

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio, se lo realizó para determinar la viabilidad y factibilidad de implementar una empresa de Diseño y Decoración de Interiores en el Cantón Quito, Parroquia Iñaquito.

En el Estudio de Mercado, se logró identificar que existe una demanda insatisfecha ligada muy de cerca al sector de la construcción, siendo éste un servicio requerido por buena parte de la población con fines específicos como la mejora de estilo de vida, cambio de ambiente tanto en viviendas como en negocios.

Al realizar el Estudio Técnico, se determinó que la empresa se situará en el centro financiero y de negocios de la ciudad de Quito (Sector La Carolina-Parroquia Iñaquito). También se analizaron los requerimientos necesarios de equipo, personal y alternativas de financiamiento existentes para que la empresa pueda arrancar con su operación.

En cuanto a la Empresa y su Organización, se estableció el nombre “D/M Diseño de Interiores”, al igual que un logo y slogan con los cuales será reconocida por clientes y público en general, además, se identificaron aspectos administrativos, legales y organizacionales de suma importancia para la estructura de la empresa.

Los estudios anteriores, se respaldan al realizar el Análisis Financiero, con el cual se pudo conocer la aceptable viabilidad del proyecto además de la rentabilidad que generará y el tipo de financiamiento más conveniente al igual que la recuperación de la inversión inicial.

En consecuencia, se recomienda la implementación de este proyecto puesto que los resultados obtenidos son favorables para su ejecución.

EXECUTIVE SUMMARY

This study was conducted to determine the viability and feasibility of implementing an enterprise of Interior Decoration and Design in Canton Quito, Parish Iñaquito.

In the Market Study, was identified that there is an unmet demand closely linked to the construction sector, and this is a needed service for much of the population with specific purposes such as improving lifestyle, changing environment both in homes and in business.

In undertaking the Technical Study determined that the company will be in the business and financial center of the city of Quito (La Carolina Sector - Iñaquito Parish). We also analyzed the requirements necessary for equipment, personnel and existing financing alternatives for the company to start his operation.

As for the company and his organization, was established the name "D/M Interior Design" as a logo and slogan with which will be recognized by customers and the general public, also identified the administrative, legal and important organizational structure for the company.

Previous studies, they support in conducting the financial analysis, with which it could meet the acceptable viability of the project also will generate profitability and the appropriate funding rate as the recovery of the initial investment.

Accordingly, we recommend the implementation of this project because the results are favorable for execution.

JUSTIFICACIÓN

La vida moderna impone distintas exigencias para el ser humano en cuanto a habitabilidad de los espacios. La inclinación actual del mercado hacia las tendencias existentes en Diseño y Decoración de Interiores que ha variado con el paso del tiempo, expone entre algunos de los estilos más conocidos el Minimalista, Zen, Loft, Oriental, Rustico, Kitsch, Shabby Chic y Clásico.¹

La creación de una empresa de Diseño y Decoración de Interiores pretende cubrir las necesidades funcionales del espacio físico existente, el cual debe ser adaptado y modificado según los requerimientos y medios que posea el cliente, buscando siempre la solución más óptima y estética en la distribución espacial, funcional, tecnológica y económica.

Frente a lo señalado anteriormente, es importante resaltar que el Diseño y Decoración de Interiores se concentran en mejorar la calidad de vida del ser humano influyendo directamente sobre su psicología al brindarle ideas y opciones creativas e innovadoras para su bienestar mediante espacios útiles, acogedores, frescos, organizados, cómodos, relajados y visiblemente atractivos ya sea en los entornos doméstico, laboral, comercial, cultural o del ocio.

¹ <http://www.estiloambientacion.com.ar/tendenciasestilos.htm>: "Diccionario de Estilos de Decoración"

OBJETIVOS

Objetivo General:

Crear una empresa de Diseño y Decoración de Interiores en el Sector Norte del Cantón Quito para cubrir el mercado insatisfecho en este campo y que a su vez esta actividad represente rentabilidad para sus accionistas.

Objetivos Específicos:

- ❖ Elaborar un Estudio de Mercado sobre la oferta, demanda y competencia de los servicios de Diseño y Decoración de Interiores.

- ❖ Diseñar un Estudio Técnico para identificar la capacidad de servicio de la empresa al igual que su localización y los requerimientos necesarios para su funcionamiento eficiente.

- ❖ Determinar el plan organizacional de la empresa para evaluar la necesidad de personal idóneo, capacitado y profesional en el área de servicio que se pretende ofrecer.

- ❖ Efectuar el Estudio Financiero del proyecto para determinar su viabilidad, basándonos en los resultados de los criterios de evaluación como Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo/Beneficio (R C/B).

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO

1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado tiene como meta principal, establecer el número de consumidores aptos para adquirir los servicios que una nueva entidad empresarial desea ofrecer a través de ciertas condiciones de venta.

A través de este estudio, se pretende conocer a los consumidores que estarían dispuestos a contratar los servicios de una empresa de Diseño y Decoración de Interiores en el sector norte del cantón Quito, al igual que su valor comercial, el tipo de oferta existente en la actualidad y el mercado insatisfecho.

1.2. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Se conoce como servicio a los beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta como un bien intangible que se utiliza inmediatamente.²

Los servicios son acciones, procesos y ejecuciones intangibles de consumo simultáneo.³

En base a estos conceptos, el Diseño y Decoración de Interiores se identifica como un servicio intangible de consumo simultáneo que busca mejorar la calidad de vida de las personas a través de la optimización y adecuación de

² Meneses Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Quito, Ecuador, ESPE, 2004, pág.53

³ Zeithaml Valerie, Marketing de Servicios, México, McGraw Hill, 2002, pág.3

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

espacios físicos con un tratamiento superficial indagando en aspectos de la psicología ambiental, sociología, arquitectura y diseño de producto.

Figura 1: Diseño de Plano



Fuente: Industrial Designer, 2007

Figura 2: Sala Moderna



Fuente: Industrial Designer, 2007

1.3. CARACTERÍSTICA DEL SERVICIO

Las características del servicio de la presente investigación se resumen en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 1: Características de los servicios

CONCEPTO	SERVICIO	CARACTERISTICAS
DISEÑO y DECORACION DE INTERIORES	INTANGIBLE	<p>INSEPARABLE.- Ya que su producción no puede separarse de su consumo.</p> <p>HETEROGENEO.- Se produce única e individualmente.</p> <p>PERECEDERO.- Una vez creado, no puede guardarse. ⁴</p>

Fuente: Cateora Philip/Graham John, Marketing Internacional
Elaboración: DMM, 2009

⁴ Cateora Philip/Graham John, Marketing Internacional, Mc Graw Hill, 10ma Edición, 2000

En la actualidad, y debido a la globalización de los mercados, es un requisito indispensable que una empresa cuente con calidad y eficiencia en sus servicios además de ser una exigencia por parte del cliente.

Aplicando este razonamiento al proyecto de servicios de Diseño y Decoración de Interiores, se identifica como una necesidad indispensable el hecho de alcanzar en determinado momento una Certificación Internacional ISO9000 la cual tiene como finalidad promover el desarrollo de estándares internacionales para facilitar el intercambio de servicios de manera que represente un mejor posicionamiento de carácter estratégico frente a la competencia alcanzando ventajas competitivas como flexibilidad (disminución de tiempos), costos (precios competitivos), calidad (cumplimiento de las expectativas del cliente).⁵

Esta certificación, no garantiza una completa eliminación de fallas en el proceso interno pero ofrece métodos eficaces para determinar la causa de un problema y corregirlo evitando que se repita en el futuro.

Los servicios a ofertar por la empresa de Diseño y Decoración de Interiores, son de DISEÑO, PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE OBRA, y se encuentran concentrados en las siguientes actividades:

- a. Asesoramiento en Proyectos de Diseño y Decoración de Interiores.
- b. Dirección, realización y ejecución de obra.
- c. Provisión de productos de decoración.
- d. Paisajismo y diseño de jardines.
- e. Stands para ferias y Centros Comerciales.
- f. Escaparatismo.

La empresa contará con la infraestructura adecuada para dar una atención personalizada a los futuros clientes al igual que el recurso humano óptimamente calificado, a través del siguiente proceso:

1.- Se iniciará el servicio partiendo de un proyecto previo de Diseño o Decoración o ante-proyecto, dependiendo de las necesidades del cliente a través de una charla para identificar sus deseos, necesidades y personalidad.

Con el establecimiento de este proyecto previo, se podrán aclarar ideas, optimizar tiempo y costos abordando temas como la distribución de los espacios, colores, materiales, detalles decorativos, necesidades del ambiente, armonía estética y lo más importante: la identidad del cliente.

2.- Posterior a la aprobación del proyecto de Diseño se procederá a firmar el contrato de ejecución de obra.

3.- La ejecución de la obra dependerá del tipo de trabajo a realizarse y será entregada en el tiempo establecido y con los materiales solicitados por el cliente.

4.- Al finalizar el proyecto de Diseño, se procederá a entregar el proyecto semi-terminado para asesorar al cliente en la etapa final de Decoración siempre que así lo requiera, garantizando de esta forma que la compra de materiales, objetos y muebles estén acordes al ambiente reformado y a sus expectativas.

1.3.1. Clasificación de servicios

En el siguiente cuadro, se puede observar los tipos de servicios existentes de acuerdo a la actividad que se realiza:

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 2: Clasificación de los servicios

TRANSPORTES	Ferroviario, pasajeros local e interurbano, terrestre y almacenes, distribución de agua, transporte aéreo, tuberías excepto las de gas natural.
COMUNICACIONES	Telefonía y telégrafos, transmisiones de radio y televisión.
SERVICIOS DE ENERGIA	Eléctrica, gas y sanitarios.
COMERCIO	Al mayoreo y menudeo
FINANCIEROS	Seguros, bienes raíces, instituciones de depósito, instituciones financieras, corredores de valores, sociedades instrumentales y otras compañías de inversión.
OTROS SERVICIOS	Hoteles, servicios personales, servicios empresariales, reparación, servicio y estacionamiento de automóviles, servicios diversos de reparación, cinematografía, servicios de recreación y esparcimiento, servicios de salud, servicios legales, servicios educativos, servicios sociales, organizaciones y asociaciones, servicios diversos, servicios domésticos privados.
GUBERNAMENTALES	Federales, estatales y locales

Fuente: Valarie A. Zeithaml, Marketing de Servicios
Elaboración: DMM, 2009

Cuando un cliente accede a contratar el servicio de Diseño y Decoración, el efecto que se pretenderá lograr en él será:

Confort: El nuevo espacio generará al cliente mayor funcionalidad y comodidad.

Satisfacción: Un nuevo ambiente influirá positivamente en el estado de ánimo y psicología del cliente, además de haber logrado una buena inversión con su dinero.

Imagen: Por tener un espacio atractivo visualmente que identifica su personalidad y estilo de vida.

1.3.2. Servicios Complementarios

Se conoce como complementario al servicio que pretende completar o mejorar un servicio principalmente prestado por una empresa.

De esta forma, el servicio de Diseño es complementado por el servicio de Decoración el mismo que se hace presente a través del mobiliario, iluminación, objetos decorativos, cortinas, etc.

Gráfico No. 3: Mobiliario



Fuente: Industrial Designer, 2007

Gráfico No. 4: Iluminación



Fuente: Industrial Designer, 2007

1.3.3 Normatividad Técnica y Comercial.

Para establecer formalmente la empresa de Diseño y Decoración Interior, se necesita cumplir con varios requisitos legales y tributarios en las Instituciones correspondientes, así:

- Superintendencia de Compañías:
 - Aprobación del Nombre
 - Tres escrituras

- Copias de cédula de identidad (accionistas o socios)
- Papeleta de votación (accionistas o socios)

Esto ingresa con:

- Nombres completos
- Numero de cedula
- Dirección Completa (oficina)
- Numero de teléfono (oficina)⁶

➤ Servicio de Rentas Internas (S.R.I)

(FAVOR VER ANEXO 1: **CODIFICACION DE LA LEY DEL RUC**)

- Registro Único de Contribuyentes (R.U.C)⁷

➤ Municipio de Quito:

(FAVOR VER ANEXO 2: **REQUISITOS PARA PROYECTOS, MODIFICATORIOS, AMPLIATORIOS Y ACTUALIZACIONES DE EDIFICACIONES EXISTENTES**)

- Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Registro de Planos Arquitectónicos⁸

1.4 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL

En el análisis de la demanda, se pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto.

⁶ www.supercias.gov.ec, Superintendencia de Compañías, Requisitos para constitución de una empresa nueva

⁷ www.sri.gov.ec, Servicio de Rentas Internas, Codificación de la Ley del Registro Único de Contribuyentes

⁸ www.quito.gov.ec, Municipio del D.M de Quito, Guia de Trámites, Gestión Urbana por Adm., Zonal

La demanda se asocia a distintos niveles de precios y condiciones de venta y se proyecta en el tiempo, independizando la demanda esperada de la deseada.⁹

1.4.1 Metodología de la Investigación de Campo

El tipo de investigación que se aplicará será la *Exploratoria* puesto que conforme avanza el estudio de este proyecto se irán adquiriendo nuevas ideas y conocimientos en donde se emplearán los siguientes tipos de estudio:

Encuestas.- Dirigida a diferentes los potenciales clientes con el fin de identificar sus necesidades, y preferencias acerca del servicio.

Entrevista con expertos.- Realizar entrevistas a expertos en al ámbito del Diseño y Decoración Interior al igual que en Arquitectura.¹⁰

1.4.1.1 Segmentación de mercado

Se conoce como Segmentación de Mercado es la tarea de dividir el mercado en grupos con características homogéneas, siendo así una herramienta estratégica para dirigir con mayor precisión los esfuerzos, además de optimizar recursos y lograr mejores resultados.¹¹

1.4.1.2 Segmento Objetivo

Los segmentos de mercado se forman al agrupar a los clientes que comparten características comunes que de alguna manera, son significativas

⁹ Meneses Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Quito, Ecuador, ESPE, 2004, pág. 56

¹⁰ Malhotra Naresh, Investigación de Mercados – Un enfoque práctico, Pearson Education, 2003, pág.88

¹¹ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

para el diseño, la entrega, la promoción o la determinación del precio del servicio.¹²

Para segmentar el mercado del proyecto de Diseño y Decoración de Interiores, se ha tomado en cuenta las siguientes bases o variables como se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 3: Segmentación de Mercado para una empresa de Diseño y Decoración de Interiores

VARIABLES GEOGRAFICAS	País: Ecuador Provincia: Pichincha Ciudad: Quito Parroquia: Iñaquito
VARIABLES DEMOGRAFICAS	Personas: Naturales o Jurídicas Nivel de Ingresos: Superior a 500usd mensuales Edad: Entre 25 y 70 años Actividad: Indeterminada
VARIABLES CONDUCTUALES	Personalidad: Estilo de vida Criterio: Gustos y preferencias

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

¹² Zeithaml Valerie, Marketing de Servicios, Mexico, McGraw Hill, 2002, pág.184

1.4.1.3 Tamaño del Universo

Para conocer el tamaño del universo, se considerará el número de familias y negocios existentes en la Parroquia Iñaquito en el sector Norte de la ciudad de Quito.

Lo anteriormente expuesto, se detalla a continuación en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 3.1: Tamaño del Universo

POBLACIÓN		
U N I V E R S O	FAMILIAS	NEGOCIOS
	PARROQUIA IÑAQUITO	PARROQUIA IÑAQUITO
	13085	273

Fuente: Ilustre Municipio de Quito y Cámara de la Pequeña y Mediana Industria de Pichincha
Elaboración: Dayana Moncayo, 2009

1.4.1.4 Prueba Piloto

Consiste en la realización de determinado número de encuestas al segmento de interés con el propósito de verificar si el cuestionario ha sido correctamente elaborado y si es claro tanto para el encuestador como para los encuestados además de verificar el tiempo que se requiere para ello.

1.4.1.5 Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, consideraremos los siguientes valores:

Donde:

$$z \text{ (Valor de la curva normal de acuerdo a la confiabilidad)} = 90\% = 1.64$$

$$e \text{ (Margen de error)} = 10\% = 0.1$$

$$P \text{ (Exito o aprobación)} = 60\% = 0.6$$

$$Q \text{ (Fracaso)} = 40\% = 0.4$$

Familias Parroquia Iñaquito:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot P \cdot Q}{e^2(N - 1) + z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{13085(1.64)^2(0.6)(0.4)}{(0.1)^2(13085 - 1) + (1.64)^2(0.6)(0.4)}$$

$$n = \frac{13085(2.69)(0.24)}{(0.01)(13084) + 2.69(0.24)}$$

$$n = \frac{8447.68}{130.84 + 0.65} = \frac{8447.68}{131.49}$$

$$n = 64.25$$

Negocios Parroquia Iñaquito:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot P \cdot Q}{e^2(N - 1) + z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{273(1.64)^2(0.6)(0.4)}{(0.1)^2(273 - 1) + (1.64)^2(0.6)(0.4)}$$

$$n = \frac{273(2.69)(0.24)}{(0.01)(272) + 2.69(0.24)}$$

$$n = \frac{176.25}{2.72 + 0.65} = \frac{176.25}{3.37}$$

$$n = 52.30$$

1.4.1.6 Elaboración del Cuestionario

Sistematización de la Prueba Piloto:

La encuesta piloto tiene 22 preguntas las mismas que fueron aplicadas a 10 personas con el objetivo de validar la misma.

Una vez realizado el trabajo de campo se evidenció que la encuesta que contiene preguntas cada una de ellas de opción múltiple, fue clara y directa ya que las personas encuestadas contestaron sin inconveniente alguno. Es decir, que el cuestionario respondió a cada uno de los objetivos de la investigación de mercado.

Por otro lado, es importante señalar que si hicieron las siguientes modificaciones:

- La pregunta No. 4 fue reemplazada, quedando finalmente así:

Qué tipo de actividad económica realiza?

- a) Empleado
- b) Negocio propio
- c) Otro:

Especifique: _____

- Se eliminó la pregunta No. 6 y adicionó una pregunta primordial referente al nivel de ingresos, que es la No. 5 :

Aproximadamente, cuál es nivel de ingresos mensual?

- a) Menos de \$500
- b) \$600 a \$1000
- c) \$1000 a \$1500
- d) Más de \$2000

- Se reemplazó las pregunta 7 por la siguiente pregunta:

El servicio contratado fue:

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno / Regular
- d) Ninguno

- Se reemplazó la pregunta 8 por la siguiente pregunta:

Indique el nombre de una empresa de Diseño y Decoración de Interiores que conozca:_____

- Se modificó la pregunta No.10 sintetizándose así:

“ Con qué finalidad?”

- a) Cambio de ambiente
- b) Imagen
- c) Incrementar ventas
- d) Ninguno

- Se eliminaron las preguntas 19, 20, 21 y 22 debido a que eran redundantes y no ofrecían información notable.

A lo señalado anteriormente se pudo identificar de forma precisa la pregunta P y Q que en el presente cuestionario es la No. 11 y dice así:

“ En el futuro, le gustaría contratar un servicio de Diseño y Decoración de Interiores?”

- a) Si
- b) No

El 60% de los encuestados respondió afirmativamente mientras que el 40% lo hizo de forma negativa.

El cuestionario definitivo se resumió en 18 preguntas finales.

En función de lo anteriormente descrito, se realizó el trabajo de campo respectivo aplicando al tamaño de la muestra obtenido.

(FAVOR VER ANEXO 3: *ENCUESTA PILOTO*)

- **Procesamiento de Datos: Codificación y Tabulación**

Para el procesamiento de la información obtenida mediante la encuesta realizada se utilizará el programa Microsoft Excel que ayudará a la tabulación de la información que posteriormente será analizada.

- **Cuadros de salida, presentación y análisis de los resultados.**

Los rangos de edad de los encuestados van desde los 25 años hasta más de 55 años, con lo que la mayor parte se concentra en individuos de entre 36 y 46 años, representando el 39%, como se demuestra en el siguiente cuadro:

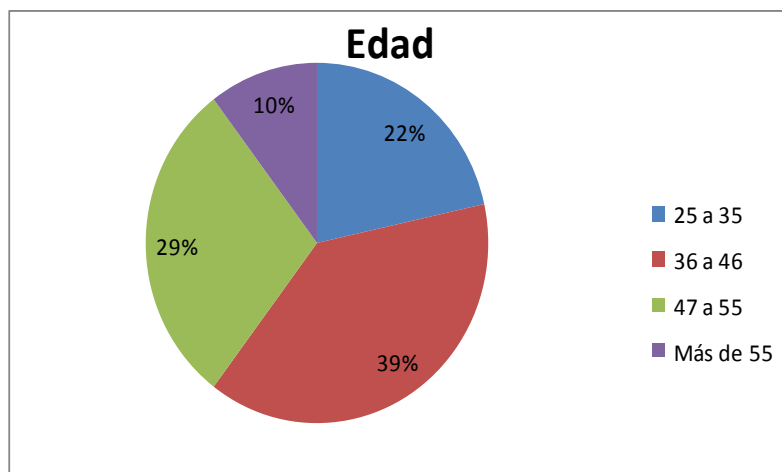
PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 4: Pregunta 1

Pregunta 1: En qué rango de edad se encuentra?			
Variable: Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
25 a 35	25	21,55%	21,55%
36 a 46	45	38,79%	38,79%
47 a 55	34	29,31%	29,31%
Más de 55	12	10,34%	10,34%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

Gráfico No. 1: Edad



Fuente: Investigación Directa de Campo
Elaborado por: DMM, 2009

El 54% de los encuestados son de género masculino, mientras que el 45% representan al género femenino, como se demuestra en el siguiente cuadro:

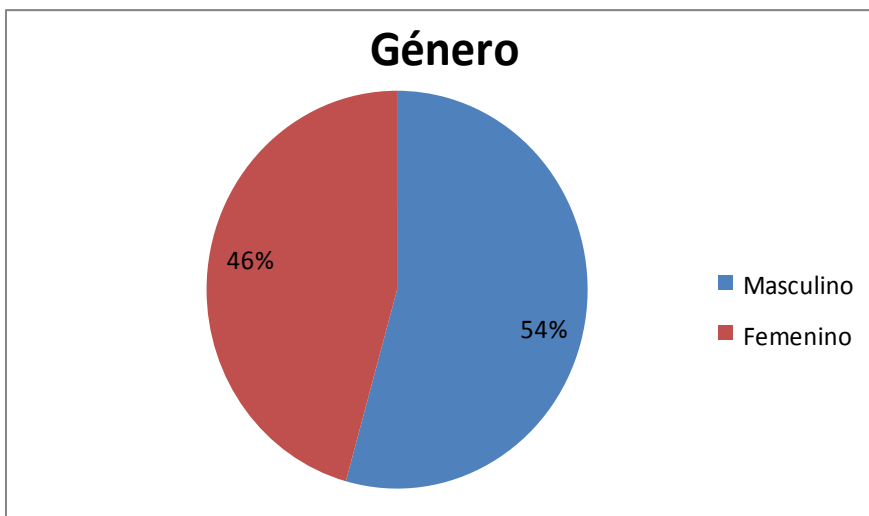
Cuadro No. 5: Pregunta 2

Pregunta 2:Cuál es su Género			
Variable: Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Masculino	63	54,31%	54,31%
Femenino	53	45,69%	45,69%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.2: Género



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

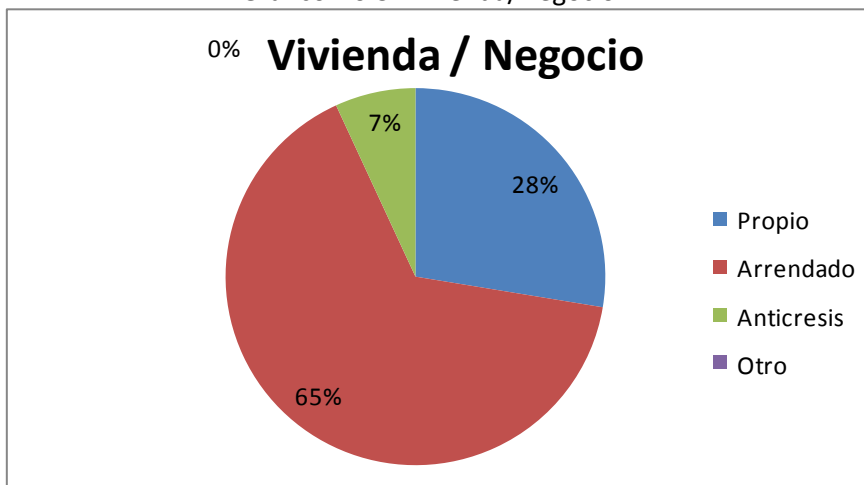
El 65% de los encuestados respondieron que su vivienda o negocio es arrendado, mientras que el 28% poseen vivienda propia y tan solo un 7% vive o tiene su negocio en anticresis, como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 6: Pregunta 3

Pregunta 3: Su vivienda o negocio es:			
Variable: Vivienda/Negocio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Propio	32	27,59%	27,59%
Arrendado	76	65,52%	65,52%
Anticresis	8	6,90%	6,90%
Otro	0	0,00%	0,00%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

