78.000,00		39%	
Obligación financiera	\$	122.000,00		61%	
Total Inversión del proyecto	\$	200.000,00			
INFORMACION DEL PROYECTO					
Costo de la deuda			10,80%		
Impuesto a la Renta			25%		
Costo de Oportunidad			20%		
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL WACC					
		Monto	Mezcla de Capital	Costo de Capital	PONDERADO
Recursos Propios	\$	78.000,00	39%	20%	7,80%
Obligación financiera	\$	122.000,00	61%	8,10%	4,94%
TOTAL	\$	200.000,00		WACC	12,74%
AÑOS		FLUJOS NETOS			
	0	-\$	200.000,00		
	1	\$	52.898,32		
	2	\$	62.307,17		
	3	\$	72.644,56		
	4	\$	84.214,13		
	5	\$	97.076,14		
RESULTADOS					
Costo de Oportunidad			20%		
TIR - Rentabilidad del Proyecto			21,82%		
WACC			12,74%		
EVA			9,08%		
VALOR PRESENTE		\$209.015,72			
VAN - Viabilidad Financiera		\$9.015,72			
Payback =	3AÑOS, 1 MES Y 22 DIAS				

Para determinar la viabilidad del proyecto se aplicarán los siguientes indicadores de rentabilidad:

### **VAN**

Este indicador es el más conocido y utilizado por los inversionistas, ayuda a conocer el valor excedente resultante de obtener la rentabilidad y de recuperar toda la inversión.

VAN>0 dice cuanto adicional se gana en el proyecto después de recuperar la inversión y ganar la rentabilidad exigida.

VAN =0 dice que se recupera la inversión y se gana la rentabilidad exigida.

VAN <0 dice que no se obtiene la rentabilidad exigida o parte de toda la inversión no se recupera.

En el caso del proyecto se puede observar un van positivo, es decir que se recupera la inversión, se obtiene la rentabilidad esperada y queda algo adicional para la empresa equivalente a \$9.015,72

### **TIR**

Este indicador de rentabilidad permite medir como porcentaje.

TIR >0 dice que se recupera la inversión y además se gana una rentabilidad.

TIR=0 dice que se recupera la inversión, pero no se gana rentabilidad.

TIR<0 dice que no se logra recuperar la inversión.

El TIR del proyecto es 21,82% es decir mayor a 0 lo que significa que se recupera la inversión y se gana la rentabilidad esperada.

### **EVA**

Este indicador indica el valor que queda para la empresa una vez cubierta la inversión y rentabilidad exigida en un periodo de tiempo determinado.

Ayuda a calcular el verdadero beneficio económico de una empresa.

EVA positivo es cuando la empresa tiene una rentabilidad del capital superior al costo del mismo.

EVA negativo indica que una compañía está perdiendo sus recursos.

Este proyecto tiene un EVA positivo de 9,09% lo que nos indica que se recupera la inversión y rentabilidad exigida.

### **WAAC**

Este indicador brinda el costo promedio ponderado de los recursos utilizados en el financiamiento del proyecto, es la rentabilidad que el proyecto debe superar para crear valor a la empresa, traslada los flujos futuros esperados a valores de dinero actuales, representa el nivel de rentabilidad que se exige para un determinado nivel de riesgo.

El proyecto nos refleja un WAAC del 12,74%.

La TIR debe ser mayor a la WACC para por lo cual se acepta el proyecto.

## Discusión

Un plan de inversión ayuda a planificar y analizar detalladamente como se van a distribuir los recursos, minimizando los riesgos y maximizando su rentabilidad; con la ayuda de los indicadores de rentabilidad se realizó una evaluación del proyecto, los cuales indican que la inversión será recuperada. La rentabilidad es la deseada por los accionistas y adicionalmente el proyecto proporcionará una ganancia adicional, todos estos resultados llevan a la decisión de aceptar el proyecto.