Gráfico No.3: Vivienda/Negocio



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

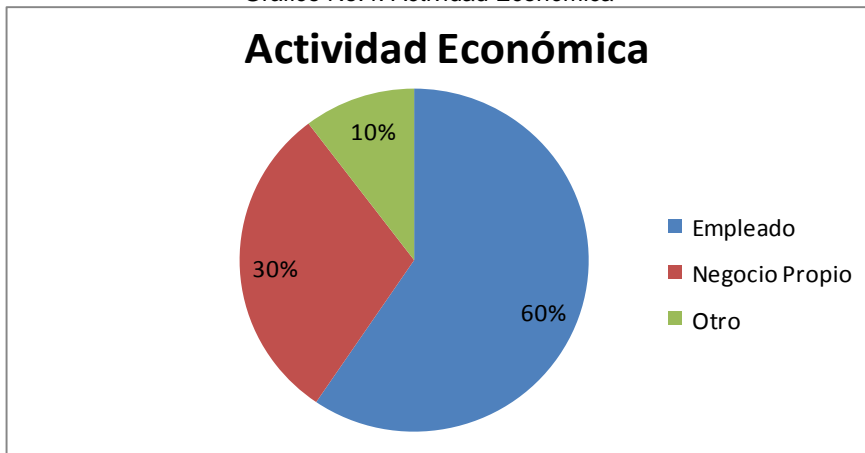
El 60% de los encuestados son empleados privados o públicos, el 30% posee un negocio propio, mientras que existe un 10% de personas encuestadas que tienen otras actividades como amas de casa o jubilados, como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 7: Pregunta 4

Pregunta 4: Qué tipo de actividad económica realiza?			
Variable: Activ. Económica	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Empleado	69	59,48%	59,48%
Negocio Propio	35	30,17%	30,17%
Otro	12	10,34%	10,34%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

Gráfico No.4: Actividad Económica



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

El 55% de los ingresos mensuales de los encuestados se encuentran concentrados en menos de 500usd, mientras que el 16% corresponde a personas que perciben ingresos de entre 600usd y 1000usd. El 10% son personas que reciben ingresos de entre 1000usd y 1500usd. Finalmente el 55% tienen ingresos superiores a 2000usd debido a que representan tanto a personas naturales como a negocios y oficinas, como se demuestra en el siguiente cuadro:

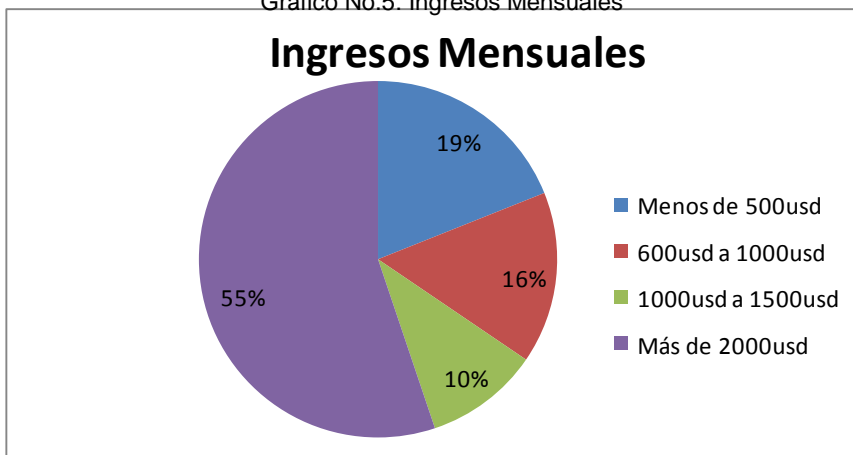
Cuadro No. 8: Pregunta 5

Pregunta 5: Aproximadamente cuál es su nivel de ingresos mensual?			
Variable: Ingresos Mensuales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Menos de 500usd	22	18,97%	18,97%
600usd a 1000usd	18	15,52%	15,52%
1000usd a 1500usd	12	10,34%	10,34%
Más de 2000usd	64	55,17%	55,17%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.5: Ingresos Mensuales



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

Del total de encuestados el 41% ha contratado en alguna ocasión el servicio de Diseño y Decoración de Interiores mientras que el 59% jamás lo ha hecho, como se demuestra en el siguiente cuadro:

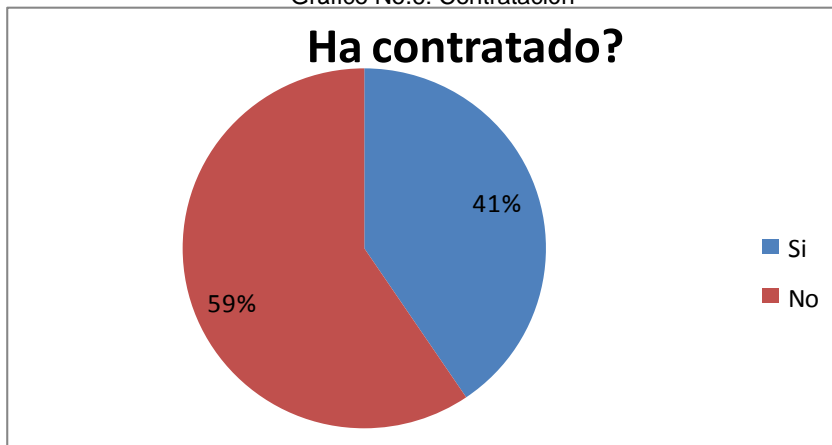
Cuadro No. 9: Pregunta 6

Pregunta 6: Ha contratado en alguna ocasión el servicio de Diseño y Decoración de Interiores?			
Variable: Contratación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Si	47	40,52%	40,52%
No	69	59,48%	59,48%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.6: Contratación



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

El 12% de los encuestados afirma haber contratado el servicio de Diseño y Decoración de Interiores calificándolo como excelente, el 19% lo califica como muy bueno, un 9% indica que el servicio es bueno con tendencia regular y el 59% corresponde a servicios no contratados, como se demuestra en el siguiente cuadro:

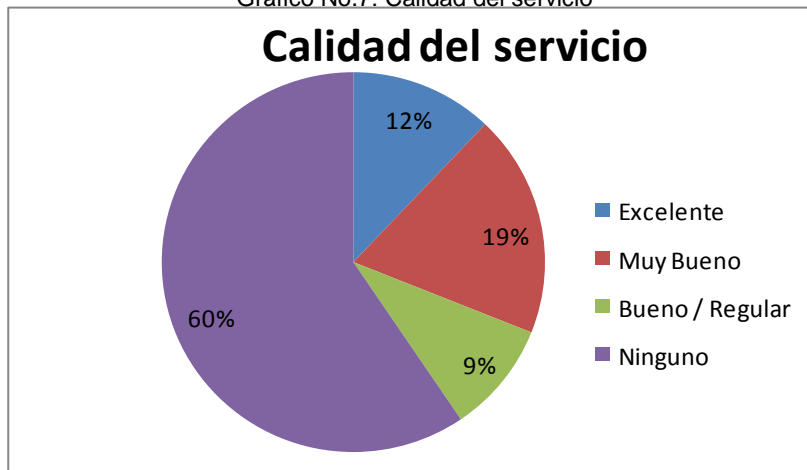
Cuadro No. 10: Pregunta 7

Pregunta 7: El servicio contratado fue:			
Variable: Calidad del servicio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Excelente	14	12,07%	12,07%
Muy Bueno	22	18,97%	18,97%
Bueno / Regular	11	9,48%	9,48%
Ninguno	69	59,48%	59,48%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.7: Calidad del servicio



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

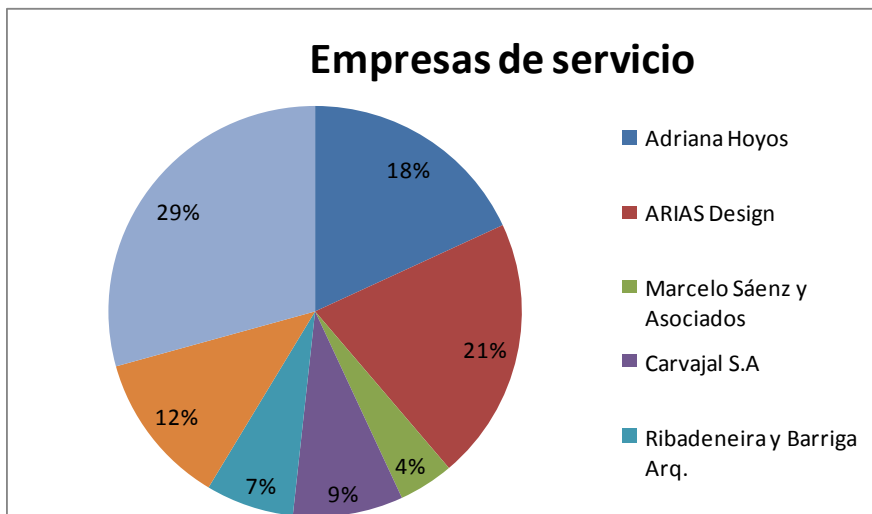
En referencia al conocimiento de los encuestados sobre empresas que se desempeñen en el área de Diseño y Decoración, se obtuvo un 21% que reconoce a ARIAS DESIGN, un 18% a ADRIANA HOYOS, un 9% a la empresa CARVAJAL, un 7% a la empresa RIBADENEIRA & BARRIGA, un 4% a la empresa MARCELO SAENZ y un 29% no conoce a ninguno, como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 11: Pregunta 8

Pregunta 8: Indique el nombre de una empresa de Diseño y Decoración de Interiores que conozca			
Variable: Empresas de servicio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Adriana Hoyos	21	18,10%	18,10%
ARIAS Design	24	20,69%	20,69%
Marcelo Sáenz y Asociados	5	4,31%	4,31%
Carvajal S.A	10	8,62%	8,62%
Ribadeneira y Barriga Arq.	8	6,90%	6,90%
Otros	14	12,07%	12,07%
Ninguno	34	29,31%	29,31%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

Gráfico No.8: Empresas de Diseño y Decoración



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

El 29% de los encuestados ha contratado el servicio de Diseño y Decoración hace 1- 5 años, el 7% lo ha hecho hace 6-10 años y el 4% hace más de 10 años. Es importante señalar que el 60% jamás ha contratado este tipo de servicio, como se demuestra en el siguiente cuadro:

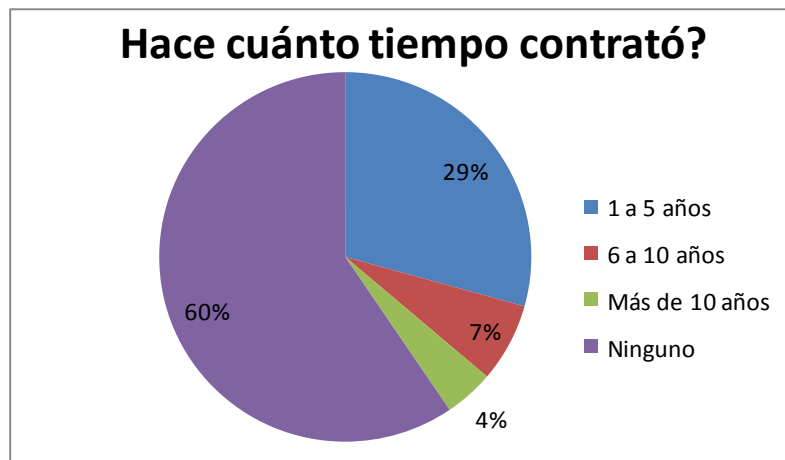
Cuadro No. 12: Pregunta 9

Pregunta 9: Hace cuanto tiempo contrató?			
Variable: Tiempo contratación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
1 a 5 años	34	29,31%	29,31%
6 a 10 años	8	6,90%	6,90%
Más de 10 años	5	4,31%	4,31%
Ninguno	69	59,48%	59,48%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.9: Histórico de Contratación



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

La principal finalidad de las personas al contratar un servicio de Diseño y Decoración de Interiores, radica en el cambio de ambiente representado por un 19%. El incremento en ventas representa un 18%, el 3% lo hace por imagen y el 59% no representa finalidad alguna puesto que corresponde a las personas encuestadas que jamás han contratado este servicio, como se demuestra en el siguiente cuadro:

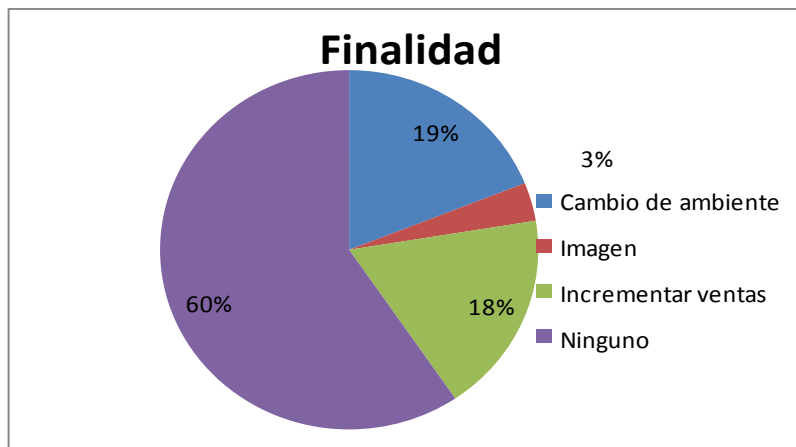
Cuadro No. 13: Pregunta 10

Pregunta 10: Con qué finalidad?			
Variable: Finalidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Cambio de ambiente	22	18,97%	18,97%
Imagen	4	3,45%	3,45%
Incrementar ventas	21	18,10%	18,10%
Ninguno	69	59,48%	59,48%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.10: Finalidad



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

El 82% de los encuestados si está dispuesto a contratar el servicio de Diseño y Decoración de Interiores en algún momento, mientras que el 18% no lo haría, como se demuestra en el siguiente cuadro:

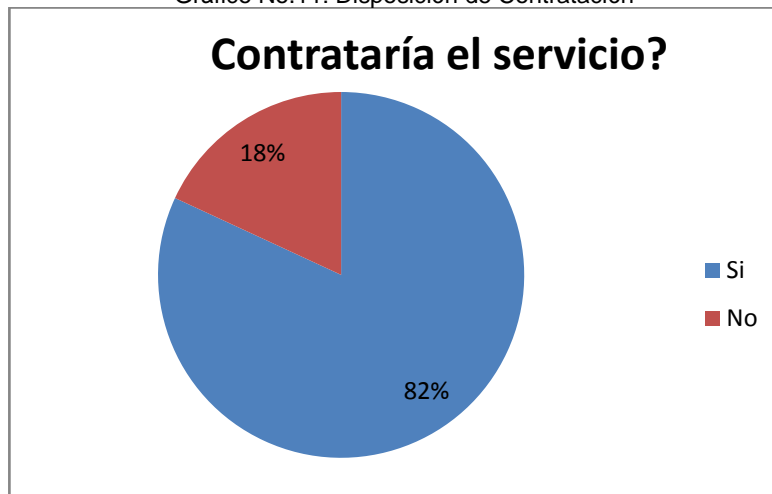
Cuadro No. 14: Pregunta 11

Pregunta 11: En el futuro, le gustaría contratar un servicio de Diseño y Decoración de Interiores?			
Variable: Disposición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Si	95	81,90%	81,90%
No	21	18,10%	18,10%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.11: Disposición de Contratación



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

El 34% de los encuestados desearía contratar el servicio de Diseño y Decoración de Interiores basándose en la creatividad del proveedor, el 21% en la calidad del servicio, un 16% se orienta hacia los precios convenientes y finalmente un 29% no posee ningún criterio en referencia a este tema pues no contrataría el servicio, como se demuestra en el siguiente cuadro:

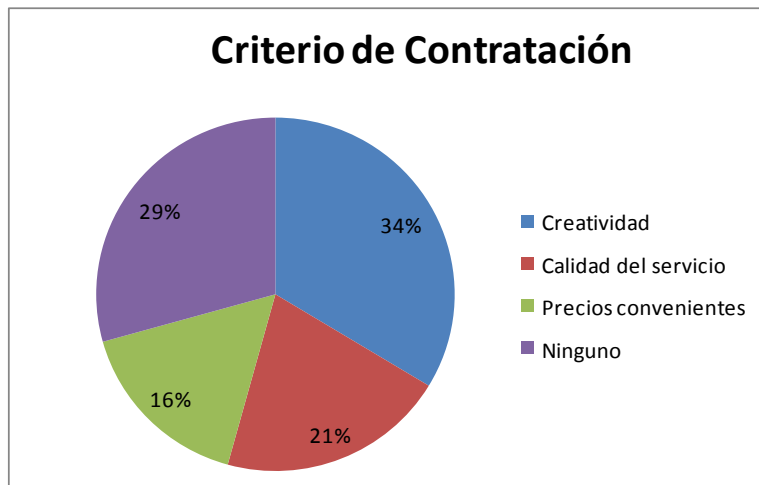
Cuadro No. 15: Pregunta 12

Pregunta 12: Qué criterio utilizaría para contratar un servicio de Diseño y Decoración de Interiores?			
Variable: Criterio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Creatividad	39	33,62%	33,62%
Calidad del servicio	24	20,69%	20,69%
Precios convenientes	19	16,38%	16,38%
Ninguno	34	29,31%	29,31%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.12: Criterio de Contratación



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

El 26% de encuestados se inclina hacia contratar a un Diseñador de Interiores; el 35% lo hace por un Arquitecto, el 9% contrataría otro tipo de profesional y el 29% no contrataría a ninguno de ellos, como se demuestra en el siguiente cuadro:

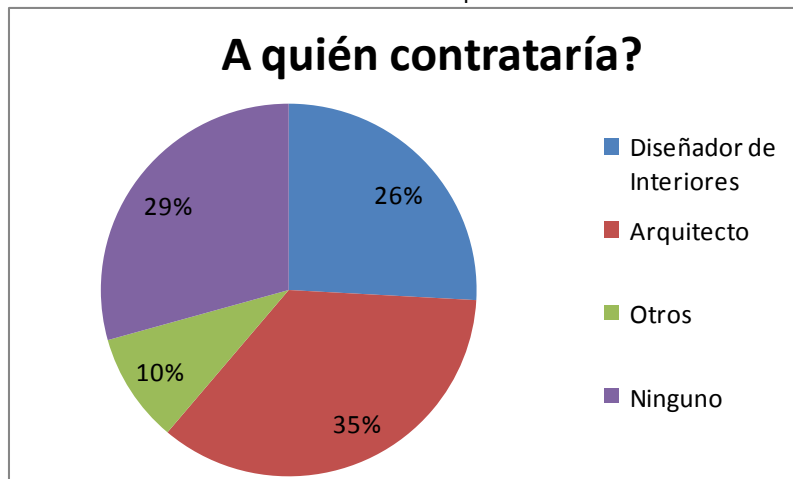
Cuadro No. 16: Pregunta 13

Pregunta 13: A quién contrataría para el servicio de Diseño y Decoración de Interiores?			
Variable: A quién contrataría?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Diseñador de Interiores	30	25,86%	25,86%
Arquitecto	41	35,34%	35,34%
Otros	11	9,48%	9,48%
Ninguno	34	29,31%	29,31%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.13: Contratación profesional



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

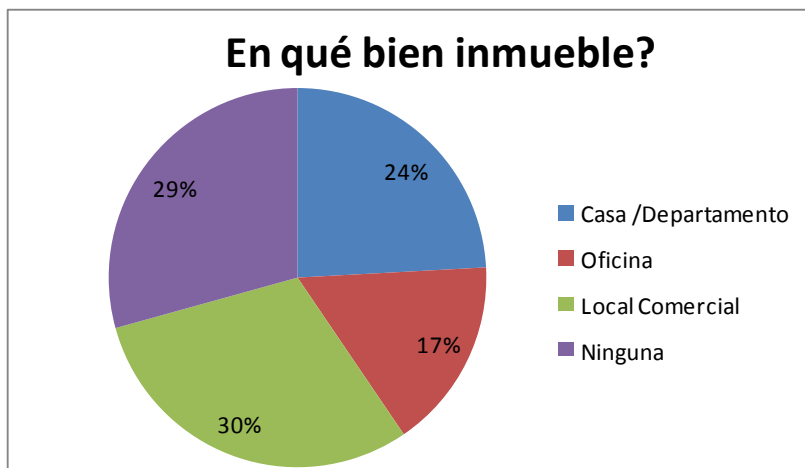
Al 24% de encuestados le gustaría emplear el servicio de Diseño y Decoración en su casa o departamento, el 17% desearía hacerlo en su oficina y el 30% en Locales Comerciales, mientras que existe un 29% que no haría ninguna adecuación en inmueble alguno, como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 17: Pregunta 14

Pregunta 14: En qué bien inmueble desearía emplear servicios de Diseño y Decoración?			
Variable: En qué bien inmueble?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Casa /Departamento	28	24,14%	24,14%
Oficina	19	16,38%	16,38%
Local Comercial	35	30,17%	30,17%
Ninguna	34	29,31%	29,31%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

Gráfico No.14: Bien inmueble



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

El 35% de encuestados posee un inmueble de entre 50-120 m², existe un 28% de personas con inmuebles de 120-200 m² y un 8% con inmuebles de más de 200 m². El 29% restante corresponde a personas que no dieron información referente a la posesión de un inmueble, como se demuestra en el siguiente cuadro:

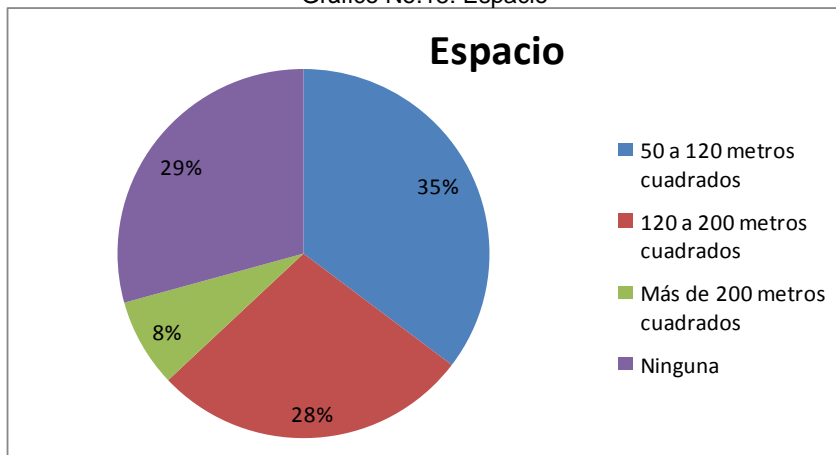
Cuadro No. 18: Pregunta 15

Pregunta 15: Mencione el espacio en metros cuadrados de su inmueble:			
Variable: Espacio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
50 a 120 metros cuadrados	41	35,34%	35,34%
120 a 200 metros cuadrados	32	27,59%	27,59%
Más de 200 metros cuadrados	9	7,76%	7,76%
Ninguna	34	29,31%	29,31%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.15: Espacio



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

El 60% de los encuestados posee un inmueble en el Norte de la ciudad en el cual desearía emplear un servicio de Diseño y Decoración, el 3% lo tienen en el Centro-Sur de la ciudad y el 8% en los Valles de la ciudad. El 29% de encuestados no desea emplear este servicio, como se demuestra en el siguiente cuadro:

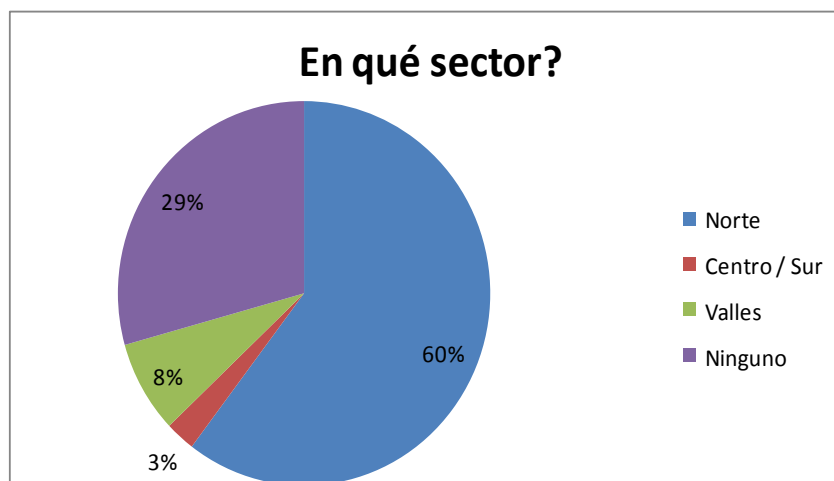
Cuadro No. 19: Pregunta 16

Pregunta 16: En qué sector se encuentra su inmueble?			
Variable: Sector	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Norte	70	60,34%	60,34%
Centro / Sur	3	2,59%	2,59%
Valles	9	7,76%	7,76%
Ninguno	34	29,31%	29,31%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.16: Sector



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

En referencia al presupuesto para contratar el servicio, el 44% dispone de entre 3.000-10.000usd, existe un 19% que podría invertir más de 10.000usd, un 8% hasta 2.000usd y un 29% que no contrataría el servicio, como se demuestra en el siguiente cuadro:

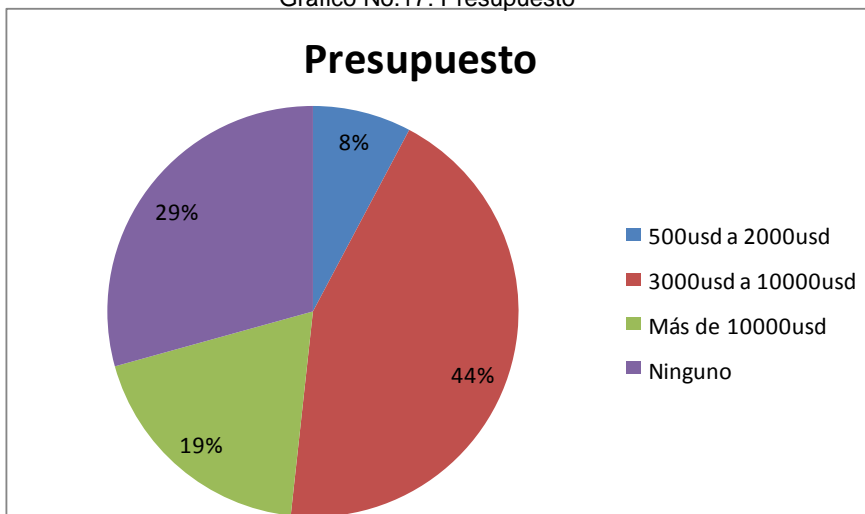
Cuadro No. 20: Pregunta 17

Pregunta 17:Cuál sería su presupuesto para contratar un servicio de Diseño y Decoración de Interiores?			
Variable: Presupuesto	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
500usd a 2000usd	9	7,76%	7,76%
3000usd a 10000usd	51	43,97%	43,97%
Más de 10000usd	22	18,97%	18,97%
Ninguno	34	29,31%	29,31%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No.17: Presupuesto



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

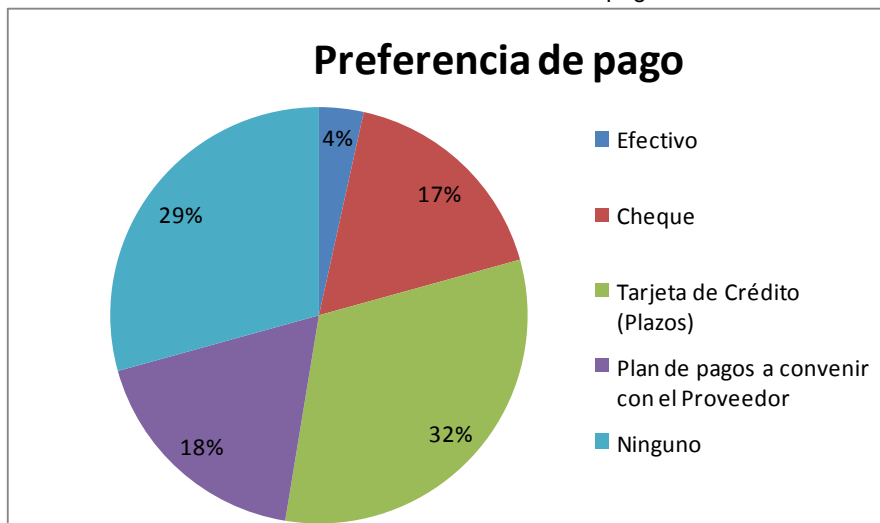
Las preferencias de pago son del 32% para pagos con tarjetas de crédito, el 18% desearía hacer un plan de pagos a convenir con el proveedor del servicio, el 17% prefiere cheque y tan solo un 4% efectivo, mientras que un 29% no contrataría el servicio, como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 21: Pregunta 18

Pregunta 18: Su preferencia de pago para el servicio de Diseño y Decoración es:			
Variable: Preferencia de pago	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Efectivo	4	3,45%	3,45%
Cheque	20	17,24%	17,24%
Tarjeta de Crédito (Plazos)	37	31,90%	31,90%
Plan de pagos a convenir con el Proveedor	21	18,10%	18,10%
Ninguno	34	29,31%	29,31%
TOTAL	116	100,00%	100,00%

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

Gráfico No.18: Preferencia de pago



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

Cruce de Variables:

Para determinar la influencia de una variable sobre otra o su grado de relación, se procedió a realizar el cruce de variables con la finalidad de darle mayor sustento científico al estudio de mercado, como se demuestra a continuación:

Cuadro No. 22: Variable Ingresos vs. Contratación del Servicio

Ingresos Mensuales	Contrataría?:		TOTAL
	Si	No	
Menos de 500usd	0	22	22
600usd a 1000usd	7	5	12
1000usd a 1500usd	15	3	18
Más de 2000usd	60	4	64
TOTAL	82	34	116

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 23: Tipo de vivienda vs. Metros cuadrados

Bien Inmueble	Espacio en Metros cuadrados				TOTAL
	50 a 120 M ²	120 a 200 M ²	Más de 200 M ²	Ninguna	
Casa /Departamento	13	11	4	0	28
Oficina	12	6	1	0	19
Local Comercial	16	15	4	0	35
Ninguna	0	0	0	34	34
TOTAL	41	32	9	34	116

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

1.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende por Demanda a aquella cantidad de un determinado servicio que una población solicita o requiere a diferentes niveles de precios.¹³

1.5.1 Clasificación

La Demanda se puede clasificar de acuerdo a diferentes puntos de vista, así:

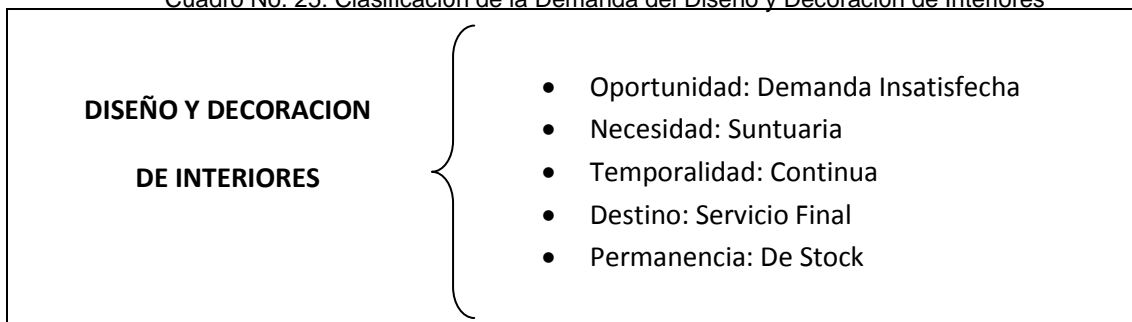
Cuadro No. 24: Clasificación de la Demanda

OPORTUNIDAD	<p>* Demanda Insatisfecha (La oferta <i>no</i> alcanza a cubrir los requerimientos del mercado)</p> <p>* Demanda Satisfecha (La oferta <i>sí</i> cubre los requerimientos del mercado)</p> <p> { - Saturada : No crece - No Saturada: Crece a través de publicidad o marketing. </p>
NECESIDAD	<p>* Básica: Requerimiento ineludible de determinado servicio.</p> <p>* Suntuaria: Satisfacción de un gusto.</p>
TEMPORALIDAD	<p>* Continua: Permanente</p> <p>* Cíclica/Estacional: No permanente</p>
DESTINO	<p>* Servicios Finales: Adquiridos para uso directo</p> <p>* Servicios Intermedios: Requeridos para la creación de otro servicios</p>
PERMANENCIA	<p>* De Flujo: De carácter permanente de acuerdo a la tecnología.</p> <p>* De Stock: De carácter finito de acuerdo a la tecnología.</p>

Fuente: Preparación y Evaluación de Proyectos – Nassir y Reinaldo Sapag Chain, pág.82
Elaboración: DMM, 2009

En lo referente al proyecto de estudio de Diseño y Decoración de Interiores, su demanda se clasifica de la siguiente manera, como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 25: Clasificación de la Demanda del Diseño y Decoración de Interiores



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: DMM, 2009

1.5.2 Factores que afectan a la Demanda

Dentro de los factores que afectan a la demanda para este proyecto de Diseño y Decoración, podemos mencionar:

- Ingresos del cliente.
- Cantidad de clientes.
- Precios de los servicios complementarios.
- Crecimiento de la población y de los negocios.
- Crecimiento del sector de la construcción.
- Gustos y preferencias.

a) Tamaño y crecimiento de la población y negocios

La demanda del servicio de Diseño y Decoración de Interiores, se ve notablemente afectada por el crecimiento tanto de la población (familias) como de los negocios en la Parroquia Iñaquito de acuerdo al siguiente cuadro:

Cuadro No. 26: Tamaño y Crecimiento de la Población de la Parroquia Iñaquito

TAMAÑO Y CRECIMIENTO ANUAL DE LA POBLACION DE LA PARROQUIA IÑAQUITO		
SECTOR	POBLACION	PORCENTAJE APROX. CRECIMIENTO ANUAL
Familias	13085	2%
Negocios	273	4%

Fuente: Ilustre Municipio de Quito y Cámara de la Pequeña y Mediana Industria de Pichincha
Elaboración: DMM, 2009

b) Tamaño y crecimiento del sector de la construcción.

Según el INEC durante el año 2005, del total de permisos otorgados para la construcción, aproximadamente el 3% de éstos, fue otorgado para reconstrucciones y remodelaciones, coincidiendo así con el porcentaje anual de crecimiento de este sector en el Norte de Quito, considerado como el centro financiero de la ciudad.

Como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 27: Crecimiento de la Construcción en Iñaquito

CRECIMIENTO ANUAL DEL SECTOR DE LA CONTRUCCION EN LA PARROQUIA IÑAQUITO	
SECTOR	PORCENTAJE APROX. DE CRECIMIENTO ANUAL
Construcción	3%

Fuente: INEC, 2007

Elaborado por: DMM, 2009

c) Hábitos de consumo

Los hábitos de consumo de los clientes influyen directamente sobre la demanda del servicio por lo cual debe considerarse el nivel de vida de los clientes y el ambiente en el cual se desenvuelven.

Los hábitos de consumo varían de acuerdo al sector donde se encuentra ubicada la población.

Normalmente en la Parroquia Iñaquito, los clientes que manifestaron haber utilizado servicios de Diseño y Decoración en alguna ocasión o que desearían hacerlo en un futuro, son familias con un nivel económico medio alto cuyos ingresos superan los 1000usd mensuales y comercios constituidos legalmente.

Para las familias, el Diseño en planos es el principal servicio requerido puesto que consideran necesaria la planificación por parte de un profesional que pueda interpretar sus deseos y necesidades de forma práctica y funcional sin ser necesariamente la Decoración parte de ello porque piensan que pueden hacerlo ellas mismas.

Para los negocios en cambio, su principal demanda de servicio radica en el Diseño acompañándolo necesariamente de la Decoración ya que la estética y funcionalidad son su principal requerimiento para lograr atraer mayor cantidad de clientes.

d) Gustos y preferencias

En cuanto a gustos y preferencias varían de acuerdo al estilo de vida de cada cliente y también de acuerdo a las tendencias que salen al mercado en cada temporada.

Para las familias, los estilos más solicitados son:

Cuadro No. 28: Estilos en Diseño y Decoración

ESTILO DE DISEÑO	DESCRIPCION
CLASICO	Está conformado por materiales clásicos que dan calor y confort apoyándose en decorados como plantas, cornisas, cortinas gruesas, etc.
RUSTICO	Utiliza materiales nobles y naturales poco tratados aplicados a objetos como a pisos y paredes.
MINIMALISTA	Se caracteriza por la simplicidad de sus formas, con ausencia de ornamentos, disposición ordenada de elementos, acabados finos y colores neutros.

Fuente: www.estiloambientacion.com.ar
Elaboración: DMM, 2009

En cambio, los negocios rigen su decisión de acuerdo al tipo de actividad que desempeñan basándose principalmente en la imagen de su marca.

1.5.3 Análisis Histórico de la Demanda

Para analizar la Demanda Histórica del servicio de Diseño y Decoración de Interiores, se tomará la información solicitada tanto al INEC como al Colegio de Arquitectos de Quito, discriminándola de acuerdo a los Quintiles 3 (ingresos entre \$1646.28 a \$2469.70) Quintil 4 (ingresos entre \$2471.02 a \$4066.29) y Quintil 5(ingresos entre \$4067.66 a \$22289.88):

Cuadro No. 29: Casas, Villas y Departamentos por Quintiles de la Parroquia Iñaquito

PARROQUIA IÑAQUITO	
Año	No. Casas, Villas y Departamentos (Q3+Q4+Q5)
2001	3123
2003	3265
2005	3407
2007	3720

Fuente: Cámara de la Construcción de Quito
Elaboración: DMM, 2009

Gráfico No. 19: Histórico de Viviendas Iñaquito



Fuente: Cámara de la Construcción de Quito
Elaboración: DMM, 2009

1.5.4 Demanda actual del servicio: interna

Para el cálculo de la Demanda actual del servicio de Diseño y Decoración de Interiores en la ciudad de Quito, se tomó en cuenta el número de viviendas y departamentos existentes en la Parroquia Iñaquito al año 2007.

También se incluyó el porcentaje de encuestados dispuestos a contratar este servicio, el mismo que de acuerdo al trabajo de campo, fue del 82% tal como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 30: Demanda Actual del Servicio de Diseño y Decoración de Interiores

Año	Casas, Villas, Dptos.	(%) Contratación futura	DEMANDA ACTUAL
2007	3720	82%	3050

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

1.5.5 Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda se realiza para determinar el monto del consumo futuro a lo largo de la vida útil del proyecto.

El método a utilizarse es el Modelo Causal a través de la siguiente fórmula:

$$TC = \sqrt[n-1]{\frac{UV}{VA}} - 1$$

Donde:

TC= Tasa de crecimiento

UV= Ultimo valor

VA= Valor anterior

n= Tamaño de la muestra

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

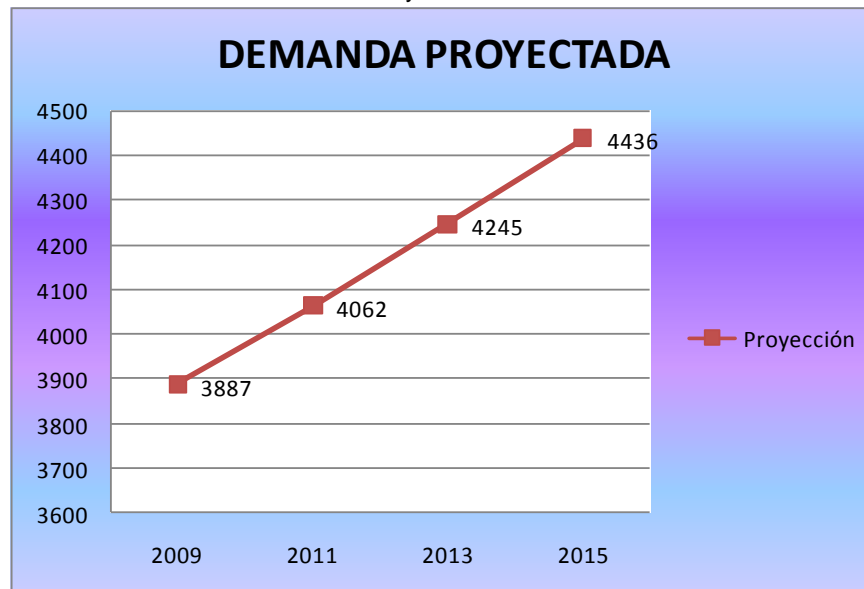
Para aplicar este modelo, se utilizará la información histórica referente a la demanda de permisos de construcción, remodelación y ampliación:

Cuadro No. 31: Proyección de la Demanda

PROYECCION DEL CONSUMO APARENTE		
TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (TCPA) CASAS, VILLAS Y DEPARTAMENTOS PARROQUIA IÑAQUITO		
Año	Consumo Aparente	Proyección
2001	3123	
2003	3265	4,55%
2005	3407	4,35%
2007	3720	9,19%
	SUMATORIA	18,08%
	TCPA	4,52%
2009		3887
2011		4062
2013		4245
2015		4436

Fuente: INEC y Colegio de Arquitectos de Pichincha
Elaboración: DMM, 2009

Gráfico No. 20: Proyección de la Demanda



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: DMM, 2009

1.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es el número de unidades de un determinado servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.¹⁴

1.6.1 Clasificación

De acuerdo al número de oferentes, la oferta se clasifica de la siguiente manera:

Cuadro No. 32: Clasificación de la Oferta

OFERTA	
COMPETITIVA O MERCADO LIBRE	<ul style="list-style-type: none">- Existe libre competencia.- Gran cantidad de oferentes.- La participación en el mercado se determina por precio, calidad y servicio.
OLIGOPOLICA	<ul style="list-style-type: none">- Mercado dominado por pocos productores- Determina precios- Abarca gran cantidad de materia prima para su industria
MONOPOLICA	<ul style="list-style-type: none">- Existe un solo productor del servicio- Domina el mercado- Impone precio, cantidad y calidad

Fuente: BACA, Gabriel: Evaluación de proyectos, 2001, México, Editorial McGraw Hill
Elaborado por: DMM, 2009

1.6.2 Factores que afectan a la Oferta

Los factores que pueden producir cambios en la oferta del mercado del Diseño y Decoración de Interiores son:

¹⁴ Nassir/Reinaldo Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, México, McGraw Hill, 2008, pág. 55

- Grado de dificultad para generar el servicio
- Precio de los servicios complementarios
- Utilización de tecnología
- Profesionales y empresas nuevos.

1.6.3 Comportamiento histórico de la oferta

Existe gran reserva por parte de las empresas y profesionales especializados en el campo de Diseño y Decoración de Interiores, dificultando la recolección de información, por lo tanto no es posible contar con datos precisos y específicos de la oferta histórica.

1.6.4 Oferta actual

La oferta actual está determinada por el porcentaje de contrataciones efectivas del servicio de Diseño y Decoración que corresponde al 47% de los encuestados, frente al número de viviendas, villas y departamentos de los Quintiles 3,4 y 5 de la Parroquia Iñaquito:

Cuadro No. 33: Oferta actual

Tipo Servicio	(%) Contratación histórica	Viviendas, Villas, Departamentos 2007	Oferta Actual
Excelente	12%	3720	446
Muy Bueno	19%	3720	707
Bueno/Regular	9%	3720	335
		TOTAL	1488

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

1.6.5 Proyección de la Oferta

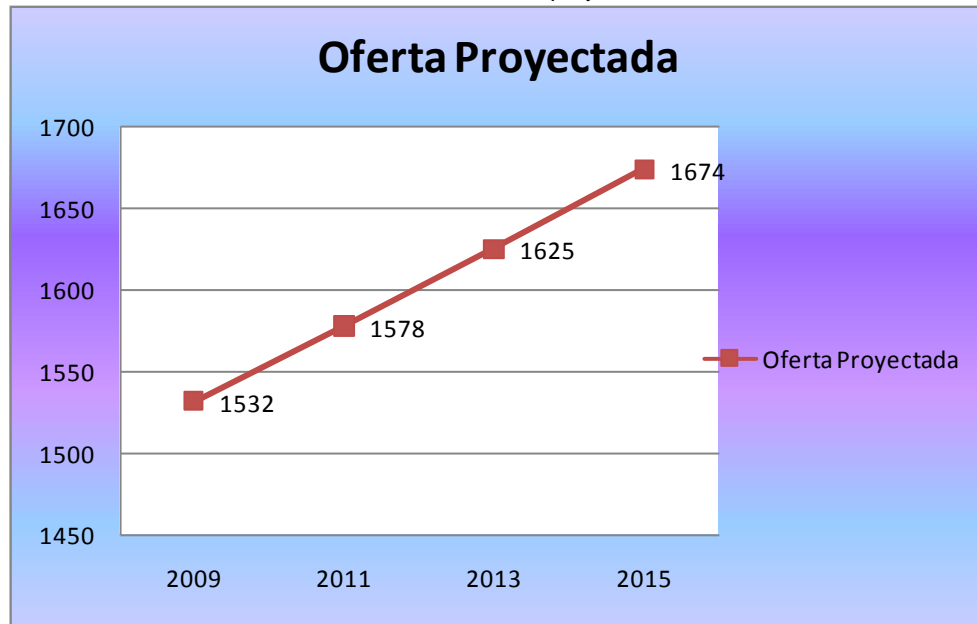
Para realizar la proyección de la oferta, se tomó en cuenta el número de clientes referentes a la oferta actual con porcentaje creciente del 3% que corresponde a la tasa de crecimiento actual del sector de la construcción.

Gráfico No. 34: Oferta proyectada

Año	Oferta Proyectada
2009	1532
2011	1578
2013	1625
2015	1674

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

Gráfico No. 21: Oferta proyectada



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

1.7 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha es la brecha existente entre la demanda y oferta. Existe cuando la demanda supera a la oferta.

Para proyectar la demanda insatisfecha, se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = \text{Oferta Actual} - \text{Demanda Actual}$$

Cuadro No. 35: Demanda Insatisfecha

Año	Oferta	Demanda	DEMANDA INSATISFECHA
2007	1488	3050	-1562

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: DMM, 2009

Cuadro No. 36: Proyección Demanda Insatisfecha

Año	Oferta Proyectada	Demanda Proyectada	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA
2009	1532	3887	-2355
2011	1578	4062	-2484
2013	1625	4245	-2620
2015	1674	4436	-2762

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

1.8 ANÁLISIS DE PRECIOS

Es el valor en dinero que se cobra por un servicio. En términos más amplios es la suma de valores que los consumidores entregan a cambio de los beneficios de obtener un servicio.¹⁵

¹⁵ Kotler Philip, Marketing, México, Pearson Education, 2001, pág. 317

Tipos de Precios

Existen los siguientes tipos de precios:

Cuadro No. 37: Tipos de Precios

INTERNACIONAL	Se encuentra en dólares y se usa para importaciones y exportaciones (precio FOB: libre a bordo)
REGIONAL EXTERNO	Vigente solo en una parte del continente y es parte de acuerdos político-económicos.
REGIONAL INTERNO	Vigente solo en una parte del país, generalmente es para productos que se producen en determinada región.
LOCAL	Rige en poblaciones pequeñas, fuera de ellas el precio cambia.
NACIONAL	Vigente en todo el país y se encuentra en productos con control oficial de precios.

Fuente: Arboleda Germán, Proyectos: Formulación, Evaluación y Control, AC editores, 2003
Elaborado por: DMM, 2009

1.8.1 Precios actuales

En la actualidad, existe variedad de empresas que ofrecen el servicio de Diseño y Decoración de Interiores pero los precios varían de acuerdo al target de clientes y al tipo de obra.

Al no existir datos históricos en referencia a este tema y de acuerdo a entrevistas directas realizadas a profesionales en Diseño de Interiores en la ciudad de Quito, el Diseño en planos para un espacio de 100m² tiene un costo aproximado de entre \$300 y \$500 pero estos valores son cambiantes y son proporcionales en función de los servicios complementarios

(instalaciones sanitarias, eléctricas, telefónicas, cortinas, objetos decorativos, muebles, etc.). La información detallada se encuentra a continuación:

Cuadro No. 38: Precios actuales de Diseño y Decoración en Quito

PRECIOS DISEÑO y DECORACION DE INTERIORES			
Empresa	Precio por M2	Area en M2	TOTAL usd
Burneo Carrion Diseño	\$ 2,00	100	\$ 200
Industrial Designer	\$ 4,00	100	\$ 400
Casalili Diseño y Decoración	\$ 3,00	100	\$ 300
FRAGMA Diseño	\$ 5,00	100	\$ 500

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

Es importante señalar que cuando el cliente solicita ejecución total de obra, este valor se incluye en el costo general del servicio por lo cual el precio del diseño en planos disminuye.

1.8.2 Márgenes de precios: rentabilidad, estacionalidad, y forma de pago.

El **margen de rentabilidad** del servicio de Diseño y Decoración, se encuentra alrededor de un 20% a 25% en ejecución de obra.

No existe **estacionalidad** por cuanto es un servicio solicitado en cualquier época del año de acuerdo a las necesidades del cliente.

La **forma de pago** varía por el tamaño del proyecto y es en acuerdo mutuo con el cliente. Generalmente se solicita un anticipo del 30% al inicio, abonos semanales, quincenales o mensuales del 50% y el 20% restante es cancelado al finalizar el proyecto y entregarlo.

CAPITULO II

ESTUDIO TÉCNICO

CAPITULO II: ESTUDIO TÉCNICO

A través del estudio técnico se analizará la posibilidad de crear un servicio en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, ingeniería, costos y gastos de la forma más óptima.¹⁶

El objetivo de este capítulo es exponer las bases de origen técnico que proporcionarán la información económica con el fin de obtener datos relevantes referentes a inversiones y costos de operación para determinar la viabilidad del proyecto de Diseño y Decoración de Interiores en la parroquia Iñaquito del cantón Quito.

2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto es fundamental para la determinación de las inversiones y los costos que se derivan del estudio técnico.

2.1.1 Factores determinantes del tamaño

Los factores determinantes del tamaño del proyecto, obedecen a una gran cantidad de variables como:

2.1.1.1 El mercado

Se encuentra compuesto por la totalidad de compradores y vendedores potenciales del servicio de Diseño y Decoración de Interiores, su estructura

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

el tipo de ambiente competitivo donde operan tanto oferentes como compradores.

El mercado de acuerdo al ambiente competitivo, puede ser:

Cuadro No. 39: Tipos de Mercado

TIPOS DE MERCADO	DESCRIPCIÓN
COMPETENCIA PERFECTA	Mercado en el que muchos compradores y vendedores comercian con un producto uniforme sin que ninguno de ellos afecte de forma apreciable el precio de mercado vigente.
MONOPOLIO PURO	Mercado en el que hay un solo vendedor, existiendo dificultades para ingresar en él.
COMPETENCIA MONOPÓLICA	Mercado en el que muchos compradores y vendedores operan dentro de un intervalo de precios, no con un solo precio.
COMPETENCIA OLIGOPÓLICA	Mercado en el que hay pocos vendedores y todos son muy sensibles a los precios y las estrategias de marketing de los demás.