Según el estudio realizado por Lira (2021) dice que:

Cuando las empresas aplican correctamente las técnicas para la evaluación de un proyecto ayudará a las empresas a crear valor. Es importante que todo proyecto refleje siempre su flujo de caja ya que permite conocer el efectivo con el cual se dispone, a diferencia de la utilidad que es un concepto contable y no muestra el efectivo que verdaderamente se dispone para gastar. Uno de los indicadores de rentabilidad que deben utilizarse al momento de evaluar un proyecto, entre ellos tenemos el WACC que nos brinda el costo promedio ponderado de los recursos necesarios que permita financiar el proyecto, es la valla de rentabilidad que se debe superar para obtener una rentabilidad a accionista. Otro indicador de rentabilidad es el VPN también llamado VAN que trae a valor presente los flujos futuros, este cuando es mayor a 0 significa que se ha recuperado la inversión, lo esperado por los accionistas y un ingreso adicional, cuando es igual a 0 el proyecto ha logrado lo mínimo esperado, cuando es menor a 0 no ha rendido lo mínimo esperado.

Lira menciona que el TIR es otro indicador utilizado en evaluación de proyectos, este indica la rentabilidad promedio anual del proyecto, si la tir es mayor que el WACC se acepta el proyecto. Un elemento auxiliar para la toma de decisiones es el playback que indica que tiempo es recuperada la inversión según el flujo generado.

La investigación de mercado realizada por el autor Lazo (2018) coincide con la de este proyecto donde se investiga sobre los factores que predominan al momento de comprar, estas coinciden en que los estímulos para comprar en una ferretería son precio y calidad.

El autor Palomeque (2019) en su estudio destaca al igual que este proyecto en su encuesta que el cliente se siente atraído mayoritariamente por el precio, calidad descuentos y variedad de productos que lo encuentran en ferreterías grandes con mayor tiempo de permanencia en el mercado y presencia de marca contando con mejor servicio en el punto de venta, servicio post-venta y comunicación de promociones o descuentos.

Peñaherrera (2015) en su estudio coincide con los resultados de esta investigación al afirmar que el tiempo recuperación es rápido, afirma que el negocio ferretero genera alta rentabilidad, se consideró también una utilidad bruta de 40%, una tasa marginal del 17,50% ratificando, contrastando y abalizando la investigación realizada y resultados obtenidos.

## Conclusiones y recomendaciones.

### Conclusiones

Con respecto al objetivo específico de sistematizar los elementos teóricos a través de la revisión bibliográfica para conocer la situación actual de las variables de la investigación, se concluye que, fue necesario revisar conceptos de varios autores para conocer su pensamiento con respecto a la variable independiente: plan de inversión y la variable dependiente: rentabilidad. Esto permitió que este artículo determine que el plan de inversión propuesto se encuentre revisado, transparentado y goce del sustento técnico para que sea viable y ejecutable, brinde la oportunidad de recuperar la inversión y finalmente pueda obtener flujos de efectivo que permitan obtener un PAYBACK inferior al tiempo de crédito estimado, arroje una TIR superior al WACC significando obtener una rentabilidad óptima esperada por los accionistas.

Con respecto al objetivo específico de realizar un estudio de mercado mediante encuestas y entrevistas para determinar el comportamiento del consumidor, se concluye que, basado en encuestas se determinó que 5 de cada 10 personas que visitan ferreterías ubicadas en La Libertad son de la misma localidad, las edades entre 40 a 54 años corresponde el mayor porcentaje de visita con el 34%, el 65% de clientes son hombres y 35% mujeres, la frecuencia de visita semanal ocupa el 40% y visita diaria un 29%, las compras son utilizadas mayoritariamente para el hogar y trabajo con un 91% en total, las personas encuestadas tienen como su primer alternativa de compras las ferreterías locales con un 87%, los factores que inciden en la compra de los clientes se basó en el precio con un 39%, calidad 35%, facilidad de pago con un 18% y ubicación del punto de venta con un 8%. El medio de pago más utilizado es el efectivo con un 88%, el beneficio en compras que más aprecian y atrae a los clientes es el descuento en sus compras con un 73%, el promedio mensual de compra destaca de \$76 a \$100 con un 31% y \$100 en adelante con un 39%. Finalmente, los encuestados respondieron que sí visitarían un nuevo punto de venta de ferretería frente a la UPSE con un 87%. Con respecto a las entrevistas realizadas a proveedores se ha evidenciado que Bachafesa tiene una presencia importante sobre el mercado de La Libertad, pero también es muy evidente la esencia, fortaleza y especialidad de cada competidor, pese a estar a escasas cuadras la naturaleza de cada punto de venta es distinta y bien marcada.