Fuente: Kotler Phillip, 2002
Elaborado por: DMM, 2009

El servicio de Diseño y Decoración de Interiores, pertenece al tipo de mercado de **COMPETENCIA MONOPÓLICA** puesto que quienes proveen este tipo de servicio, pueden diferenciar y distinguir la oferta ante sus clientes variando la calidad, funcionalidad y estilo además de los precios como se ve a continuación:

Cuadro No. 40: Precios actuales de Diseño y Decoración

PRECIOS DISEÑO y DECORACION DE INTERIORES			
Empresa	Precio por M2	Area en M2	TOTAL usd
Burneo Carrion Diseño	\$ 2,00	100	\$ 200
Industrial Designer	\$ 4,00	100	\$ 400
Casalili Diseño y Decoración	\$ 3,00	100	\$ 300
FRAGMA Diseño	\$ 5,00	100	\$ 500

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

La demanda insatisfecha para el proyecto de Diseño y Decoración de Interiores, es de 1562 viviendas y comercios de la Parroquia Iñaquito, por lo tanto, el proyecto de estudio pretende abarcar el **3.84%** aproximadamente con toda su capacidad instalada durante el primer año de vida, es decir, alrededor de **60 proyectos**.

2.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros

Los recursos financieros representan un factor importante para cubrir las necesidades de inversión del proyecto que permitirán su funcionamiento.

La disponibilidad de recursos financieros para el proyecto de Diseño y Decoración de Interiores, es de aproximadamente **20.000usd** correspondientes a fondos personales de los 2 accionistas de esta microempresa.

El financiamiento restante, se obtendrá al solicitar financiamiento directo con la Corporación Financiera Nacional, de acuerdo a los siguientes parámetros:

Cuadro No. 41: Financiamiento Externo

CREDITO DIRECTO CFN (CORPORACION FINANCIERA NACIONAL)		
Destino	Capital de Trabajo/Compra de Activos	REQUISITOS:
Beneficiario	Personas Naturales o Jurídicas	Para créditos de hasta US\$ 300,000 no se requiere proyecto de evaluación. Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal. Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen. Carta de pago de los impuestos. Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda. Proformas de la maquinaria a adquirir. Proformas de materia prima e insumos a adquirir.
Monto	-Desde \$ 10,000 -Hasta el 70% para proyectos nuevos	
Plazo	-Capital de Trabajo hasta 10 años -Compra Activo Fijo hasta 3 años -Valor a financiar (en % Inv. Total)	
Período de Gracia	De acuerdo al tipo de proyecto	
Tasa Interés	-Capital de Trabajo: 10,5% -Activos Fijos: 10,5 hasta 5 años -Activos Fijos: 11 hasta 10 años	
Garantía	Negociada entre CFN y cliente	

Fuente: www.cfn.fin.ec, 2009

Elaborado por: DMM,2009

2.1.1.3 Disponibilidad de mano de obra

La mano de obra con la cual se cuenta en este momento, se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 42: Mano de Obra disponible Diseño y Decoración de Interiores

Mano Obra	Experiencia	Tiempo Trabajo	Sueldo Básico avalado por Ministerio Trabajo	IESS Empleado (9.35% Sueldo)	IESS Empleador (11.15% Sueldo)
1 Diseñador Interiores	2 años	8 horas	\$ 257.24	\$ 24.05	\$28.68
1 Administrador	2 años	8 horas	\$ 257.24	\$ 24.05	\$28.68

Fuente: IESS, 2009
Elaborado por: DMM, 2009

2.1.1.4 Disponibilidad de tecnología

Para el desarrollo del presente proyecto, actualmente se cuenta con los programas informáticos que permiten la elaboración de los diseños como son:

Cuadro No. 43: Tecnología disponible Diseño y Decoración de Interiores

PROGRAMAS DISEÑO	FUNCIONALIDAD	COSTO
AUTOCAD	Elaboración planos	\$ 2200
COREL-DRAW	Graficar presentaciones	\$ 800

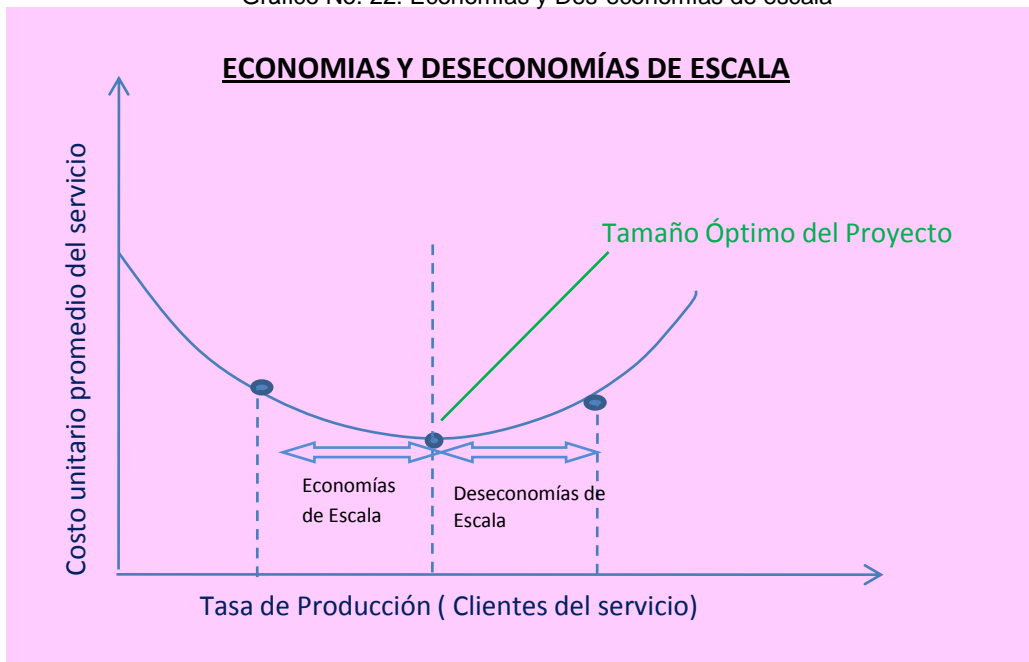
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

2.1.2 Optimización del tamaño

La determinación del tamaño se basa en dos aspectos puntuales como son:

- *La relación precio-volumen (efecto de elasticidad de la demanda).*- La demanda es elástica cuando una pequeña reducción en el precio del producto provoca un aumento mayor en las cantidades demandadas, o si un pequeño aumento en el precio reduce considerablemente la demanda.
La relación costo-volumen (economías y des-economías de escala).- Reducciones/Aumentos de costos unitarios asociados a una amplia escala de producción.

Gráfico No. 22: Economías y Des-economías de escala



Fuente: Lee J. Krajewski, Larry P. Ritzman, pág.307
Elaborado por:DMM,2009

La evaluación de estas variables, permite estimar los costos y beneficios para escoger entre las alternativas existentes determinando el valor actual neto e implementar aquella alternativa donde éste se maximiza.

El tamaño de la capacidad de éste proyecto de Diseño y Decoración de Interiores y su óptimo desempeño se regirán al número mensual de clientes existentes y al tamaño de los contratos obtenidos.

Los servicios ofertados se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 44: Servicios ofertados por la empresa de Diseño y Decoración

Servicio	Metros cuadrados	Precio
Diseño de Planos	1 m2	\$4
Asesoría General Diseño y Decoración	1 m2	\$ 2
Ejecución de Obra	1 m2	\$75
Paisajismo – Diseño Jardines	1 m2	\$ 3
Stand para ferias o Centros comerciales	1 m2	\$ 8
Escaparatismo	1 m2	\$25

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: DMM, 2009

Los servicios detallados, representa las actividades principales e idóneas en cuanto a precios para beneficio de la empresa, evaluándose así, el valor/metro cuadrado, por tratarse de servicios que ofrecen resultados en el corto y mediano plazo.

2.1.3 Definición de las capacidades del servicio

La capacidad del servicio y su definición, permiten formular el programa productivo de la empresa en condiciones técnicas.

Para el análisis de esta unidad productiva, tenemos:

- *Capacidad de diseño*: Tasa máxima que se puede obtener en condiciones ideales.
- *Capacidad real o efectiva*: Es el porcentaje de la capacidad de diseño. Los dos tipos de capacidad, se define en función de la principal actividad a desarrollarse por la empresa que es el Diseño, tomando en cuenta la

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

capacidad de trabajo en tiempo real de acuerdo a la investigación de campo como se detalla a continuación:

Cuadro No.45: Tiempo requerido para el Diseño de un Proyecto

Capacidad Estimada de Trabajo del Diseñador y Dibujantes por Cada Proyecto	Tiempo trabajo (días)
Levantamiento Arquitectónico	1
Dibujo de Planos por medios electrónicos	1
Diseño de Planta amoblada, pisos, acabados, etc.	1
Presupuesto	1
TOTAL DIAS HÁBILES	4

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

Nótese que el Diseño de un proyecto lleva el tiempo de 4 hábiles, trabajando 8 horas laborables de acuerdo a lo establecido por la ley.

En el siguiente cuadro, se analizan las capacidades del servicio de Diseño y Decoración de Interiores:

Cuadro No. 46: Capacidades del Servicio de Diseño y Decoración de Interiores

Tipo de Servicio	No. Aprox. De contratos al mes	Costo por Metro cuadrado	Valor Total Mensual del Contrato * Metro Cuadrado
Diseño de Planos	5	\$4	\$20
Asesoría General Diseño y Decoración	5	\$ 2	\$10
Ejecución de Obra	5	\$75	\$375
Paisajismo – Diseño Jardines	1	\$ 3	\$3
Stands para ferias o Centros comerciales	1	\$ 8	\$8
Escaparatismo (Decoración de Vitrinas)	1	\$25	\$25

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: DMM, 2009

Por lo tanto, la cobertura del servicio por parte de la empresa es de:

5 contratos mensuales = contratos 60 anuales

Comprendidos por actividades integradas de Diseño y Decoración (Planos+Asesoría+Inicio de Ejecución), complementándose con **1 contrato mensual (12 anuales)** ya sea de Diseño de Jardines, Stands o Escaparatismo, los que pueden ser variables de acuerdo al requerimiento del cliente, totalizando una capacidad ideal de **72 proyectos** y una capacidad real de **60 proyectos** que representan el 83.33% de la capacidad diseñada.

2.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El objetivo de la localización del proyecto es determinar el sitio donde se instalará el proyecto de Diseño y Decoración de Interiores.

Su óptima localización, permitirá maximizar la rentabilidad sobre el capital del proyecto tratando de reducir al mínimo los costos de producción.

2.2.1 Macro-localización

Tiene como finalidad, encontrar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia positiva sobre el medio.

Se seleccionó la Provincia de Pichincha, Cantón Quito debido a que en existe la mayor concentración de empresas especializadas en diseño y decoración de interiores, además de ser uno de los principales centros financieros y de

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

comercio teniendo un alto porcentaje de población que puede acceder al servicio.

El proyecto de Diseño y Decoración de Interiores, presenta la siguiente macro-localización:

Cuadro No. 47: Macro-localización proyecto de Diseño y Decoración de Interiores

DIVISION TERRITORIAL	UBICACIÓN	HABITANTES	No. VIVIENDAS URBANAS	No. COMERCIOS
PAIS	Ecuador	14'005.124	2'033.560	37.135
PROVINCIA	Pichincha	2'388.317	506.289	12.895
CIUDAD	Quito	1'839.853	419.845	10.506

Fuente: INEC 2001-2009, www.supercias.gov.ec
Elaboración: DMM, 2009

Gráfico No. 23: Mapa Político de Ecuador



Fuente: Inst. Geográfico Militar, 2009
Elaborado por: DMM, 2009

2.2.2 Micro-localización

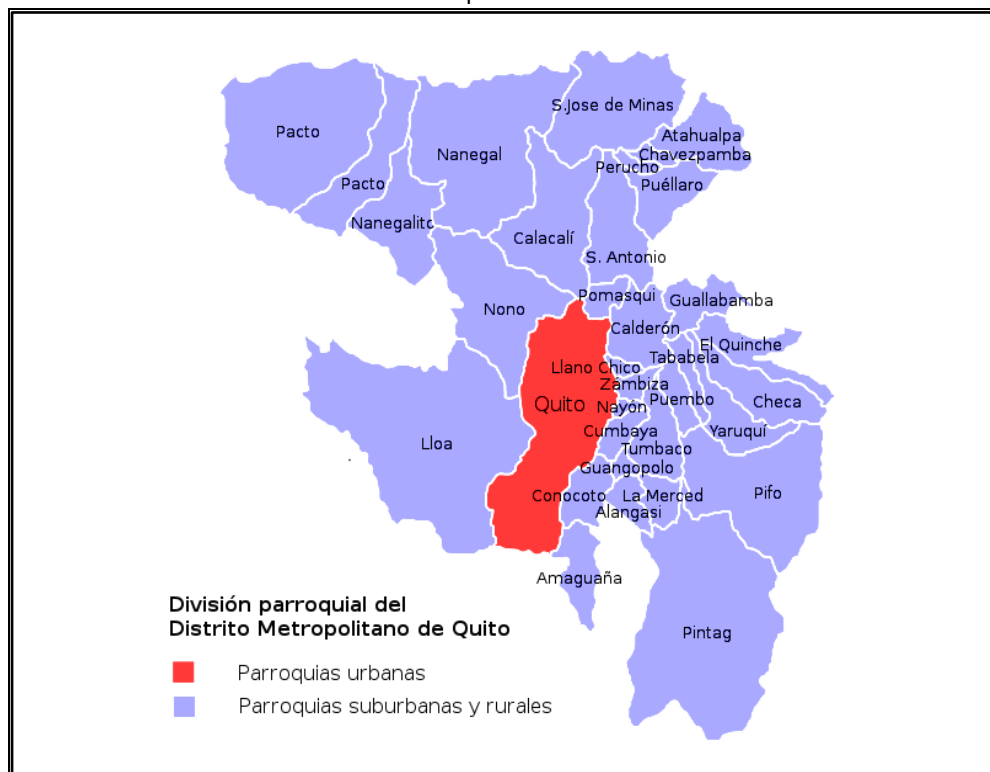
Por medio de la micro-localización se busca encontrar el sitio óptimo para el funcionamiento del proyecto, es decir, dirección, reglamentos y leyes del sector, costo de terrenos, infraestructura y medio ambiente.

En el cantón Quito, Parroquia Iñaquito, tenemos varias alternativas para la ubicación de la nueva empresa:

- República del Salvador
- NNUU y Amazonas
- Eloy Alfaro y Rusia

A continuación se muestra un mapa de referencia de la parroquia Iñaquito:

Gráfico No. 24: Mapa cantonal de Pichincha



Fuente: Inst. Geográfico Militar, 2009
Elaboración: DMM, 2009

2.2.2.1 Criterios de selección de alternativas

Los factores que normalmente influirán en la localización del proyecto de Diseño y Decoración de Interiores de acuerdo a las alternativas de selección, se detallan a continuación:

Cuadro No. 48: Criterios de selección de alternativas

FACTORES INFLUYENTES	DESCRIPCION
1. TRANSPORTE	Cercanía a líneas de transporte público, al transporte de materia prima y servicios en general.
2. DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	Sector de mucho movimiento productivo por cuanto existe facilidad para conseguir mano de obra.
3. CERCANÍA A LAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO	Cercanía a fuentes de materia prima (proveedores de mobiliario y materiales para construcción) al igual que accesorios para acabados y decoración.
4. CERCANÍA AL MERCADO	Los principales ofertantes del servicio se encuentran localizados en estos sectores alternativos, por lo que la empresa estará dentro de la zona de influencia y acceso a clientes.
5. DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BASICOS	Todos los servicios básicos como Agua, Gas, Electricidad y Alcantarillado se encuentran cubiertos.
6. COMUNICACIONES	Disponibilidad de telefonía pública, privada e internet.
7. INFRAESTRUCTURA	La oficina a rentarse para el funcionamiento del proyecto, debe ubicarse en un edificio que cuente con parqueadero para clientes y ascensor.
8. SEGURIDAD DE LA ZONA	Para que los clientes no se sientan amenazados por la delincuencia es importante que existan las seguridades correspondientes tanto pública como privada.

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: DMM, 2009

2.2.2.2 Matriz Locacional

Para la elaboración de la matriz locacional, se tomaron en cuenta tres parroquias del cantón Quito debido al movimiento en la actividad comercial.

Las parroquias a evaluarse son:

- ✓ Parroquia El Inca
- ✓ Parroquia Iñaquito
- ✓ Parroquia Rumipamba

Para la selección de la alternativa óptima de micro-localización, se utilizará el método cualitativo por ponderación de puntos donde se consideran ocho criterios de selección de alternativas donde 1 = bajo y 8= alto, de igual manera se asigna un peso de entre 0.01 y 1 de acuerdo a la importancia:

Cuadro No. 49: Criterios de selección de alternativas

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	PARROQUIA EL INCA		PARROQUIA IÑAQUITO		PARROQUIA RUMIPAMBA	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
TRANSPORTE	0,15	8	1,2	7	1,05	6	0,9
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	0,13	6	0,78	6	0,78	6	0,78
FUENTES DE ABASTECIMIENTO	0,07	5	0,35	7	0,49	4	0,28
CERCANÍA AL MERCADO	0,18	2	0,36	9	1,62	5	0,9
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BASICOS	0,1	6	0,6	8	0,8	7	0,7
COMUNICACIONES	0,16	8	1,28	9	1,44	8	1,28
INFRAESTRUCTURA	0,08	6	0,48	9	0,72	7	0,56
SEGURIDAD DE LA ZONA	0,13	2	0,26	7	0,91	6	0,78
TOTAL	1		5,31		7,81		6,18

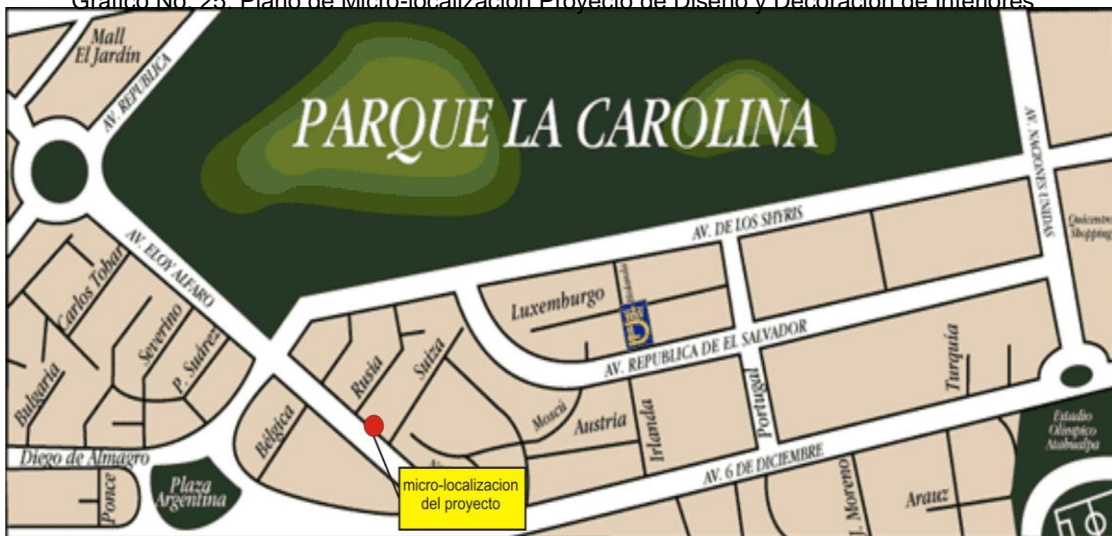
Fuente: Investigación Directa
Elaboración: DMM, 200

2.2.2.3 Selección de la Alternativa Óptima

De entre las opciones existentes que fueron las parroquias El Inca, Rumipamba e Iñaquito, la alternativa seleccionada es la de última por cuanto su calificación ponderada es superior frente a las otras alternativas, especialmente en lo referente a la cercanía al mercado y las comunicaciones que serán de gran importancia para el desarrollo del proyecto, por lo tanto, la localización del proyecto se encontrará en el sector La Carolina donde se encuentra el centro financiero de la ciudad con un alto porcentaje de población perteneciente a la clase medio-alta y de igual forma oficinas y negocios que vienen a convertirse en clientes potenciales.

2.2.2.4 Plano de la Micro localización

Gráfico No. 25: Plano de Micro-localización Proyecto de Diseño y Decoración de Interiores



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: DMM, 2009

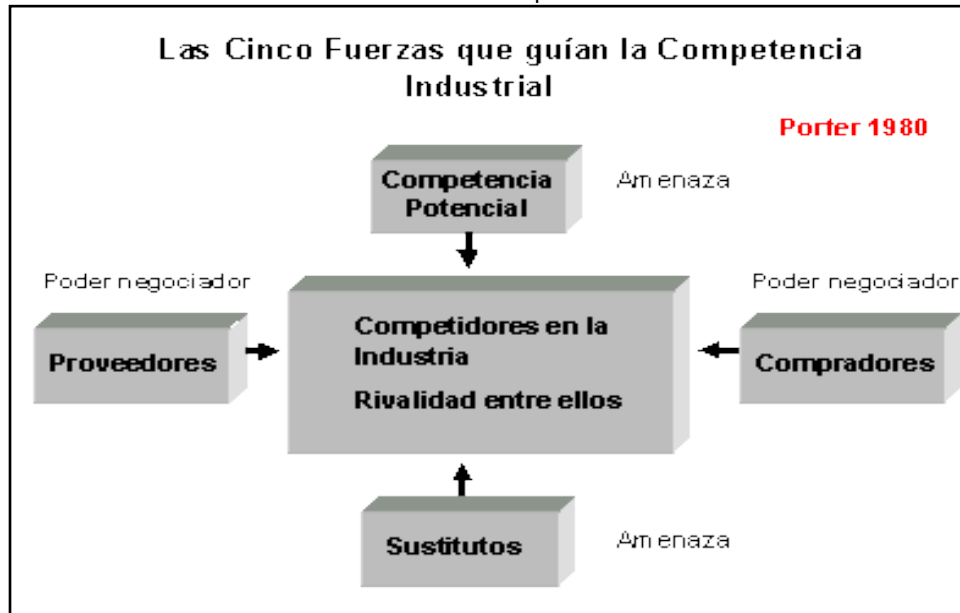
2.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

2.3.1 Cadena de valor

Es la herramienta de análisis que permite ver hacia adentro de la empresa, en búsqueda de una fuente de ventaja en cada una de las actividades que se realizan.¹⁷

Al hablar de competencia, debemos mencionar las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter quien dice que ellas, marcan el éxito o fracaso de un sector o empresa, tal como se detalla a continuación:

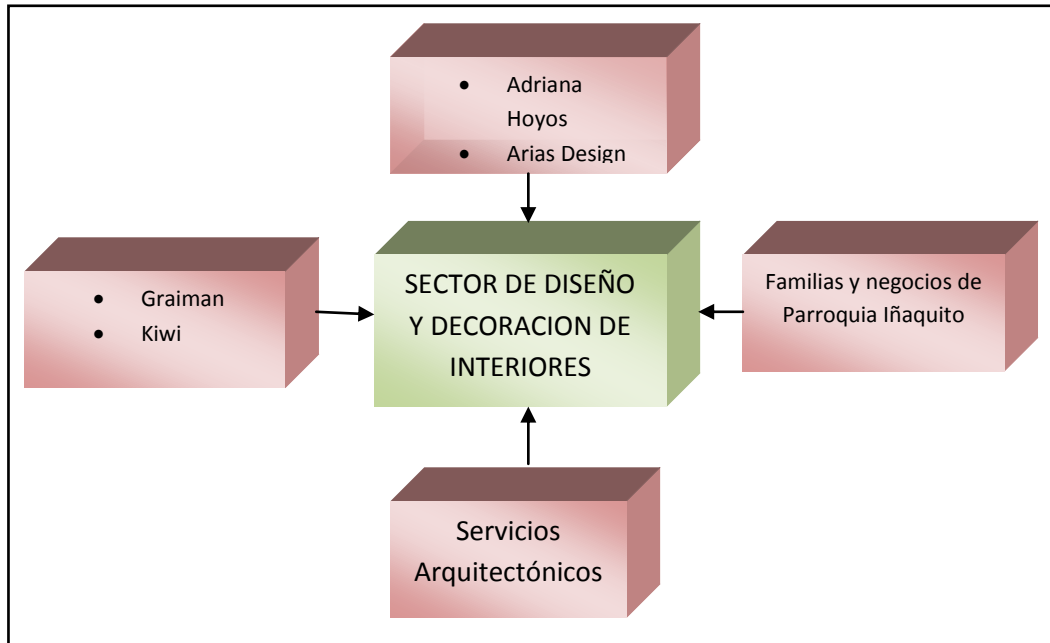
Gráfico No.26: Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter



Elaborado por: DMM,2009
Fuente:www.sabanet.unisabana.edu.co

Aplicando este modelo al presente proyecto tenemos:

Gráfico No. 27: Cinco Fuerzas de Porter aplicadas al Diseño de Interiores



Elaborado por: DMM, 2009
Fuente: Investigación Directa

Todas las empresas buscan lograr Ventajas Competitivas, es útil emplear el modelo de la "Cadena de Valor" planteado por el Prof. Michael Porter de la Universidad de Harvard en los años 80, el mismo que consiste en *disgregar la actividad total del proyecto en actividades individuales diferentes lo que nos permitirá comprender los costos de la empresa y encontrar fuentes de diferenciación*. Según Porter, las actividades de una empresa pueden ser:

- **Primarias (Línea Funcional):**

- *Logística interna:* Incluye recepción, almacenamiento, control de inventario, programación de transporte.

- *Operaciones*: Incluye el mecanizado, embalaje, montaje, mantenimiento de equipos, pruebas y demás actividades de creación de valor que transforman los insumos en producto final.
- *Logística de salida*: Las actividades necesarias para obtener el producto terminado como almacenamiento, pedidos, gestión de distribución y transporte.
- *Marketing y ventas*: Actividades dirigidas hacia el desarrollo de los compradores como canal de selección, publicidad, promoción, ventas.
- *Servicio*: Actividades para aumentar el valor del producto incluyendo servicio al cliente, reparación, instalación, gestión de repuestos, rehabilitación.

- ***Secundarias (De apoyo)***:

- *Abastecimiento*: Compra de materiales, mantenimiento, piezas de repuestos, etc.
- *Desarrollo de tecnología*: Automatización de procesos, diseño y rediseño.
- *Recursos humanos*: Contratación, capacitación y remuneración al personal.
- *Infraestructura*: Gestión general, legal, finanzas, contabilidad, relaciones públicas, gestión de calidad, etc.

Para el presente proyecto de estudio, la Cadena de Valor se encuentra estructurada de la siguiente manera, siendo su principal ventaja competitiva la personalización del servicio y la creatividad.

A continuación, se detalla la cadena para el proyecto de Diseño y Decoración de Interiores:

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No. 28: Cadena de Valor de Diseño y Decoración de Interiores

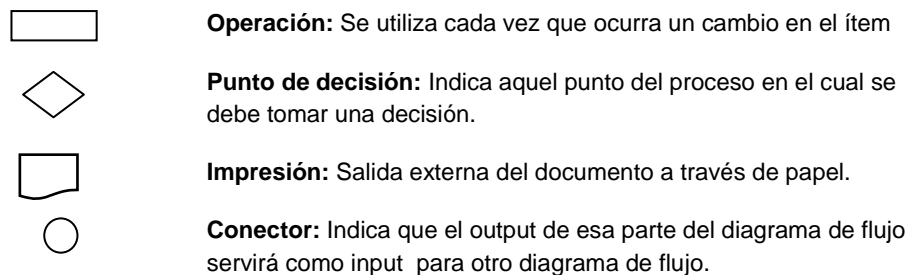


Fuente: Michael Porter, 1980
Elaborado por: DMM, 2009

2.3.2 Flujo-grama del proceso de Diseño y Decoración de Interiores

Es la representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso.¹⁸

A continuación, se detalla la simbología utilizada para detallar el proceso de Diseño y Decoración de Interiores:

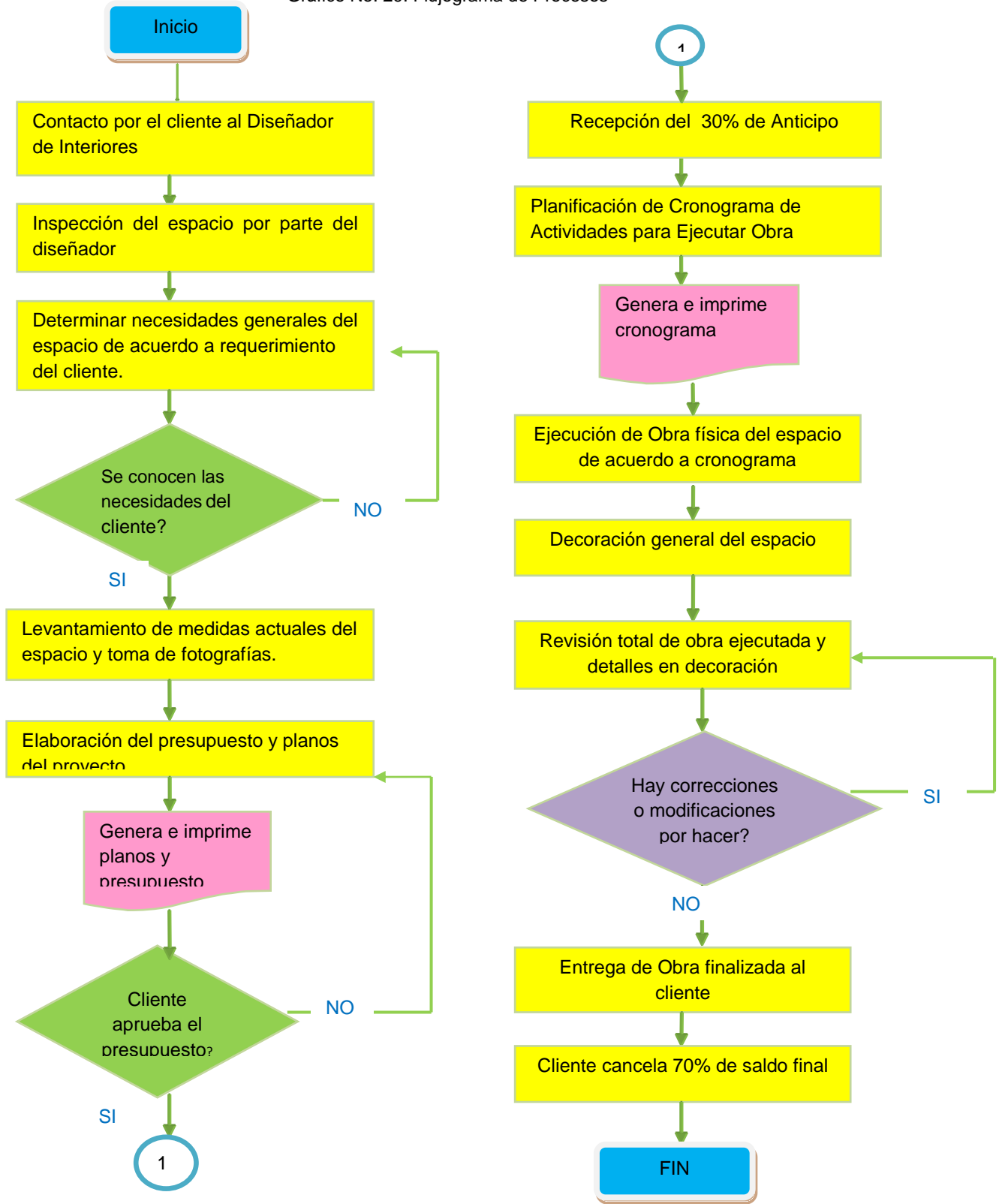


Este Flujograma de Procesos resume todas las actividades de la empresa de Diseño y Decoración de Interiores que van desde el contacto por parte del cliente a la empresa, pasando por aprobación-ejecución del proyecto y concluyendo en la entrega del mismo.

¹⁸ http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_industrial/flujograma/

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

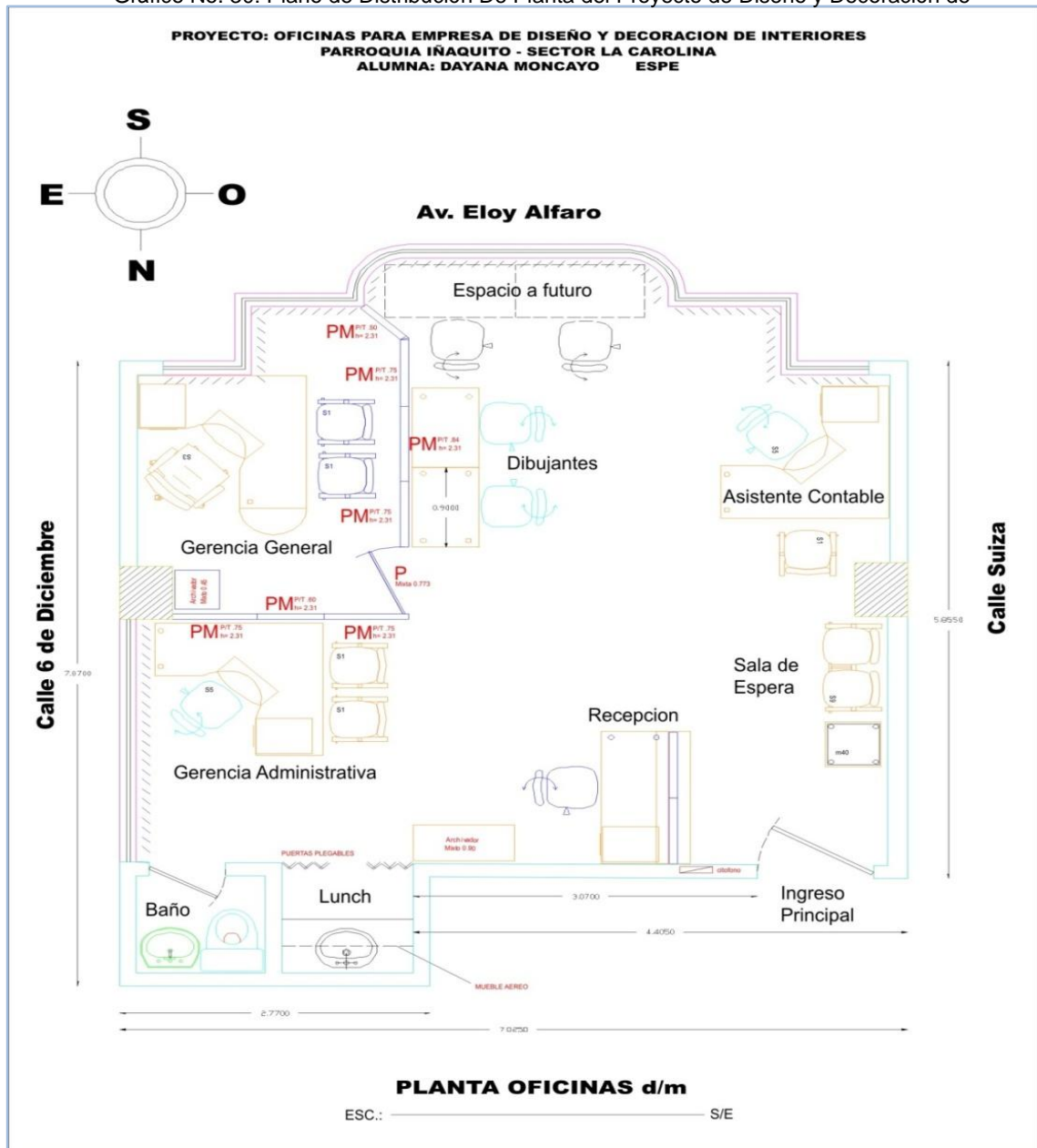
Gráfico No. 29: Flujograma de Procesos



2.3.3 Distribución de planta

Es la representación gráfica en donde se detallan los espacios necesarios para el funcionamiento del proyecto de Diseño y Decoración de Interiores.

Gráfico No. 30: Plano de Distribución De Planta del Proyecto de Diseño y Decoración de



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: DMM, 2009

2.3.4 Requerimiento de materiales directos

Los materiales directos, son los elementos básicos que se transforman en productos terminados a través del uso de la mano de obra y de los costos indirectos de fabricación en el proceso de producción.¹⁹

Es indispensable tener disponible un directorio completo con proveedores al por mayor de materiales para construcción (cemento, bloque, vidrio).

Cuadro No. 50: Materiales Directos Diseño y Decoración de Interiores

Proveedor	Tipo Producto	Cantidad aprox. Para 100m2	Unid. De medida	Precio unitario	Precio Total
EDIMCA	Pisos madera	60	m2	8,00	\$ 480,00
Ferretería MACONSA	Cemento	10	quintales	6,24	\$ 62,40
Ferretería MACONSA	Bloque	250	unid.	0,18	\$ 45,00
Ferretería MACONSA	Arena	10	quintales	1,00	\$ 10,00
AQUACOBRE	Accesorios eléctricos	25	puntos	9,00	\$ 225,00
AQUACOBRE	Agua potable	12	puntos	18,00	\$ 216,00
AQUACOBRE	Desagues	9	puntos	16,00	\$ 144,00
FRANZ VIEGENER	Piezas Sanitarias	3	unid.	50,00	\$ 150,00
CEDAL	Vidrio	15	m2	\$ 10,50	\$ 157,50
GRAIMAN	Cerámica	80	m2	\$ 9,70	\$ 776,00
				TOTAL	\$ 2.265,90

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

En cuanto a los accesorios decorativos (cortinas, muebles, cuadros, etc.), éstos serán sub-contratados a proveedores especializados en diferentes áreas por lo que se convierten en servicios **complementarios** que se caracterizan por completar o mejorar el servicio principal ofrecido por la empresa.

Así tenemos:

¹⁹ Gayle Rayburn, Contabilidad y Administración de Costos, México, McGraw Hill, 1999, pág., 328

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 51: Servicios Complementarios Diseño y Decoración de Interiores

Proveedor	Tipo Producto	Cantidad aprox. Para 100m2	Unid. De medida	Precio unitario	Precio Total
TODO DECORACIONES	Contratac. Cortinas	25	m2	45,00	\$ 1.125,00
STYL OFFICE	Contratac. Muebles cocina	20	m2	80,00	\$ 1.600,00
PINTULAC	Contratac. Pintura	80	m2	7,00	\$ 560,00
TOTAL					\$ 3.285,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

2.3.5 Requerimiento de mano de obra

La Mano de Obra representa el trabajo directo o indirecto realizado por el recurso humano con la finalidad de transformar los materiales directos en el servicio terminado.²⁰

Se requerirá personal calificado y capacitado para el desempeño de diversas funciones, como: el diseñador y decorador de interiores, dos dibujantes, un gerente administrativo, una asistente contable, un contador y una recepcionista.

Se contratará además, de forma externa los servicios de un contador y de obreros para la ejecución general de obras, además de técnicos especializados como electricistas, plomeros, etc. Así:

Cuadro No. 52: Requerimiento de Mano de Obra Indirecta

Cargo	No. de Personas	Remuneración básica mensual	Remuneración Total básica mensual	Remuneración Total básica anual
Gerente Gral. Diseñador Interiores	1	\$900,00	\$900,00	\$10.800,00
Gte. Administrativo	1	\$500,00	\$500,00	\$6.000,00
Dibujantes	2	\$220,00	\$440,00	\$5.280,00
Asistente Contable	1	\$220,00	\$220,00	\$2.640,00
Contador	1	\$400,00	\$400,00	\$4.800,00
Recepcionista	1	\$220,00	\$220,00	\$2.640,00
SUB TOTAL	7	\$2.460,00	\$2.680,00	\$32.160,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

²⁰ Nassir/Reinaldo Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, México, McGraw Hil, 2008, pág. 259

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 53: Mano de Obra Directa

Proveedor	Tipo de Servicio	En 100m2	Precio unitario	Precio Total
Jorge Moreano	Instalaciones eléctricas	25	\$ 5,00	\$ 125,00
Miguel Chalco	Cerrajería	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Heraldo Pacheco	Plomería	4	\$ 112,00	\$ 448,00
Pedro Quishpe	Albañilería	1	\$ 320,00	\$ 320,00
			TOTAL	\$ 943,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

2.3.6 Requerimiento anual de materiales, insumos y servicios.

Cuadro No. 54: Equipos de Oficina

Equipos de Oficina	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
Central Telefónica	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Computadores	5	\$ 350,00	\$ 1.750,00
Impresora Empresarial / Copiadora	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Impresora Personal Gerencia General	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Laptop	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Scanner	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Teléfonos personales	6	\$ 50,00	\$ 300,00
		TOTAL	\$ 3.850,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

Cuadro No. 55: Muebles y Enseres

Muebles y enseres	Cantidad	Costo Unit.	Costo Total
Archivadores	5	\$ 45,00	\$ 225,00
Escritorio de Recepción	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Escritorio Ejecutivo Grande	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Escritorio Ejecutivo Mediano	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Escritorio Ejecutivo Pequeño	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Escritorios Sencillos	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Estaciones de Trabajo	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Mesa Sala Estar	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Sillas ejecutivas giratorias	6	\$ 60,00	\$ 360,00
Sillas fijas de atención al cliente	5	\$ 35,00	\$ 175,00
Sillones Gerenciales	2	\$ 220,00	\$ 440,00
Sillones Sala de Espera 2 puestos	2	\$ 150,00	\$ 300,00
		TOTAL	\$ 3.565,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 56: Útiles de Oficina

Útiles de Oficina	Cantidad	Costo Unit.	Costo Mensual	Costo Anual
Caja Grapas	1	\$ 0,64	\$ 0,64	\$ 7,68
Carpetas	6	\$ 0,47	\$ 2,82	\$ 33,84
Cartuchos para impresora	2	\$ 18,50	\$ 37,00	\$ 444,00
CD's caja*25	1	\$ 18,75	\$ 18,75	\$ 225,00
Cinta embalaje	2	\$ 0,36	\$ 0,72	\$ 8,64
Esferos	6	\$ 0,15	\$ 0,90	\$ 10,80
Liquid Paper	3	\$ 1,18	\$ 3,54	\$ 42,48
Papel Fax	2	\$ 2,90	\$ 5,80	\$ 69,60
Resmas de papel bond	2	\$ 2,80	\$ 5,60	\$ 67,20
Sobres manila oficio	12	\$ 0,25	\$ 3,00	\$ 36,00
TOTAL			\$ 78,77	\$ 945,24

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

Cuadro No. 57: Útiles de Oficina

Materiales de Oficina	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Engrapadora	6	\$ 4,12	\$ 16,48
Perforadora	6	\$ 4,12	\$ 16,48
Flash Memory	3	\$ 20,00	\$ 80,00
Dispensador cinta Adhesiva	6	\$ 3,67	\$ 14,68
Pizarra de tiza líquida	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Saca grapas	6	\$ 1,27	\$ 5,08
Talonarios facturas y retenciones	6	\$ 10,00	\$ 10,00
TOTAL		\$ 113,18	\$ 212,72

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

Cuadro No. 58: Servicios Básicos

Servicios Básicos	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	\$ 25,00	\$ 300,00
Celular	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Internet	\$ 50,00	\$ 600,00
Luz	\$ 40,00	\$ 480,00
Teléfono	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL	\$ 415,00	\$ 4.980,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 59: Arriendo

Arriendo	Costo Mensual	Costo Anual
Oficina 70m2	\$ 400,00	\$ 4.800,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: DMM, 2009

Cuadro No. 60: Vehículo

Vehículo	Costo Unit.	Costo Total
Camioneta Chevrolet 4*2 año 2005	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: DMM, 2009

Cuadro No. 61: Combustibles

Combustibles y Lubricantes	Cantidad	Costo Unit.	Costo Mensual	Costo Anual
Tanqueos de Gasolina	\$ 4,00	\$ 30,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: DMM, 2009

2.3.7 Determinación de las inversiones

Una Inversión es una colocación de capital para obtener una **ganancia futura**.

Para el proyecto de Diseño y Decoración de Interiores, se calculó las siguientes inversiones aproximadamente:

Cuadro No. 62: Cuadro de Inversiones

DETALLE	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Equipos de Oficina	\$ 3.850,00
Muebles y Enseres	\$ 3.565,00
Vehículo	\$ 12.000,00
Total Activos Fijos	\$ 19.415,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución de la Compañía	\$ 2.500,00
Estudios de Factibilidad	\$ 1.000,00
Total Activos Diferidos	\$ 3.500,00
CAPITAL DEL PROYECTO	
Fondo para inicio del trabajo	\$ 6.500,00
Financiamiento externo	\$ 50.000,00
Total Capital Proyectado	\$ 56.500,00
TOTAL INVERSIONES	\$ 79.415,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: DMM, 2009

2.3.8 Calendario de ejecución del proyecto

Gráfico No. 31: Calendario de Ejecución del Proyecto de Diseño y Decoración de Interiores

No.	Actividades	Meses					
		1	2	3	4	5	6
1	Estudio de Factibilidad						
2	Constitución Legal						
3	Adecuación de oficina e instalaciones						
4	Compra de equipos						
5	Selección y capacitación del personal						
6	Ejecución						

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

Se estima que para arrancar con el proyecto de Diseño y Decoración de Interiores, se necesitará aproximadamente 6 meses para dejar los documentos legales y la provisión de equipos al igual que la instalación de oficinas listas para empezar a laborar.

2.4 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) es el Procedimiento Técnico-Administrativo destinado a identificar e interpretar, así como a prevenir o recomponer, los efectos de corto, mediano y largo plazo que actividades, proyectos, programas y/o emprendimientos públicos o privados puedan causar daños al ambiente.

Se entiende por Impacto Ambiental a cualquier cambio neto, positivo o negativo, que se provoca sobre el medio ambiente como consecuencia directa o indirecta, de acciones atópicas que puedan producir alteraciones susceptibles de afectar la salud y la calidad de vida, la capacidad productiva de los recursos naturales y los procesos esenciales.

El medio ambiente esta íntimamente relacionado a la arquitectura y el diseño interior, pero estos son procesos transformadores de la realidad, siendo a su vez actividades que producen un impacto en el medio ambiente. Utilizan al medio ambiente de diversas maneras, ya sea a favor o para establecer algún tipo de vínculo, entre el diseño y el medio ambiente.

Hace mucho énfasis y reflexión sobre el impacto ambiental y de todos los procesos implicados en una vivienda. Estos procesos van desde los materiales con los que fueron contruidos hasta las técnicas de construcción, la ubicación de la vivienda y su impacto en el entorno, el consumo energético y el reciclado.

CAPITULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

CAPITULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Las empresas constituyen unidades económicas organizadas, donde las personas identifican una oportunidad de introducir un producto o servicio e invierten capital y trabajo, con el fin de obtener rentabilidad económica y aportar al desarrollo social.²¹

El objetivo de este capítulo es presentar criterios analíticos que permitan enfrentar de mejor manera el análisis de aspectos organizacionales del proyecto, los procedimientos administrativos y sus consecuencias económicas en los resultados de la evaluación.

3.1 BASE LEGAL

La actividad empresarial se encuentra sujeta a determinado ordenamiento jurídico que regula el marco legal en el cual los agentes económicos se desenvolverán.

3.1.1 Constitución de la Empresa

De acuerdo al tipo de empresa, se deben realizar los siguientes trámites para su constitución:

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No.63: Tipos de Empresas de acuerdo a su constitución

Empresas Mercantiles	Empresas Civiles	Empresas de Hecho
<ul style="list-style-type: none"> • Escritura pública de constitución de la compañía. • Aprobación de la Superintendencia de Compañías. • Depósito de cierto monto en una cuenta bancaria. • Inscripción en el registro mercantil. • Determinar el tipo de sociedad mercantil: Nombre colectivo, comandita simple, responsabilidad limitada, anónima y economía mixta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las actividades a desarrollarse pueden ser como empresa civil, para lo cual se necesita llenar el estatuto de constitución y legalizarlo ante un juez civil. 	<ul style="list-style-type: none"> • No requieren cumplir con ningún requisito para su constitución pero sí para su funcionamiento.

Fuente: Dayana Moncayo M.
Elaborado por: DMM, 2009

Cuadro No.64: Tipos de Sociedades Mercantiles

Tipo de sociedad mercantil	No. De socios	Capital	Responsabilidad
Nombre colectivo	2 o más	Capital mínimo de \$800 que deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos un 25% de cada acción.	Solidaria e ilimitada
Comandita simple	1 o más	El capital se divide en acciones nominativas del mismo valor. La 10ma. parte del capital debe ser aportado por los socios.	Solidaria e ilimitada
Responsabilidad Limitada	Mínimo 2 y máximo 15	Capital mínimo de \$400 . Debe suscribirse completamente y pagarse al menos un 50% de cada acción.	Se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones .
Compañía Anónima	2 o más	Capital mínimo de \$800 que deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos un 25% de cada acción.	Solidaria e ilimitada
Economía Mixta	Personas jurídicas y jurídicas o naturales	Capital mínimo de \$800 que deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos un 25% de cada acción.	Solidaria e ilimitada

Fuente: Dayana Moncayo M.
Elaborado por: DMM, 2009

3.1.2 Tipo de empresa (sector, actividad, CIIU)

Existen varios criterios para determinar el tipo de empresa dentro del presente estudio, así:

Cuadro No. 65: Tipos de Empresa

Clasificación	Tipo de Empresa	Características
Por su naturaleza o actividad	Industriales	Transformación de materias primas en productos terminados.
	Comerciales	Compra-venta de productos, son intermediarias de productores y consumidores
	De Servicios	Venta de servicios a la colectividad
Por el sector al que pertenece	Públicas	Su capital pertenece al sector público (Estado)
	Privadas	Su capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas)
	Mixtas	Su capital pertenece tanto al sector público como privado.
Por la integración de capital	Unipersonales	Su capital pertenece a una sola persona natural.
	Pluripersonales	Su capital pertenece a 2 o más personas naturales.

Fuente: Bravo Mercedes, 2da. Edic, pág. 56, Facultad C. Administrativas, Univ. Central del Ecuador.
Elaborado por: DMM, 2009

Este proyecto de estudio, se enmarca dentro de una actividad de servicios como una micro-empresa privada a desempeñarse en el campo del Diseño y Decoración de Interiores, con titularidad de “Compañía de responsabilidad Limitada” y con integración de capital Pluripersonal, domiciliada en la ciudad de Quito.

El sector de servicios al que pertenece es: **Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler.**

Considerando el tipo de actividad de acuerdo con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), el proyecto propuesto se encuentra catalogado dentro de la codificación **K7499.0.02** que corresponde a *“Actividades de Diseño y Exhibición: Demostración, Diseño de Artículos de Decoración Interior, de calzado, de joyas, de muebles, de prendas de vestir, actividades de Decoración de Interiores, ect”*.

3.1.3 Razón social, logotipo, slogan

El nombre que identificará a la nueva empresa de Diseño y Decoración de Interiores será:

“D/M ESTUDIO – DISEÑO DE INTERIORES”

Se pondrá en consideración de nuestros potenciales clientes una encuesta que contribuya a definir y seleccionar entre los dos logotipos que serán la imagen de la empresa dándola a conocer, con su slogan: “Diseño y Movimiento de Espacios”, el mismo que se representa a través de su nombre “D/M”.