Los entrevistados, empresas proveedoras y contribuyentes especiales; de la línea de ferretería (Gerardo Ortiz, Promesa, Megaproductos) concuerdan en que Bachafesa ocupa entre el 10 al 15% de participación en sus ventas en La Libertad, estando dentro del top 5 de las mejores empresas, ven con optimismo en su mayoría el lugar que se propone para una sucursal y piensan que sí podrían apalancar e inclusive otorgar tiempo de gracia en el nuevo punto de venta.

Con respecto al objetivo específico de establecer los componentes del plan de inversión mediante los hallazgos de la investigación para establecer su presupuesto, se concluye que, la inversión total será de \$ 200.000,00, su financiamiento será 39% con capital propio que constituirá un inventario inicial disponible para la venta proveniente de la matriz y el 61% con apalancamiento financiero en la que se incluye la construcción del nuevo punto de venta, mobiliarios y equipos de

computación. Toda inversión debe tener su contrapunto para materia de este análisis y en este caso, es su flujo neto de efectivo. Para estimar las ventas se ha considerado un escenario conservador basado en el rango más bajo de los históricos de ventas mensuales de la marca, también se ha proyectado como salida de efectivo una utilidad bruta de 40% que representa el costo de ventas del 60%, a su vez se ha presupuestado contratar 1 administrador del local, 1 bodeguero, 4 vendedores, 1 cajero, de igual forma se ha incluido rubros como suministros de oficina, material de despacho, gastos de mantenimiento, publicidad, servicios básicos, impuestos y tasas y egresos adicionales por concepto de pagos a trabajadores por decimos y utilidades. Esto da como resultado tener los flujos netos resultantes de la inversión para que sea aprobada.

Con respecto al objetivo específico de analizar la rentabilidad del plan de inversión mediante el análisis financiero para determinar su viabilidad, se concluye que, previo al análisis del flujo neto de efectivo con una proyección conservadora con el rango más bajo de histórico de ventas de la marca, se ha podido determinar que el PAYBACK de la inversión es 3 años 1 mes y 22 días, resultando un TIR del 21,82% sobre una WACC del 12,74% y un EVA del 9,08% ratificando la viabilidad de la inversión por obtener una TIR superior al costo de oportunidad y un PAYBACK menor al tiempo del crédito.

## **Recomendaciones**

Con respecto al objetivo específico de sistematizar los elementos teóricos a través de la revisión bibliográfica para conocer la situación actual de las variables de la investigación, se recomienda que, debe seguir existiendo una cultura de planificación, disciplina y transparencia para las decisiones administrativas-financieras que se tomen principalmente dentro del periodo del crédito de la inversión y más que todo, no exceder los techos de costos fijos y variables que se han proyectado con la finalidad que las variables inversión y rentabilidad sigan encadenadas hasta su propósito fundamental de recuperar la inversión, honrar la deuda con los acreedores, cumplir con los pagos del apalancamiento financiero y generar una rentabilidad esperada por los accionistas.