Gráfico No. 32: Logos Propuestos Empresa de Diseño y Decoración de Interiores



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

3.2 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

Matriz FODA:

Es una herramienta de análisis estratégico que permite analizar elementos internos o externos de los proyectos *por medio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.*²²

Esta matriz, nos servirá de ayuda para formular los objetivos estratégicos que darán la pauta para estructurar tanto la misión como la visión de la compañía, sus principios, valores y estrategias, como se demuestra:

Cuadro No. 66: Análisis FODA de Objetivos Estratégicos para Proyecto de Diseño y

FORTALEZAS (Capacidades distintas, Ventajas naturales, Recursos superiores)	PUNTAJE			DEBILIDADES (Recursos y capacidades escasas, resistencia al cambio, problemas de motivación del personal)	PUNTAJE		
	1	2	3		1	2	3
- Adaptación continua a las nuevas tendencias de Diseño y Decoración	x			- Disponibilidad de Recursos Financieros.	x		
- Profesionales capacitados en las áreas de interés.	x			- Bajo nivel cultural referente a Diseño y Decoración de Interiores en el país.			x
- Descuentos a clientes potenciales y continuos.		x		- Pocos proveedores en el país de materiales innovadores o de alta tecnología.		x	
- Servicios de post-venta efectivos	x						
OPORTUNIDADES (Nuevas tecnologías, debilitamiento de competidores, posicionamiento estratégico)	PUNTAJE			AMENAZAS (Altos riesgos, Cambios en el entorno)	PUNTAJE		
	1	2	3		1	2	3
- Mejora de costos por la creación de economías de escala.		x		- Arquitectos nuevos y diseñadores que incursionan en este campo a bajos precios.			x
- Clientes satisfechos refieren a nuevos clientes.	x			- Incremento de precio materiales debido a políticas de estado (aranceles de importación)	x		
- Imagen clara y definida del servicio	x			- Decrecimiento del sector de la construcción	x		
- Equipamientos modernos.	x			-Cierre de créditos por parte de Inst. Financieras	x		

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

²²Nassir/Reinaldo Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, México, McGraw Hil, 2008, pág. 267

Para la realización de esta matriz, se asignó un puntaje representativo en relación al ámbito de importancia de los objetivos de la empresa, donde:

1= Importancia Alta, 2=Importancia Media, 3= Importancia Baja

3.2.1 Visión

Se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

Para identificar la visión de la empresa de Diseño y Decoración de Interiores, debemos señalar los siguientes elementos:

Cuadro No. 67: Elementos de la Visión

Elementos de la Visión	
Posición en el mercado	Establecimiento de Servicios de Diseño y Decoración de Interiores
Cliente	Familias y Negocios
Tiempo	4 años
Ámbito del Mercado	Barrios de la Parroquia Iñaquito
Servicios	Diseño y Decoración
Valores	Responsabilidad, Transparencia, Honestidad
Principio Organizacional	Creatividad

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

Cuadro No. 68: Visión Empresa de Diseño y Decoración de Interiores

VISION 2014:

“Líder en el mercado de diseño y decoración de interiores en la ciudad de Quito, con apoyo profesional que respalda la excelencia en el servicio.”

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

3.2.2 Misión

Es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define:

- * Lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa,
- * Lo que pretende hacer,
- * Para quién lo va a hacer

Es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas. Para identificar la visión de la empresa de Diseño y Decoración de Interiores, debemos señalar los siguientes elementos:

Cuadro No. 69: Elementos de la Misión

Elementos de la Misión	
Naturaleza del Negocio	Servicios de Diseño y Decoración de Interiores
Razón por existir	Mejorar el ambiente diario de los seres humanos
Mercado al que sirve	Familias y Negocios
Características generales del Servicio	Funcionalidad, durabilidad y estética
Principios y Valores	Cumplimiento, seriedad y calidad

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: DMM, 2009

Es así que la misión de la nueva empresa será:

Cuadro No. 70: Misión empresa de Diseño y Decoración de Interiores

MISIÓN:

“Ofrecer las mejores alternativas de diseño y decoración de interiores, para transformar el ambiente diario de nuestros clientes, manteniendo un servicio diferenciado que brinde funcionalidad, durabilidad y estética, garantizando con eficiencia su completa satisfacción”

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

Son generadores de compromiso que de alguna u otra manera se identifican con el contexto de la cultura organizacional en la empresa; pero, que se desea consolidar y fortalecer en el corto, medio y largo plazo y, sirven para crear una cultura organizacional.

Bajo este concepto, los principios para la nueva empresa son:

Cuadro No. 71: Principios

PRINCIPIOS	DESCRIPCIÓN
Respeto a la naturaleza	Utilizando materiales biodegradables.
Trabajo en Equipo	Obteniendo opiniones de los integrantes de la empresa con el fin de tomar decisiones acertadas para el beneficio global.
Creatividad	Inventar y crear nuevas opciones de Diseño y Decoración, innovando constantemente para beneficio de los clientes y de la empresa.
Pasión	Por la actividad y objetivos de la empresa, mostrando gran afición y entusiasmo para lograr el éxito deseado.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

Los valores sobre los cuales ésta empresa se cimentará son:

Cuadro No. 72: Valores

VALORES	DESCRIPCION
Disciplina	Los integrantes de la empresa deben respetar las reglas establecidas.
Honestidad	Comportamiento sincero y coherente, respetando la verdad y justicia.
Esfuerzo	Empleo de todos los recursos físicos e intelectuales de la empresa para lograr los objetivos propuestos.
Respeto	Hacia los clientes que son el pilar fundamental de la empresa, los empleados por su aporte intelectual y físico así como a la naturaleza para mantener nuestro hábitat.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: DMM, 2009

3.2.3 Objetivos y Estrategia Empresarial

Los *Objetivos son los logros que la organización quiere alcanzar en un plazo determinado.*

Los **objetivos estratégicos** *sirven para definir el futuro del negocio y deben realizarse con un alcance mínimo de 3 años y máximo de 5 años, dependiendo del tamaño de la empresa.*

Las **Estrategias** son adaptaciones de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando las oportunidades y evaluando los riesgos en función de objetivos y metas.

Matriz DOFA

Es una herramienta utilizada para la formulación y evaluación de estrategias.

Nos permitirá formular de manera acertada las estrategias empresariales, combinando las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa de Diseño y Decoración de Interiores.

A continuación, se puede observar la gráfica de la misma:

Cuadro No. 73: Análisis DOFA para determinar Estrategias

DOFA PARA DETERMINAR ESTRATEGIAS EMPRESARIALES		FACTORES INTERNOS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES -Clientes satisfechos refieren a nuevos clientes. -Imagen clara y definida del servicio -Equipamientos modernos.	-Adaptación continua a las nuevas tendencias de Diseño y Decoración. -Profesionales capacitados en las áreas de interés. -Servicios de post-venta efectivos - Respeto al medio ambiente.	-Disponibilidad de Recursos Financieros.
	AMENAZAS -Decrecimiento del sector de la construcción. -Incremento de precio materiales debido a políticas de estado (aranceles de importación) -Cierre de créditos por parte de Inst. Financieras -Desastres naturales	Estrategias F.O: * Posicionamiento de imagen y servicio. * Tecnología actual que impulsa el desarrollo de la empresa. * Servicio exclusivo y de calidad. *Garantía en servicios ejecutados.	Estrategias D.O: * Financiamiento para compra de equipos modernos.
		Estrategias F.A: *Consumo de materiales nacionales. * Procedimientos de reciclaje de deshechos. *Personal capacitado para incrementar proyectos.	Estrategias D.F: *Reinversión de rentabilidad obtenida.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

3.2.3.1 Estrategia de Competitividad

Una ventaja competitiva es aquella característica que nos hace diferentes de la competencia que es la organización, recursos humanos, sistemas de información, tecnología, productos y servicios, proceso productivo, finanzas, comercialización.

Según Michael Porter, la estrategia competitiva consiste en *desarrollar una amplia formula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos.*

Existen 3 tipos de estrategia de competitividad:

- Liderazgo en costos.- Hacer todo lo posible para disminuir los costos unitarios.
- Diferenciación.- Hacer lo necesario para diferenciar los productos de aquellos ofrecidos por la competencia con el propósito de poder cobrar un precio mayor.
- Enfoque.- Ser los mejores en un segmento o grupo de segmentos.

En base a lo anterior, el objetivo y estrategia para el presente proyecto serán:

Cuadro No. 74: Objetivo y Estrategia de Competitividad

OBJETIVOS	ESTRATEGIA de COMPETITIVIDAD
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer proyectos de diseño y decoración innovadores y creativos. • Brindar servicio personalizado y eficaz mediante revisiones continuas de los proyectos antes, durante y después. 	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad y exclusividad de servicio. • Garantía en servicios.

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: DMM, 2009

3.2.3.2 Estrategia de Crecimiento

Consiste en mantener el crecimiento de las ventas del servicio además de mantener la participación de la empresa en el mercado actual e incursionar en mercados nuevos.

Existen 3 tipos de estrategia de crecimiento:

- Intensivo: Incremento de la participación en los mercados que opera.
- Integrado: Incremento en la rentabilidad a partir del control de ciertas actividades estratégicas.

- **Diversificado:** Cuando la expansión del negocio se dirige hacia nuevos mercados, pues el actual ya no representa oportunidades atractivas.

En base a lo anterior, el objetivo y estrategia para presente proyecto serán:

Cuadro No. 75: Objetivos y Estrategia de Crecimiento

OBJETIVOS	ESTRATEGIA de CRECIMIENTO
Incrementar el porcentaje de proyectos de acuerdo al crecimiento de la construcción, optimizando recursos para obtener mayor rentabilidad. Buscar alternativas económicas para incrementar la capacidad de servicio de la empresa.	Equipamiento y tecnología modernos Consumo de materiales nacionales Maximización del Recurso Humano Reinversión de utilidades.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

3.2.3.3 Estrategia de Competencia

Trata de buscar alternativas para encontrar su propio espacio en el mercado, sin dejar que la competencia afecte su desempeño y enfocándose hacia un servicio especializado.

Cuadro No. 76: Objetivos y Estrategias de Competencia

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS de COMPETENCIA
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una página web para dar a conocer los servicios de Diseño y Decoración de Interiores, con imágenes de proyectos concluidos y opiniones de los clientes satisfechos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento de imagen y servicio .

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

3.2.3.4 Estrategia Operativa

Se define como un conjunto de programas, actividades, proyectos y políticas que tienen que ver con el manejo de las fuerzas productivas y la administración del trabajo en una empresa.

Cuadro No. 77: Objetivos y Estrategias Operativas

OBJETIVOS	ESTRATEGIA OPERATIVAS
<ul style="list-style-type: none">Realizar clasificación de desechos al finalizar los proyectos con la finalidad de causar bajo impacto ambiental y colaborar con la conservación del planeta.	<ul style="list-style-type: none">Reciclaje de desechos.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

3.3 ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA

Una estrategia de mercadotecnia es la forma que describe como los objetivos de mercadeo van a ser alcanzados.

3.3.1 Estrategia de Precio

Una estrategia válida es otorgar descuentos a clientes continuos para promover su fidelidad con precios garantizados.

3.3.2 Estrategia de Promoción

Utilizar publicidad en revistas especializadas de Diseño y Decoración a nivel local, además de la creación de una pagina web para dar a conocer los servicios, que prestará la empresa, sus conceptos, ideas y estilos a fin de captar mayor número de clientes.

3.2.3 Estrategia de Servicio

Brindar una amplia gama de alternativas en cuanto a Diseño y Decoración para que el cliente perciba la variedad existente, haciendo énfasis en la calidad y garantía como valor agregado y en los beneficios económicos y psicológicos.

3.3.4 Estrategia de Plaza

Debido a que la empresa se encontrará ubicada en el principal sector financiero y de negocios en la ciudad de Quito, brindará las facilidades para satisfacer plenamente a los clientes con un servicio de calidad además de ser completamente personalizado y con excelente cobertura a nivel local.

3.3.5 Estrategia de Distribución

La comercialización del servicio se la realizará sin intermediarios de forma personalizada con un seguimiento postventa efectivo.

3.3.6 Mapa Estratégico

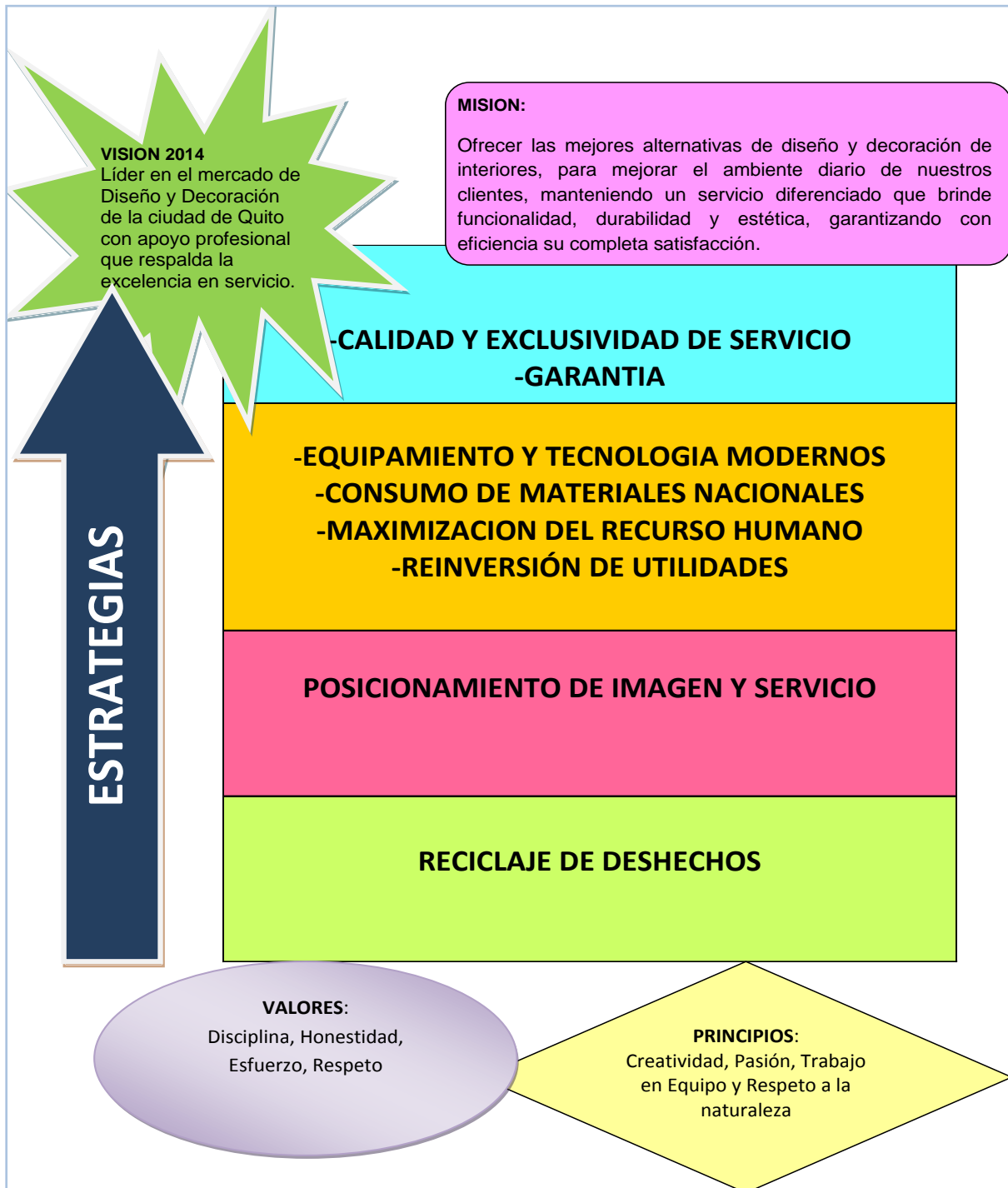
Un Mapa estratégico proporciona el marco de referencia para ilustrar de qué forma una estrategia vincula los activos intangibles con los procesos de creación de valor.²³

Todo lo anteriormente señalado se resume en el Mapa Estratégico “D/M Diseño Interior” que se muestra a continuación:

²³ <http://bjnasesores.com/Mpestrategia.html>

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Gráfico No. 33: Mapa Estratégico



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

3.4 LA ORGANIZACIÓN

Es el resultado de coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias de tal manera que se logren los fines propuestos.

3.4.1 Estructura orgánica

Es la forma como está estructurada la empresa y la relación que guardan las actividades realizadas entre los gerentes y colaboradores. El proyecto de estudio de Diseño y Decoración, tiene la siguiente estructura:

Cuadro No. 78: Estructura Organizacional

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL D/M DISEÑO INTERIOR	
Órgano de Dirección	Gerente General Gerente Administrativo
Órgano de Apoyo	Dibujantes Asistente Contable Recepcionista
Órgano de Línea	Diseñador (Gerente Gral.) R. Humanos (Gerente Adm.) Contador Externo

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

3.4.2 Responsabilidades y Perfiles profesionales

Para tener un panorama claro sobre lo que cada integrante de la empresa realizará (actividades y funciones), es necesario, realizar una síntesis de acuerdo al cargo de cada uno de ellos, así:

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 79: Responsabilidades y Perfiles profesionales

Profesional	Perfil	Responsabilidades
Gerente General	Diseñador de Interiores con título universitario, conocimientos globales del funcionamiento de una empresa, capacidad de dirección y liderazgo, capacidad crítica de análisis, espíritu de observación, fortaleza mental y física.	<ul style="list-style-type: none"> - Representación legal de la empresa. - Contratar todas las posiciones gerenciales a futuro. - Planificación y desarrollo de metas de la empresa. - Crear y mantener buenas relaciones con clientes y proveedores. - Realizar la comercialización directa del servicio con todos los clientes de la empresa.
Gerente Administrativo	Ing. Comercial con título universitario con capacidad organizativa y conocimientos financieros, laborales, tributarios y administrativos además de paquetes informáticos.	<ul style="list-style-type: none"> - Plantear y definir políticas normas y procedimientos para el funcionamiento de la empresa. - Capacitación al personal. - Supervisión general de actividades. - Planificar, dirigir y evaluar los procesos de recursos humanos y de finanzas.
Contador	CPA con título profesional universitario y conocimientos para aplicar técnicas contables, fiscales y financieras combinando el conocimiento de diversas disciplinas para facilidad de sus labores.	<ul style="list-style-type: none"> - Apertura de libros contables. - Establecimiento de sistemas contables. - Estados Financieros y análisis. - Certificación de planillas de impuestos. - Aplicación de beneficios y reporte de dividendos. - Reportes financieros para toma de decisiones.
Dibujantes	Estudiantes de diseño con conocimientos de programas como Autocad, Corel Draw, Office.	<ul style="list-style-type: none"> - Dibujar planos de anteproyectos y proyectos. - Ploteo e impresión de planos. - Levantamiento físico y fotográfico de espacios a través de mediciones.
Asistente Contable	Estudiante de Finanzas, Administración o carreras afines con conocimientos contables sólidos y de paquetes informáticos.	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación y registro de documentos contables. - Archivo de documentos contables. - Participación en control de activos. - Recibe y procesa ingresos, cheques, egresos, pagos.
Recepcionista	Estudiante universitario con conocimiento de paquetes informáticos.	<ul style="list-style-type: none"> - Operación de teléfonos. - Recepción de correspondencia - Atención al cliente

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: DMM, 2009

3.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y ANÁLISIS

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de alguna de sus áreas administrativas en donde se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen.²⁴

Los organigramas se clasifican de acuerdo a su objeto en:

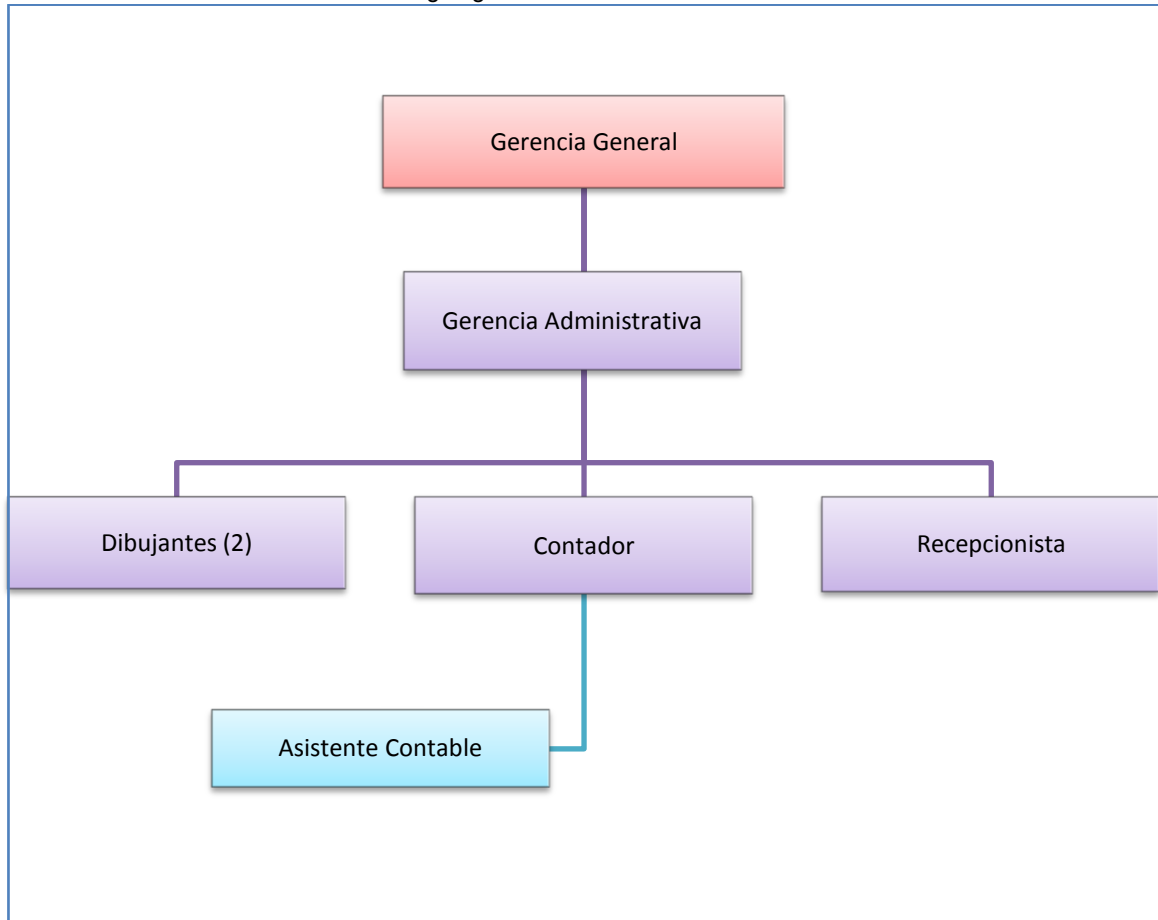
- **Estructurales.**- Representan la estructura administrativa de una organización o parte de ella.

- **Funcionales.**- Indican el cuerpo de la gráfica además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones o labores de los órganos representados.

- **Posicionales.**- Representa en forma objetiva la distribución del personal en las unidades administrativas, se incluye la denominación del puesto, remuneraciones y el número total de empleados.

A continuación se observa el cuadro de responsabilidades del talento humano de acuerdo a los perfiles profesionales de cada uno de los integrantes de la nueva empresa:

Gráfico No. 34: Organigrama “ D/M Diseño de Interiores”



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: DMM, 2009

La jerarquía de la empresa de “D/M Diseño Interior” empieza con el Gerente General, quien es el líder de la organización, seguido por la Gerencia Administrativa que reporta a la Gerencia General y tiene a cargo a los Dibujantes, Contador, Asistente y Recepcionista.

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

IV: ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo de este estudio, es sistematizar toda la información contable, financiera y económica de los estudios precedentes verificando que el proyecto genere fondos suficientes para cubrir las obligaciones financieras y la rentabilidad más aceptable una vez que se encuentre en funcionamiento.

4.1 PRESUPUESTOS

Los Presupuestos son un instrumento que permite la coordinación de la inteligencia combinada de toda la organización dentro de un plan de acción.²⁵

Son la previsión de los gastos e ingresos de una empresa ya sea a corto o largo plazo con la finalidad de establecer prioridades para desarrollar un mejor rendimiento de la inversión realizada.

4.1.1 Presupuesto de Inversión

Es un presupuesto aproximado de cuanto se necesitará invertir para poner a funcionar el proyecto de Diseño y Decoración de Interiores.

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto, se agrupan de la siguiente manera:

4.1.1.1 Inversiones en Activos Fijos

Son las que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en la operación normal del proyecto, como se describe a continuación:

Cuadro No. 80: Inversiones en Activos Fijos

a. INVERSIONES FIJAS	INVERSIONES REALIZADAS
ACTIVOS FIJOS	\$32.305,00
Adecuaciones e Instalaciones	\$10.000,00
Maquinaria y Equipo	\$2.890,00
Vehículos	\$12.000,00
Equipos de Oficina	\$550,00
Muebles de Oficina	\$3.565,00
Equipo de Computo	\$3.300,00

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico

Para efectos contables, los activos fijos se encuentran sujetos a depreciación la cual afectará el resultado de la evaluación sobre el cálculo de los impuestos.²⁶

4.1.1.2 Inversiones en Activos Intangibles

Las inversiones en activos intangibles son las que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Este tipo de inversión está representada por gastos de constitución, estudios de factibilidad, capacitación, publicidad inicial y otros imprevistos.

Cuadro No. 81: Activos Intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES	\$10.050,00
Estudios	\$1.000,00
Gastos de Organización	\$2.500,00
Capacitación del personal	\$300,00
Publicidad inicial	\$250,00
Software para Diseño (Asesoría Técnica)	\$3.000,00

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

4.1.1.3 Inversiones en Capital de Trabajo

Es el conjunto de recursos necesarios en forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante su ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinados.²⁷

Los métodos principales para calcular el monto de la inversión en capital de trabajo, son:

* **Método del Capital de Trabajo Bruto (Contable):** Se cuantifica la inversión requerida en cada uno de los rubros correspondientes al activo corriente, excluyendo los compromisos de corto plazo como crédito de proveedores o préstamos bancarios.

* **Método del Ciclo Productivo (Desfase):** Se denomina ciclo productivo al proceso que inicia con la adquisición de materias primas y concluye con la venta de los insumos transformados en productos terminados, percibiendo ingresos que servirán para la compra de nuevas materias primas.

* **Método del Déficit acumulado máximo:** Supone calcular para cada mes los flujos de ingresos y egresos proyectados y determinar su cuantía como el equivalente al déficit acumulado máximo.

Para el proyecto de estudio de Diseño y Decoración de Interiores, se utilizará el método del **Ciclo Productivo o Desfase**, el mismo que consiste en determinar la cuantía de los costos operativos desde el incurrimiento en el primer pago por la compra de insumos hasta la recaudación del dinero correspondiente al primer ingreso por la venta del servicio la cual se destinará a financiar el siguiente período, esto se consigue calculando el costo de operación mensual y dividiéndolo para 30 días, de esta forma se obtendrá un costo de operación diario que se multiplica por la duración en días del ciclo de vida.

$$ICT = \frac{Ca}{30} * n_d$$

Donde:

Ca = Costo anual

n_d = Número de días de desfase

$$ICT = \frac{62269.47}{30} * 30 = 1$$

El ciclo productivo de la empresa, es de 30 días debido a la variabilidad de tiempo en los proyectos, la misma que se ve influenciada por el tamaño de los mismos, por lo tal motivo, el período de operación será mensual.

En el siguiente cuadro, se detalla el Capital de Trabajo para “D/M Diseño Interior”.

Cuadro No. 82: Capital de Trabajo

b. CAPITAL DE TRABAJO	\$37.132,83
Materia Prima	\$27.754,50
Mano de Obra Directa	\$6.520,86
Mano de Obra Indirecta	\$1.843,70
Arriendo	\$400,00
Combustibles y Lubricantes	\$120,00
Útiles de Oficina	\$78,77
Servicios Básicos	\$415,00

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

(FAVOR VER ANEXO 4: **INVERSIONES**)

4.1.2 CRONOGRAMA DE INVERSIONES Y REINVERSIONES

Este cronograma previo a la operación, servirá para identificar los montos a invertir en cada período anterior a la puesta en marcha del proyecto.

Conocido también como Calendario de Inversiones, representa la estimación del tiempo en que se realizarán las inversiones fijas, de activos intangibles y de capital de trabajo.

Para este proyecto, el cronograma trazado se encuentra delineado para un período de cinco años, por cuanto las inversiones deben darse en años futuros y no necesariamente dentro de un mismo período, tal como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 83: Cronograma de Inversiones y Reinversiones

a. INVERSIONES FIJAS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS FIJOS	32.305	0	0	3.300	0	0
Terrenos	0					
Edificios y Construcciones	0					
Adecuaciones e Instalaciones	10.000					
Maquinaria y Equipo	2.890					
Vehículos	12.000					
Equipos de Oficina	550					
Muebles de Oficina	3.565					
Equipo de Computo	3.300			3.300		
ACTIVOS INTANGIBLES	10.050	0	0	0	0	0
Estudios	1.000					
Gastos de Organización	2.500					
Software para Diseño (Asesoría Técnica)	3.000					
Capacitación del personal	300					
Publicidad inicial	250					
Software para Diseño (Asesoría Técnica)	3.000					
TOTAL INVERSIONES FIJAS...	42.355	0	0	3.300	0	0
b. CAPITAL DE TRABAJO	37.133	0	0	0	0	0
Materia Prima	27.755					
Mano de Obra Directa	6.521					
Mano de Obra Indirecta	1.844					
Arriendo	400					
Combustibles y Lubricantes	120					
Útiles de Oficina	79					
Servicios Básicos	415					
TOTAL INVERSIONES FIJAS + CAP. DE TRABAJO...	79.488	0	0	3.300	0	0

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

4.1.3 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

El *Presupuesto de Operación* representa las estimaciones que se relacionan en forma directa con la parte neurológica de la empresa partiendo desde la producción misma hasta los gastos que conllevan ofertar el servicio.

28

Incluye presupuestar todas las actividades para el período siguiente al cual se labora y cuyo contenido se resume generalmente en un estado de pérdidas y ganancias proyectadas. En él se incluyen los presupuestos de Ingresos (Valor individual de cada servicio ofrecido por la empresa) y Egresos.

4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos se sustenta en la venta del servicio de Diseño y Decoración de Interiores, puesto que en el estudio de mercado se definió el tipo de servicio y la demanda insatisfecha que será captada por el proyecto.

Para poder elaborar este presupuesto, debemos establecer el volumen de ventas del servicio por mes y anualmente por cada proyecto de Diseño y Decoración, donde constan los siguientes rubros:

- Diseño de Planos
- Asesoría General de Diseño y Decoración
- Ejecución de Obras
- Diseño Paisajismo
- Diseño Stands Ferias
- Diseño Escaparatismo

En los siguientes cuadros, se encuentra la información de forma detallada:

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 84: Presupuesto Anual de Ingresos

RUBROS	Precio por m2	Promedio de m2 por proyecto	No. Proyectos Anuales	AÑOS				
				1	2	3	4	5
Diseño Planos	\$ 4,00	100	60	\$24.000	\$24.000	\$24.000	\$24.000	\$24.000
Asesoría General Decoración Interiores	\$ 2,00	100	60	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000
Ejecución de Obras	\$ 75,00	100	60	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000
Diseño Paisajismo	\$ 3,00	100	12	\$3.600	\$3.600	\$3.600	\$3.600	\$3.600
Diseño Stands para ferias o eventos	\$ 8,00	5	12	\$480	\$480	\$480	\$480	\$480
Diseño Escaparatismo (Decoración de Vitricas)	\$ 25,00	5	12	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500
TOTAL INGRESOS...				\$491.580	\$491.580	\$491.580	\$491.580	\$491.580

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

Cuadro No. 85: Presupuesto Mensual de Ingresos

RUBROS	Precio por m2	Promedio de m2 por proyecto	No. Proyectos por Mes	MESESES							
				1	2	3	4	5	6	7	8
Diseño Planos	\$ 4,00	100	5	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000
Asesoría General Decoración Interiores	\$ 2,00	100	5	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Ejecución de Obras	\$ 75,00	100	5	\$ 37.500	\$ 37.500	\$ 37.500	\$ 37.500	\$ 37.500	\$ 37.500	\$ 37.500	\$ 37.500
Diseño Paisajismo	\$ 3,00	100	1	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
Diseño Stands para ferias o eventos	\$ 8,00	5	1	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40
Diseño Escaparatismo (Decoración de Vitricas)	\$ 25,00	5	1	\$ 125	\$ 125	\$ 125	\$ 125	\$ 125	\$ 125	\$ 125	\$ 125
TOTAL INGRESOS...				\$ 40.966	\$ 40.965	\$ 40.965	\$ 40.965	\$ 40.965	\$ 40.965	\$ 40.965	\$ 40.965

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

4.1.3.2 Presupuesto de Egresos

Es una estimación económica que permite determinar los gastos en que se incurrirá al comercializar los servicios de Diseño y Decoración de Interiores.

Los principales gastos que se requiere presupuestar son los de Ejecución de Obra, los de Administración y Ventas y los Gastos Financieros.

Para llegar a obtener el presupuesto de egresos anual, se debe elaborar un presupuesto mensual que detalle cada uno de los costos y elementos que participan en él como son:

- **Costos Directos.-** Son los que se identifican plenamente con el proceso de producción o ejecución de la obra (Materiales, Mano de obra directa, depreciaciones).
- **Costos Indirectos.-** No participan completamente en el proceso de ejecución de la obra (Mano de obra indirecta, materiales suministros, arriendos y depreciaciones).
- **Depreciaciones.-** Consiste en la pérdida de valor de los activos fijos usados por la empresa.
- **Amortizaciones.-** Son el proceso de distribución de un valor duradero o un costo en determinado período de tiempo.

A continuación, se detallan los presupuestos de egresos anual y mensual:

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 86: Presupuesto Anual de Egresos

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
COSTOS DE EJECUCION OBRA	\$ 359.059	\$ 359.059	\$ 359.059	\$ 359.059	\$ 359.059
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	\$ 104.973	\$ 104.973	\$ 104.973	\$ 104.973	\$ 104.973
GASTOS FINANCIEROS	\$ 6.015	\$ 5.040	\$ 3.962	\$ 2.771	\$ 1.454
TOTAL EGRESOS...	\$ 470.047	\$ 469.072	\$ 467.994	\$ 466.803	\$ 465.486

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

Cuadro No. 87: Presupuesto Mensual de Egresos para el primer año

RUBROS	MESES												CLASIFICACION		TOTAL ANUAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	FIJO	VARIABLE	
COSTOS DE EJECUCION DE OBRA	\$29.922	\$29.922	\$29.922	\$29.922	\$29.922	\$29.922	\$29.922	\$29.922	\$29.922	\$29.922	\$29.922	\$29.922	\$0	\$359.059	\$359.059
Materiales Directos	\$11.330	\$11.330	\$11.330	\$11.330	\$11.330	\$11.330	\$11.330	\$11.330	\$11.330	\$11.330	\$11.330	\$11.330		\$135.954	\$135.954
Materiales Indirectos	\$16.425	\$16.425	\$16.425	\$16.425	\$16.425	\$16.425	\$16.425	\$16.425	\$16.425	\$16.425	\$16.425	\$16.425		\$197.100	\$197.100
Mano de Obra Directa	\$1.844	\$1.844	\$1.844	\$1.844	\$1.844	\$1.844	\$1.844	\$1.844	\$1.844	\$1.844	\$1.844	\$1.844		\$22.124	\$22.124
Depreciaciones	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203	\$203		\$2.440	\$2.440
Combustibles y Lubricantes	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120		\$1.440	\$1.440
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	\$8.748	\$8.748	\$8.748	\$8.748	\$8.748	\$8.748	\$8.748	\$8.748	\$8.748	\$8.748	\$8.748	\$8.748	\$104.973	\$0	\$104.973
Mano de Obra Indirecta	\$6.521	\$6.521	\$6.521	\$6.521	\$6.521	\$6.521	\$6.521	\$6.521	\$6.521	\$6.521	\$6.521	\$6.521	\$78.250		\$78.250
Utiles de oficina	\$79	\$79	\$79	\$79	\$79	\$79	\$79	\$79	\$79	\$79	\$79	\$79	\$945		\$945
Servicios básicos	\$415	\$415	\$415	\$415	\$415	\$415	\$415	\$415	\$415	\$415	\$415	\$415	\$4.980		\$4.980
Arriendos	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$4.800		\$4.800
Publicidad y propaganda	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$3.000		\$3.000
Depreciaciones	\$273	\$273	\$273	\$273	\$273	\$273	\$273	\$273	\$273	\$273	\$273	\$273	\$3.278		\$3.278
Amortizaciones Intangibles	\$810	\$810	\$810	\$810	\$810	\$810	\$810	\$810	\$810	\$810	\$810	\$810	\$9.720		\$9.720
GASTOS FINANCIEROS	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$6.015	\$0	\$6.015
Intereses	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$501	\$6.015		\$6.015
GASTOS TOTALES...	\$39.171	\$39.171	\$39.171	\$39.171	\$39.171	\$39.171	\$39.171	\$39.171	\$39.171	\$39.171	\$39.171	\$39.171	\$110.989	\$359.059	\$470.047

Fuente: Estudio Técnico, 2009

Elaborado por: DMM, 2009

4.1.3.3 Estado de Origen y Aplicación de Recursos

Es un estado financiero que resume los recursos que obtuvo la empresa en un período determinado y especifica los usos que se dará a esos recursos.²⁹

Esta información nos permite conocer si los recursos generados en la actividad son suficientes para atender la financiación requerida o si, por el contrario, la empresa tiene requerimientos adicionales de financiamiento.

Cuadro No. 88: Estado de Origen y Aplicación de Recursos

RUBROS DE INVERSION	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
		RECURSOS PROPIOS	BANCO
ACTIVOS FIJOS	\$ 32.305	\$ 10.305	\$ 22.000
Terrenos	\$ 0		
Edificios y Construcciones	\$ 0		
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 10.000		\$ 10.000
Maquinaria y Equipo	\$ 2.890	\$ 2.890	
Vehículos	\$ 12.000		\$ 12.000
Equipos de Oficina	\$ 550	\$ 550	
Muebles de Oficina	\$ 3.565	\$ 3.565	
Equipo de Computo	\$ 3.300	\$ 3.300	
ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 10.050	\$ 10.050	
Estudios	\$ 1.000	\$ 1.000	
Gastos de Organización	\$ 2.500	\$ 2.500	
Software para Diseño (Asesoría Técnica)	\$ 3.000	\$ 3.000	
Capacitación del personal	\$ 300	\$ 300	
Publicidad inicial	\$ 250	\$ 250	
Software para Diseño (Asesoría Técnica)	\$ 3.000	\$ 3.000	
TOTAL INVERSIONES FIJAS...	\$ 42.355	\$ 20.355	\$ 22.000
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 37.133	\$ 1.844	\$ 35.289
Materia Prima	\$ 27.755		\$ 27.755
Mano de Obra Directa	\$ 6.521		\$ 6.521
Mano de Obra Indirecta	\$ 1.844	\$ 1.844	
Arriendo	\$ 400		\$ 400
Combustibles y Lubricantes	\$ 120		\$ 120
Útiles de Oficina	\$ 79		\$ 79
Servicios Básicos	\$ 415		\$ 415
TOTAL INVERSIONES FIJAS + CAP. DE TRABAJO...	\$ 79.488	\$ 22.199	\$ 57.289

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

²⁹Zapata Pedro, Contabilidad de Costos, Colombia, McGraw Hill, 1998, pág..18

4.1.3.4 Estructura de Financiamiento

La decisión de determinar qué porcentaje de capital se financiará con deuda y qué porcentaje será financiado con por un préstamo o crédito bancario, representa la estructura de financiamiento de una empresa.

Así, un 28% del financiamiento corresponde a fondos propios, y un 72% a financiamiento externo en donde el 70% será solicitado a la Corporación Financiera Nacional y el 2% restante a otra entidad financiera.

La composición del financiamiento, se detalla a continuación.

Cuadro No. 89: Estructura de Financiamiento

FUENTES	MONTO	%
RECURSOS PROPIOS	22.199	28%
RECURSOS DE TERCEROS	57.289	72%

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

4.1.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio representa el nivel en que los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos operativos totales.³⁰

Su análisis sirve para anticipar y lograr un volumen de ventas suficientes en los servicios de Diseño y Decoración de Interiores con el fin de cubrir los costos fijos y variables pues de otro modo, la empresa incurriría en pérdidas provenientes de las operaciones.

Para determinar el punto de equilibrio, es necesario identificar los costos que participan en la operación de la empresa de acuerdo a su variabilidad.

Así tenemos:

³⁰ Brigham Eugene, Fundamentos de Administración Financiera, México, McGraw Hill, 2001, pág..105

- **Costos Fijos.-** Son aquellos que permanecen constantes durante el periodo contable de la empresa. (Gastos de Administración y Ventas)
- **Costos Variables.-** Son los que varían proporcionalmente con el volumen de producción. (Costos de Ejecución de Obra).

Para determinar el punto de equilibrio, empleamos la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

Así:

Cuadro No. 90: Costos Fijos y Variables

RUBROS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO DE EJECUCIÓN DE OBRA		\$ 359.059
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	\$ 104.973	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 6.015	
TOTAL...	\$ 110.989	\$ 359.059

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

Cuadro No. 91: Punto de Equilibrio

INGRESOS TOTALES:	491.581	dólares
PUNTO DE EQUILIBRIO =	$1 - \frac{\text{COSTO FIJO} + \text{COSTO VARIABLE}}{\text{INGRESOS TOTALES}}$	
PUNTO DE EQUILIBRIO =	\$ 411.703	dólares

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

Cuadro No. 92: Tiempo de Alcance Punto de Equilibrio

CALCULO DE TIEMPO EN QUE SE ALCANZA EL PUNTO DE EQUILIBRIO	
Empleando una regla de 3:	
491.581	1
411.703	0,8
=	8 MESES

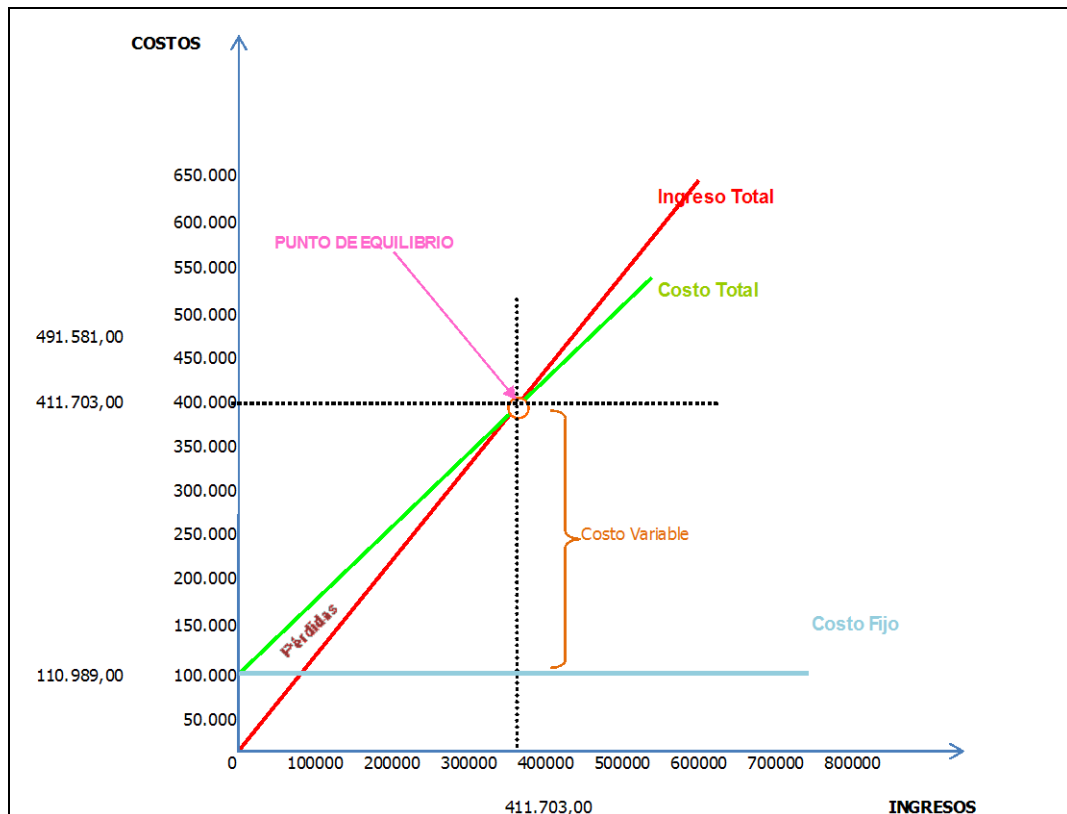
Elaborado por: DMM, 2009

Por lo tanto, el punto de equilibrio en el que las ventas son iguales al total de los costos operativos es de \$411.703.

Además, se llega a este punto en un lapso de tiempo de 8 meses después de iniciada la actividad empresarial.

En el siguiente gráfico se puede observar el comportamiento de los costos y su punto de equilibrio:

Gráfico No. 35: Punto de Equilibrio



Elaborado por: DMM, 2009

4.2 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Los estados financieros, proporcionan un panorama contable a cerca de las operaciones de la empresa y su posición financiera.³¹

Los estados financieros proyectados, denominados también proforma, son producto de las previsiones económicas que se espera tanto en ingresos como en egresos como resultado de la actividad programada, siendo de gran ayuda para evaluar las consecuencias futuras y realizar una correcta toma de decisiones.

Entre los estados financieros más conocidos se encuentran: Estado de Resultados, Flujo de Fondos, Balance General.

4.2.1 DEL PROYECTO

4.2.1.1 Estado de Resultados

Conocido también como Estado de pérdidas y ganancias, es un informe contable que establece la situación económica de la empresa durante un período determinado a través de la presentación ordenada y sistemática de las cuentas que denotan rendimientos, costos del servicio y gastos del período.³²

En el estado de resultados para el proyecto de Diseño y Decoración de interiores, participan rubros como los ingresos para 5 años (empleando el método de valor constante), egresos, 15% de utilidades para empleados y 25% de impuesto a la renta, teniendo como resultado el valor correspondiente a la utilidad para cada año, la misma que deberá ser positiva para que la empresa continúe operando. A continuación, se detallan el estado de resultados y el desempeño de la utilidad neta a través del tiempo:

³¹ Meneses Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, Quito, Ecuador, ESPE, 2004, pág. 152

³² Rayburn Gayle, Contabilidad y Administración de Costos, México, McGraw Hill, 1999, pág. 727

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES
EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

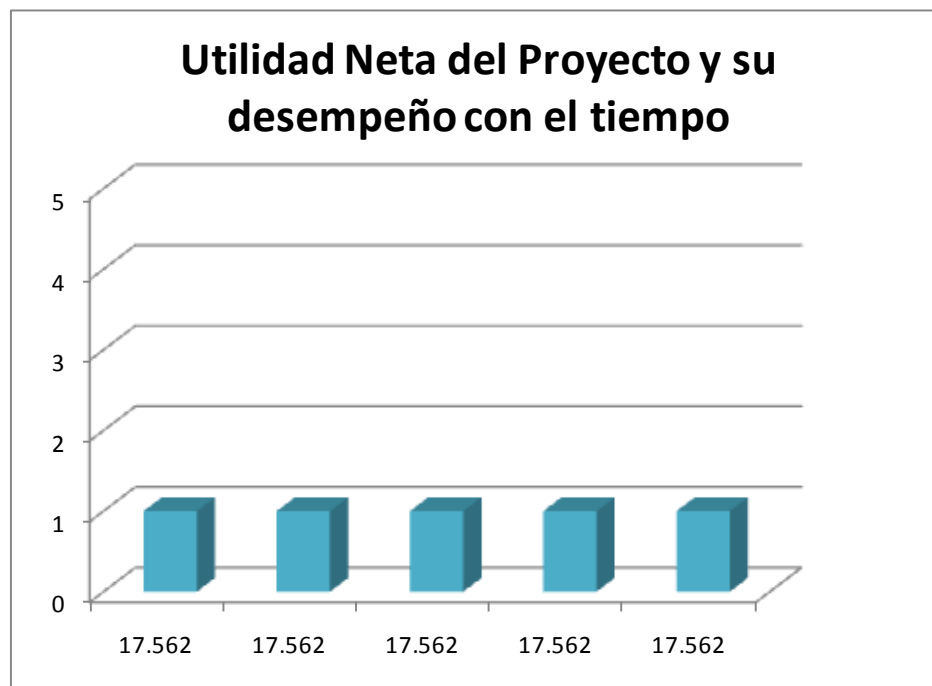
Cuadro No. 93: Estado de Resultados del Proyecto

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	491.580	491.580	491.580	491.580	491.580
- COSTO DE EJECUCIÓN DE OBRA	359.059	359.059	359.059	359.059	359.059
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	132.521	132.521	132.521	132.521	132.521
- GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	104.973	104.973	104.973	104.973	104.973
- GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS	27.548	27.548	27.548	27.548	27.548
- PART. TRABAJADORES (15%)	4.132	4.132	4.132	4.132	4.132
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	23.416	23.416	23.416	23.416	23.416
- IMPUESTO A LA RENTA (25%)	5.854	5.854	5.854	5.854	5.854
= UTILIDAD NETA	17.562	17.562	17.562	17.562	17.562

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

Gráfico No. 36: Variación de la Utilidad Neta del Proyecto



Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

4.2.1.2 Flujo Neto de Fondos

Mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la nueva empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y si los recursos con los que cuentan son suficientes para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.³³

Es uno de los estados financieros proyectados más importante puesto que la evaluación del proyecto se realizará en función de los resultados obtenidos de este flujo. La información necesaria para realizar esta proyección se toma tanto del estudio de mercado como del estudio técnico y de tablas anteriores como el estado de resultados, como se demuestra en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 94: Flujo Neto de Fondos del Proyecto

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		491.580	491.580	491.580	491.580	491.580
- COSTO DE EJECUCION DE OBRA		359.059	359.059	359.059	359.059	359.059
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		132.521	132.521	132.521	132.521	132.521
- GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS		104.973	104.973	104.973	104.973	104.973
- GASTOS FINANCIEROS		0	0	0	0	0
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS		27.548	27.548	27.548	27.548	27.548
- PART. TRABAJADORES (15%)		4.132	4.132	4.132	4.132	4.132
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		23.416	23.416	23.416	23.416	23.416
- IMPUESTO A LA RENTA (25%)		5.854	5.854	5.854	5.854	5.854
= UTILIDAD NETA		17.562	17.562	17.562	17.562	17.562
+ DEPRECIACIONES		5.718	5.718	5.718	5.718	5.718
+ AMORT. INTANGIBLES		810	810	810	810	810
INVERSION INICIAL	-79.488					
- INVERSION DE REEMPLAZO		0	0	3.300	0	0
+ VALOR DE DESECHO						5.718
+ RECUP. CAPITAL DE TRABAJO						37.133
= FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-79.488	24.090	24.090	20.790	24.090	66.941

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estado de Resultados, 2009

Puesto que el proyecto está destinado a una vida útil de 5 años, los gastos para poner en marcha la empresa (inversión inicial), se realizan en el año cero, mientras que las inversiones de reemplazo se harán en el transcurso del tiempo establecido considerando el ingreso por la venta del equipo antiguo y el egreso por la compra del nuevo. Además, al transcurrir el tiempo fijado, el valor de deshecho (depreciaciones), reflejará el valor remanente de la inversión.