Con respecto al objetivo específico de realizar un estudio de mercado mediante encuestas y entrevistas para determinar el comportamiento del consumidor, se recomienda que, se realice un nuevo estudio de mercado en el punto de venta actual de Bachafesa para contrastar la información que se recogió en los puntos de venta de la competencia, esto brindará la oportunidad de realizar un plan de fidelización basado en los gustos, preferencias y cultura de los principales clientes, tener una base sólida que brinde la oportunidad de tener una oferta de valor que sea representativa y tenga sinergia con el plan económico financiero.

Con respecto al objetivo específico de establecer los componentes del plan de inversión mediante los hallazgos de la investigación para establecer su presupuesto, se recomienda que, bajo la premisa y la idea clara que conocemos los componentes que sustentan la inversión que se plantea

y tenga un cumplimiento exitoso, es necesario un manejo óptimo de los costos y gastos respetando los techos y acorde a las posibilidades no exceder las variables presupuestadas. A su vez toda inversión conlleva una correcta política gerencial, siendo la base el manejo óptimo de inventarios que en el punto de venta es la clave del éxito; lo primordial es contar con una estadística o histórico de ventas detallado que evidencie el comportamiento de cada línea o familia de productos, la política de reposición de inventario debe estar ligada estrictamente a su rotación y al tiempo de crédito de los proveedores para que esta no afecte a la liquidez de la operación, a veces, comprar cantidades importantes de un ítem por obtener un descuento y ganar un margen adicional no es siempre adecuado ya que debe evaluarse siempre su rotación, cada producto o familia de productos tiene su comportamiento que debe ser manejado con mucha precaución y más que todo si se va a administrar alrededor de 7000 ítems.

Con respecto al objetivo específico de estudiar la rentabilidad del plan de inversión mediante el análisis financiero para determinar su viabilidad, se recomienda que, con la proyección de ventas y la estimación de costos y gastos se sugiere una política porcentual de las variables que garantice viabilidad del proyecto y genere rentabilidad, se ha definido de la siguiente forma: la compra de mercadería debe estar en un máximo del 55-60% del total de ventas proyectada, los gastos administrativos entre un 3-4%, los gastos de ventas entre un 10-12%, los gastos financieros un 5-7% y otros gastos o imprevistos con un 3-4% del total de las ventas proyectadas. Esto permitirá que la inversión se recupere en menor tiempo del apalancamiento financiero.

### **Contribuciones teóricas y prácticas**

Se asignó un peso porcentual práctico a cada elemento que representa la operación como costos y gastos sobre el total proyectado de ventas con la finalidad de garantizar que el proyecto sea exitoso y rentable acorde a lo esperado por los inversionistas y rendimiento del mercado.

Se contribuyó con la experiencia basada sobre la correcta administración del manejo de inventarios, siendo esta un pilar fundamental para la liquidez de la empresa. Debe ser parte de la política empresarial revisar constantemente el histórico de ventas por ítem que permitan realizar compras de calidad basado en la cantidad y en el tiempo, dicha cantidad a provisionarse debería venderse dentro del plazo de crédito otorgado por el proveedor.

Se utilizó indicadores financieros como TIR, WACC, VAN, EVA, PAYBACK para determinar que el proyecto es viable basado en el rendimiento esperado por los accionistas y la tasa de mercado.

Se empleó encuestas a clientes en el sector de competidores y entrevistas a proveedores para contrastar información que significaba presunciones con la finalidad de tener estrategias sustentadas acorde a los resultados obtenidos.

## **Futuras Investigaciones**

Realizar una encuesta a clientes que visitan el punto de venta matriz de Bachafesa SA con la finalidad de conocer información relevante que permita realizar un plan de fidelización de marca.

Realizar un estudio del comportamiento del consumidor con respecto a las compras de artículos de ferretería en la ciudad de La Libertad.

Efectuar una revisión comparativa a los estados financieros de Bachafesa después de 1 año de haber ejecutado el proyecto del nuevo punto de venta con la finalidad ajustar las estrategias financieras y administrativas de ser necesario para encaminar el cumplimiento de los objetivos esperados por los accionistas.

## Referencias

- Alva, E. (2019). Fundamentos de contabilidad, tercera edición. Perú: Pearson. Recuperado de <https://ucsg.vitalsource.com/reader/books/9786073248990/pageid/5>
- Baca Urbina, G. (2022). Evaluación de proyectos. México: McGraw-Hill. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=22469>
- Benassini, M. (2020). Introducción a la investigación de mercados. McGraw-Hill. recuperado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=10635>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación (Vol. Tercera edición). México: Pearson. Recuperado de <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación (Vol. Cuarta Edición). México: Pearson.
- Brealey, Mywrs y Allen (2020). Principios de fianzas corporativas. México: McGraw-Hill. Recuperado de HYPERLINK "https://www.ebooks7-24.com:443/?il=10408" <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=10408>
- Calleja, F. (2017). Análisis de los estados financieros. México: Pearson. Recuperado de <https://www21.ucsg.edu.ec:2653/es/ereader/ucsg/172630?page=2>
- De Jaime, J. (2016). La rentabilidad: análisis de costos y resultados. España: ESIC. Recuperado de <https://books.google.com.gt/books?id=E0PIDAAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Escriva, J., & Clar, F. (2005). Marketing en el punto de ventas. España: Mc Graw Hill
- Fernández, S. (2007). Los proyectos de inversión. Costa Rica: Tecnología de Costa Rica. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=erlnsjksoLMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=erlnsjksoLMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Gerardo, F. (2020). Proyectos de investigación (Vol. Segunda Edición). México: Patria Investigación.
- Hervas, Campo y Revilla (2021). Dinamización del punto de venta. España: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=16555>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa-elena.pdf>
- Lazo, M.(2018) Plan de Marketing para la Ferretería León ubicada en el cantón Biblián. Ecuador: UCSG. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11141/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-162.pdf>
- Lira, P. (2021). Evaluación de Proyectos de Inversión. Perú: Editorial UPC. Recuperado de <https://www21.ucsg.edu.ec:2653/es/ereader/ucsg/172630/?page=2>
- Malhotra, N. K. (2020). Investigación de mercados (Vol. Sexta Edición). México: Pearson. Recuperado de <https://ucsg.vitalsource.com/reader/books/9786073250771/pageid/3>
- Marte, Q. (2019). Investigación de Mercados. República Dominicana: UAPA. Recuperado de <https://www21.ucsg.edu.ec:2653/es/ereader/ucsg/175886>  
México: McGraw-Hill. Recuperado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=4859>
- Martínez Abascal, E. (2012). Finanzas para directivos. México: McGraw-Hill. Recuperado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=7415>
- Meza, J. (2013). Evaluación financiera de proyectos. Colombia: ECOE. Recuperado de <http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/1402/1/Evaluaci%C3%B3n%20financiera%20de%20proyectos.pdf>
- Morales, A., & Morales, J. (2009). Proyecto de Inversión - Evaluación y formulación. México: McGraw Hill. Recuperado de <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=>
- Muñoz, C. (2015). Como elaborar y asesorar una investigación de tesis. México: Pearson. Recuperado de <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>
- Ochoa Setzer, G. A., Cruz Grimbarde, L. M. (2021). Administración financiera: correlacionada con las NIF. México: McGraw-Hill. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=11088>
- Palomeque, C. (2019). El modelo de franquicias como estrategias de crecimiento del sector ferretero de la ciudad de Guayaquil. Ecuador: UCSG
- Peñaherrera, M. (2015). Factibilidad de la creación de una cadena de Ferretería en la ciudad de Guayaquil. Ecuador: UCSG.
- Pérez-Carballo, J. (2013). El análisis de inversiones en la empresa. España: ESIC.

- Pimienta, J. (2017). Metodología de la investigación. México: Pearson. Recuperado de <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>
- Ross, S. (2022). Fundamentos de finanzas corporativas. México: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=22468>
- Ross, S. A. (2022). Finanzas corporativas. Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=22472>
- Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. España: McGraw-Hill.
- Sapag, N. (2007). Proyectos de inversión, formulación y evaluación (Vol. Primera edición). México: Person. Recuperado de <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>
- Sapag, N., Sapag, R., & Sapag, J. (2014). Preparación y Evaluación de Proyecto. México: Mc Graw Hill. Recuperado de <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=>
- Sierra y Acosta, j., Guaman, M., & García Mora. (2015). Gestión de inventarios. Recuperado de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1444/index.htm>
- Valle, A. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. Revista Universidad y Sociedad.
- Waller, M., & Esper, T. (2017). Administración de Inventarios. México: Pearson. Recuperado de <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>
- Wehrich, H., Cannice, M. V., Koontz, H. (2022). Administración. McGraw-Hill Interamericana. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=18495>



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Barzola Chávez Milton Alex**, con C.C: # **0919402495** y **Marazita Villarroel Virginia Lissette**, con C.C: # **0923316178** autores del trabajo de titulación: “Análisis de un plan de inversión como herramienta financiera para la rentabilidad de la empresa Bachafesa S.A. en el cantón La Libertad” previo a la obtención del título de Magister en Contabilidad y Finanzas, en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 15 de noviembre del 2022.

f. \_\_\_\_\_

Barzola Chávez, Milton Alex

C.C: 0919402495

f. \_\_\_\_\_

Marazita Villarroel, Virginia Lissette

C.C: 0923316178

**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Análisis de un plan de inversión como herramienta financiera para la rentabilidad de la empresa Bachafesa S.A. en el cantón La Libertad		
<b>AUTOR:</b>	Virginia Lissette, Marazita Villarroel – Milton Alex Barzola Chávez		
<b>REVISOR/TUTOR:</b>	Nombres del tutor, Apellidos del tutor.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Sistema de Posgrado		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Maestría en Contabilidad y Finanzas		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Magister en Contabilidad y Finanzas		
<b>FECHA PUBLICACIÓN:</b>	15 de noviembre del 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	34
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Contabilidad, finanzas.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	<i>plan de inversión, punto de venta, investigación de mercado, herramientas financieras, rentabilidad.</i>		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b>			
<p>El presente artículo consiste en analizar un plan de inversión para la creación de un nuevo punto de venta de la empresa BACHAFESA SA en el cantón La Libertad. Esta empresa se dedica a la venta de materiales de ferretería, actualmente solo tiene un punto de venta en la provincia de Santa Elena, cantón La Libertad. La necesidad de la creación de este punto de venta no es solo lucrarse del beneficio económico del proyecto, sino también brindarles a los clientes de la zona norte del cantón Santa Elena y zona sur del cantón La Libertad una mayor cercanía para realizar sus compras y encontrar todos los materiales de ferretería en un solo lugar. Actualmente la empresa cuenta con un terreno en el cantón La Libertad frente a la Universidad Estatal Península de Santa Elena donde se propone crear el nuevo punto de venta. Para la realización del artículo se ha tomado en consideración como muestra a proveedores, clientes potenciales y clientes de la empresa, con la finalidad de recolectar información y obtener el plan de inversión e investigación de mercado, esta información es posible por medio de las entrevistas, utilización de datos estadísticos e históricos de la empresa, análisis y tabulación de encuestas y cálculos matemáticos. En la evaluación del proyecto realizado se muestra que el plan de inversión es viable y rentable en el tiempo.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-993432025 +593-93432025	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:virginia.marazita@cu.ucsg.edu.ec">virginia.marazita@cu.ucsg.edu.ec</a> , <a href="mailto:milton.barzola@cu.ucsg.edu.ec">milton.barzola@cu.ucsg.edu.ec</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre:</b> Linda Evelyn Yong Amaya		
	<b>Teléfono:</b> +593-4- 3804600		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:linda.yong@cu.ucsg.edu.ec">linda.yong@cu.ucsg.edu.ec</a>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			