4.2.2 DEL INVERSIONISTA

4.2.2.1 Estado de Resultados

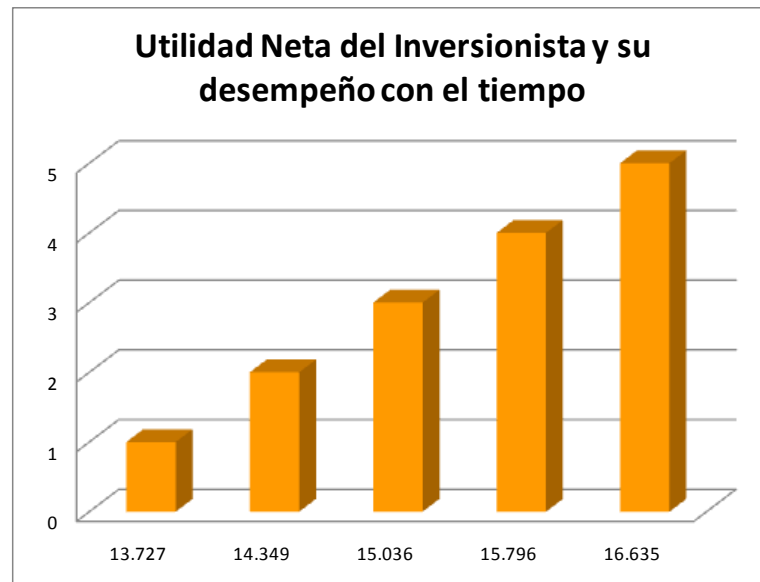
Cuadro No. 95: Flujo Neto de Fondos del Inversionista

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	491.580	491.580	491.580	491.580	491.580
- COSTO DE EJECUCIÓN DE OBRA	359.059	359.059	359.059	359.059	359.059
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	132.521	132.521	132.521	132.521	132.521
- GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	104.973	104.973	104.973	104.973	104.973
- GASTOS FINANCIEROS	6.015	5.040	3.962	2.771	1.454
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS	21.533	22.508	23.586	24.777	26.094
- PART. TRABAJADORES (15%)	3.230	3.376	3.538	3.717	3.914
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	18.303	19.132	20.048	21.061	22.180
- IMPUESTO A LA RENTA (25%)	4.576	4.783	5.012	5.265	5.545
= UTILIDAD NETA	13.727	14.349	15.036	15.796	16.635

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico, 2009

Gráfico No. 37: Variación de la Utilidad Neta del Inversionista



Elaborado por: DMM, 2009

4.2.2.2 Flujo Neto de Fondos

El flujo neto de fondos del inversionista permite conocer si el proyecto es capaz de producir los fondos suficientes para cancelar los préstamos y aún así puede dejar un rendimiento para los inversionistas.

A continuación, se detalla el Flujo Neto de Fondos del Inversionista:

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No. 96: Flujo Neto de Fondos del Inversionista

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		491.580	491.580	491.580	491.580	491.580
- COSTO DE EJECUCION DE OBRA		359.059	359.059	359.059	359.059	359.059
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		132.521	132.521	132.521	132.521	132.521
- GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS		104.973	104.973	104.973	104.973	104.973
- GASTOS FINANCIEROS		6.015	5.040	3.962	2.771	1.454
= UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTOS		21.533	22.508	23.586	24.777	26.094
- PART. TRABAJADORES (15%)		3.230	3.376	3.538	3.717	3.914
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		18.303	19.132	20.048	21.061	22.180
- IMPUESTO A LA RENTA (25%)		4.576	4.783	5.012	5.265	5.545
= UTILIDAD NETA		13.727	14.349	15.036	15.796	16.635
+ DEPRECIACIONES		5.718	5.718	5.718	5.718	5.718
+ AMORT. INTANGIBLES		810	810	810	810	810
INVERSION INICIAL	-79.488					
- INVERSION DE REEMPLAZO		0	0	3.300	0	0
+ FINANCIAMIENTO DE TERCEROS	57.289					
- AMORT. DE LA DEUDA		9.291	10.266	11.344	12.536	13.852
+ VALOR DE DESECHO						5.718
+ RECUP. CAPITAL DE TRABAJO						37.133
= FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-22.199	10.964	10.611	6.920	9.788	52.162

Elaborado por: DMM, 2009

4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera, determina la factibilidad del proyecto por cuanto permite analizar si los ingresos percibidos por la empresa, serán superiores a sus egresos, generando rentabilidad a las inversiones realizadas.

4.3.1 DETERMINACIÓN DE LAS TASAS DE DESCUENTO

Denominada también TMAR (Tasa de Mínima Aceptable de Rendimiento) o Costo Promedio Ponderado de Capital, la tasa de descuento sirve para el análisis de rentabilidad de un proyecto.

Es de mucha importancia determinar una tasa de descuento para los flujos de caja futuros que permita expresarlos en términos de valor actual con la inversión inicial.

Además, el inversionista para tomar una decisión referente a la ejecución del proyecto deberá exigir que su inversión rinda por lo menos una tasa igual al costo promedio ponderado de las fuentes de financiamiento.

El elemento indispensable para el cálculo de TMAR es el riesgo por cuanto la alternativa de menor riesgo para una inversión en nuestro país son los bonos del estado que tienen una tasa referencial del 10%, además de una prima de riesgo del proyecto del 4% en base a factores externos al mismo como pueden ser el decrecimiento del sector de la construcción o el cierre de líneas de crédito en los bancos.

En cuanto a la tasa de descuento para el proyecto con financiamiento, se tomará en cuenta la tasa activa de la Corporación Financiera Nacional del 11%.

4.3.1.1 TMAR del Proyecto

Empleando la fórmula:

$$\text{TMAR DEL PROYECTO} = \text{Tasa Libre de Riesgo} + \text{Premio al riesgo del proyecto}$$

Tenemos:

Tasa Bonos Estado	10%
Premio al riesgo	4%
<i>TMAR Proyecto de Diseño y Decoración de Interiores</i>	14%

4.3.1.2 TMAR del Inversionista

Empleando la siguiente fórmula del Costo Promedio Ponderado de Capital:

$$cppc = \left(\frac{C}{C + D} \right) rs + \left(\frac{D}{C + D} \right) rd (1 - t)$$

Donde:

cppc= costo promedio ponderado de capital
 C= % de capital propio que financiará el proyecto = 28%
 D= % de deuda que financiará el proyecto = 72%
 rs= costo de oportunidad =14%
 rd= tasa de interés del capital prestado = 11%
 t= tasa de impuesto = 0,36

Utilizando el factor:

Impacto del pago de intereses en el ahorro de impuestos		
Si al aplicar el financiamiento se ahorra USD 100		
Ahorro	100	
Utilidades a trabajadores (15%)	15	descontar para el pago de impuestos
Saldo	85	
25 % impto a la renta	21,25	descontar para el pago de impuestos
descontable	36,25	
factor aplicable	1 - 0,3625	

Tenemos:

$$cppc = \left(\frac{0.28}{0.28 + 0.72} \right) 0.14 + \left(\frac{0.72}{0.28 + 0.72} \right) 0.11(1 - 0.36)$$

cppc = 0,28*0,14 + 0,72*0,11(0,64)
 cppc= 0,04+0,05
 cppc= 0,09

TMAR del Inversionista = 9%

4.3.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El objetivo de la evaluación de un proyecto es determinar lo atractivo o viable que el proyecto es a la luz de diferentes criterios financieros como los que se estudian a continuación:

4.3.2.1. Valor Presente Neto (VAN)

Es la ganancia extraordinaria que genera el proyecto, medida en unidades monetarias actuales.

Supone una tasa mínima de rendimiento deseada para descontar al presente los flujos de entrada de efectivo.³⁴

Para determinar la factibilidad del proyecto, utilizamos los siguientes criterios:

Cuadro No. 97: Criterios de Evaluación VAN

VAN	Criterio
< 0	<i>El proyecto no se justifica desde el punto de vista financiero</i>
= 0	<i>El proyecto es indiferente</i>
> 0	<i>El proyecto se justifica desde el punto de vista financiero</i>

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: García Mendoza Alberto, Evaluación de Proyectos de Inversión, México, McGraw Hill, 1998

Empleando la fórmula del VAN:

$$\sum_{t=1}^n \frac{BNt}{(1+i)^t} - I_0$$

Donde:

Bn_t = Beneficio neto en el año (flujo neto de efectivo)

i = Tasa de retorno

t = Año

$(1 + i)^t$ = En el denominador, es factor de descuento

I_o = Inversión Inicial

Reemplazando valores y actualizando los flujos de caja con la tasa de descuento tenemos:

Cuadro No. 98: VAN del Proyecto

AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA		24.090	24.090	20.790	24.090	66.941
TASA DSCTO:		0,14	0,14	0,14	0,14	0,14
FLUJOS ACTUALIZADOS		21131	18536	14033	14263	34767
INVERSION INICIAL	-79.488					
VAN DEL PROYECTO	23243					

Elaborado por: DMM, 2009

$$VAN = 102.730,46 - 79488$$

$$VAN = 23.243$$

Para el proyecto sin financiamiento, se obtendría un rendimiento de \$23.243 como ganancia extraordinaria sobre una tasa de descuento del 14% restando la inversión inicial de \$79.488

Cuadro No. 99: VAN del Inversionista

DEL INVERSIONISTA						
AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA		10.964	10.611	6.920	9.788	52.162
TASA DSCTO:		0,09	0,09	0,09	0,09	0,09
FLUJOS ACTUALIZADOS		10059	8931	5343	6934	33901
INVERSION INICIAL	-22.199					
VAN DEL INVERSIONISTA	42970					

Elaborado por: DMM, 2009

VAN = 65.168,32 – 22.199

VAN = 42.970

Para el Proyecto **con** financiamiento, se obtendría un rendimiento de \$42.970 como ganancia extraordinaria sobre una tasa de descuento del 9% restando la inversión inicial de \$22.199

4.3.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se entiende por Tasa Interna de Retorno o Rendimiento la tasa que estaríamos dispuestos a pagar a quien nos financia el proyecto considerando que también se recupera la inversión.³⁵

Es la tasa que permite descontar los flujos netos de operación e igualarlos a la inversión inicial.

La TIR representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido.

Se determina así:

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_o = 0$$

Donde:

Bn_t = Beneficio neto en el año (flujo neto de efectivo)

i = Tasa de retorno

t = Año

$(1 + i)^t$ = En el denominador, es factor de descuento

I_o = Inversión Inicial

Para mayor facilidad, establecemos dos VAN tanto positivo como negativo y por aproximaciones sucesivas se puede encontrar la TIR para el proyecto:

Cuadro No. 100: TIR del Proyecto

DEL PROYECTO						
AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA		24.090	24.090	20.790	24.090	66.941
TASA DSCTO:		0,23	0,23	0,23	0,23	0,23
FLUJOS ACTUALIZADOS		19585	15923	11172	10525	23777
INVERSION INICIAL	-79.488					
VAN tasa menor	1495					
TASA DSCTO:		0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
FLUJOS ACTUALIZADOS		19272	15417	10644	9867	21935
INVERSION INICIAL	-79.488					
VAN TASA MAYOR	-2352					

Elaborado por: DMM, 2009

Empleando la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + (tM - tm) \left(\frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{tM}} \right)$$

Donde:

tm= tasa menor = 23%

tM= tasa mayor = 25%

VAN tm = VAN a la tasa menor = 1495

VAN tM = VAN a la tasa mayor = -2352

$$TIR = 23 + (25 - 23) \left(\frac{1495}{1495 - (-2352)} \right)$$

$$TIR = 23 + 2 \left(\frac{1495}{3847} \right)$$

$$TIR = 23 + 2(0,39)$$

$$\mathbf{TIR = 23,77\%}$$

Como resultado para el Proyecto **sin** financiamiento, la Tasa Interna de Retorno es del **24%**, es decir, por medio de este porcentaje, los flujos netos de operación podrán igualarse a la inversión inicial de \$79.488 considerando que ésta también se recupera.

Ahora, para el Inversionista (proyecto con financiamiento), establecemos dos VAN tanto positivo como negativo y por aproximaciones sucesivas se puede encontrar la TIR, así:

Cuadro No. 101: TIR del Inversionista

DEL INVERSIONISTA						
AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA		10.964	10.611	6.920	9.788	52.162
TASA DSCTO:		0,51	0,51	0,51	0,51	0,51
FLUJOS ACTUALIZADOS		7261	4654	2010	1883	6645
INVERSION INICIAL	-22.199					
VAN tasa menor	253					
TASA DSCTO:		0,52	0,52	0,52	0,52	0,52
FLUJOS ACTUALIZADOS		7213	4593	1970	1834	6429
INVERSION INICIAL	-22.199					
VAN TASA MAYOR	-160					

Elaborado por: DMM, 2009

Empleando la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + (tM - tm) \left(\frac{VANtm}{VANtm - VANtM} \right)$$

Donde:	TIR= 51(52-51)(253/((253-(-160)))
tm= tasa menor = 51%	TIR= 51+1(253/413)
tM= tasa mayor = 52%	TIR= 51+(0,61)
VAN tm = VAN a la tasa menor = 253	TIR= 51,61%
VAN tM = VAN a la tasa mayor = -160	

Como resultado para el Inversionista (proyecto **con** financiamiento), la Tasa Interna de Retorno es del **52%**, es decir, por medio de este porcentaje, los flujos netos de operación podrán igualarse a la inversión inicial de \$22.199 considerando que ésta también se recupera.

4.3.2.3 Relación Beneficio Costo (R B/C)

El método de la relación Beneficio/Costo, utiliza los mismos flujos descontados y la inversión utilizados para el cálculo de la TIR y VAN.

La estimación de la razón se la obtiene sumando los flujos provenientes de una inversión descontados con la TMAR y dividiendo el total para la inversión, con lo cual se obtiene en promedio el **número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión**, constituyéndose en una medida de rentabilidad global.

Para su cálculo empleamos la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{E_t}{(1+i)^t}}$$

Donde:

Y_t = Ingresos en el año t

E_t = Egresos en el año t

i = Tasa de descuento

t = Año

$(1+i)^t$ = En el denominador, es valor de descuento

Los criterios para evaluar la Relación Beneficio/Costo son:

Cuadro No. 102: Criterios de Evaluación R B/C

R B/C	Criterio
< 1	El VAN de los ingresos es menor que el VAN de los egresos, no invertir .
= 1	El VAN de los ingresos y el VAN de los egresos son iguales, invertir o es indiferente .
> 1	El VAN de los ingresos es mayor que el VAN de los egresos, se debe invertir .

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: García Mendoza Alberto, Evaluación de Proyectos de Inversión, México, McGraw Hill, 1998

Así, tenemos la Relación B/C para el proyecto:

Cuadro No. 103: R B/C del Proyecto

DEL PROYECTO						
AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		491.580	491.580	491.580	491.580	534.431
COSTOS		467.490	467.490	470.790	467.490	467.490
TASA DSCTO:		0,14	0,14	0,14	0,14	0,14
VAN INGRESOS		431.211	378.255	331.802	291.055	277.567
VAN COSTOS		410.079	359.718	317.770	276.792	242.800
INVERSION INICIAL	79.488					
RELACION BENEFICIO / COSTO	1,06					

Elaborado por: DMM, 2009

$$R B/C = 1.709.889 / 1.607.159$$

$$R B/C = 1,06$$

Como resultado de este análisis, la R B/C para el Proyecto **sin** inversión es de 1.06 lo cual significa que por cada dólar de inversión, se recuperarán 0.06 ctvs.

La Relación B/C para el inversionista, es:

Cuadro No. 104: R B/C del Inversionista

DEL INVERSIONISTA						
AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		491.580	491.580	491.580	491.580	534.431
COSTOS		467.490	467.490	470.790	467.490	467.490
TASA DSCTO:		0,09	0,09	0,09	0,09	0,09
VAN INGRESOS		450.991	413.753	379.590	348.248	347.343
VAN COSTOS		428.890	393.477	363.536	331.182	303.837
INVERSION INICIAL	22.199					
RELACION BENEFICIO / COSTO	1,07					

Elaborado por: DMM, 2009

$$R B/C = 1.939.925 / 1.820.922$$

$$R B/C = 1,07$$

En cuanto al Inversionista, la R B/C para el proyecto **con** inversión es de 1.07 lo cual significa que por cada dólar de inversión, se recuperarán 0.07 ctvs.

4.3.2.4 Período de Recuperación

Denominado también PAYBACK, es el tiempo que tarda exactamente en ser recuperada la inversión inicial basándose en los flujos que genera en cada período de su vida útil.

Para su cálculo deben considerarse los flujos descontados, empleando la siguiente fórmula:

$$\text{Factor de Repago} = \frac{\text{Inv. Inicial} - \text{Flujo acumulado del año anterior al año considerado}}{\text{Flujo Neto del año considerado}}$$

Cuadro No. 105: Período de Recuperación

AÑOS	FLUJO DE FONDOS ACT.PROYECTO	F. FONDOS ACUM. PROYECTO	FLUJO DE FONDOS ACT. INVERSIONISTA	FLUJO FONDOS ACUM. INVERSIONISTA
	- 79.488		- 22.199	
1	21.318	21.318	10.059	10.059
2	18.866	40.184	8.931	18.990
3	14.408	54.593	5.343	24.333
4	14.775	69.367	6.934	31.267
5	36.333	105.700	33.901	65.168

Elaborado por: DMM, 2009

En base a los datos obtenidos, el período de recuperación para el Proyecto sin inversión, es:

$$Factor\ de\ Repago\ del\ Proyecto = \frac{79.488 - 40.184}{14.408} = 2.73$$

$$Factor\ de\ Repago\ del\ Proyecto = 2.73 + 2\ años = \mathbf{4\ años\ 7\ meses}$$

El tiempo de recuperación de la inversión realizada para el Proyecto **sin** financiamiento, será de 4 años y 7 meses, siendo este tiempo algo extenso si se toma en consideración que la vida útil del proyecto es de 5 años.

Entonces el período de recuperación para el inversionista es:

$$Factor\ de\ Repago\ del\ Inversionista = \frac{22.199 - 10.059}{8.931} = 1.36$$

$$Factor\ de\ Repago\ del\ Inversionista = 1.36 + 1\ año = \mathbf{2\ años\ 4\ meses}$$

El tiempo de recuperación de la inversión realizada para el Proyecto **con** financiamiento, será de 2 años y 4 meses, el cual es un tiempo aceptable si se toma en consideración que la vida útil del proyecto es de 5 años.

4.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este análisis permite conocer el impacto que tendrían las diversas variables en la rentabilidad del proyecto.

Para tener una mejor estimación del comportamiento del proyecto con y sin inversión, es necesario someterlo a diferentes escenarios para saber cuán sensible es frente a incrementos o disminuciones en las variables más críticas.

Estas variables, se fundamentan en información obtenida de una de las empresas que se desempeña en el medio del Diseño y la Decoración denominada Industrial Designer, en donde por investigación directa, se obtuvo los siguientes datos:

- ***Disminución de Ingresos del Proyecto:***

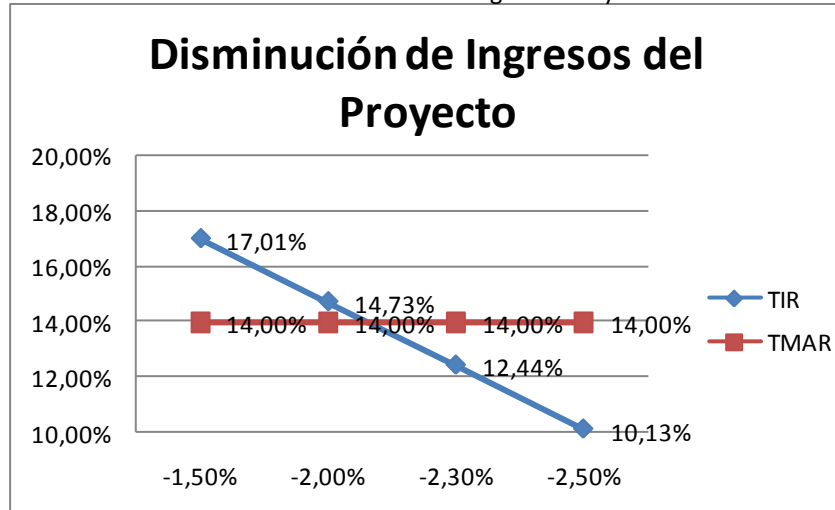
Cuadro No. 106: Disminución Ingresos Proyecto

PROYECTO DISMINUCION DE INGRESOS			
VARIACION	TIR	TMAR	VAN
-1,50%	17,01%	14,00%	7.105
-2,00%	14,73%	14,00%	1.725
-2,30%	12,44%	14,00%	-3.654
-2,50%	10,13%	14,00%	-9.033

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Industrial Designer

Gráfico No. 38: Disminución Ingresos Proyecto



Elaborado por: DMM, 2009
Fuente: Industrial Designer

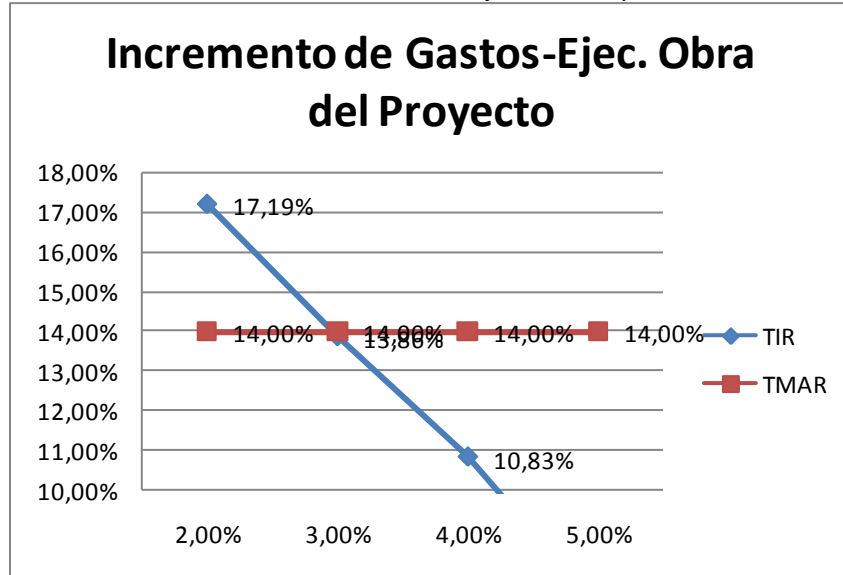
- Incremento en Gastos de Ejecución de Obra del Proyecto:**

Cuadro No. 107: Incr. Gastos Ejecución Proyecto

VARIACION	TIR	TMAR	VAN
2,00%	17,19%	14,00%	10.110
3,00%	13,86%	14,00%	2.059
4,00%	10,83%	14,00%	-5.186
5,00%	7,08%	14,00%	-16.049

Elaborado por: DMM, 2009
Fuente: Industrial Designer

Gráfico No. 39: Incr. Gastos Ejecución Proyecto



Elaborado por: DMM, 2009
Fuente: Industrial Designer

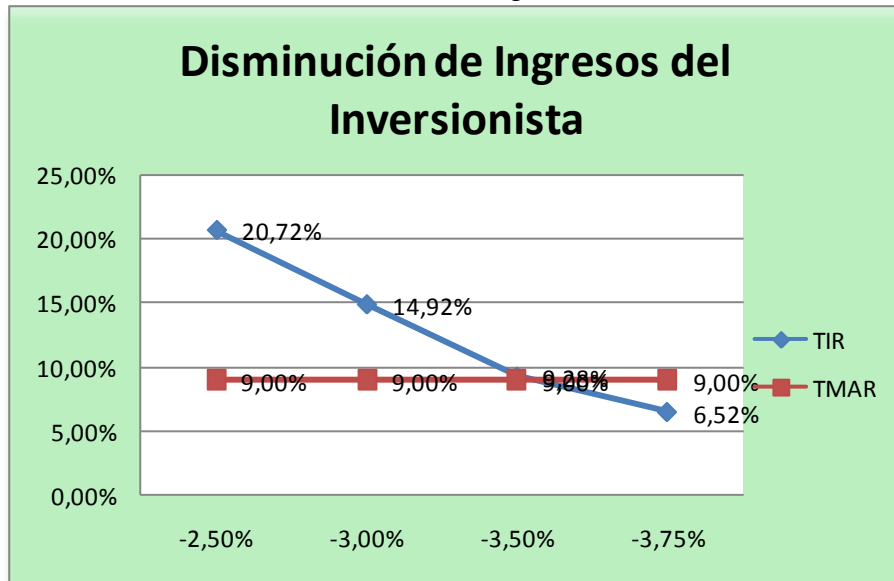
- **Disminución de Ingresos del Inversionista:**

Cuadro No. 108: Disminución Ingresos Inversionista

INVERSIONISTA DISMINUCION DE INGRESOS			
VARIACION	TIR	TMAR	VAN
-2,50%	20,72%	9,00%	12.496
-3,00%	14,92%	9,00%	6.401
-3,50%	9,28%	9,00%	306
-3,75%	6,52%	9,00%	-2.471

Elaborado por: DMM, 2009
Fuente: Industrial Designer

Gráfico No. 40: Disminución Ingresos Inversionista



Elaborado por: DMM, 2009
Fuente: Industrial Designer

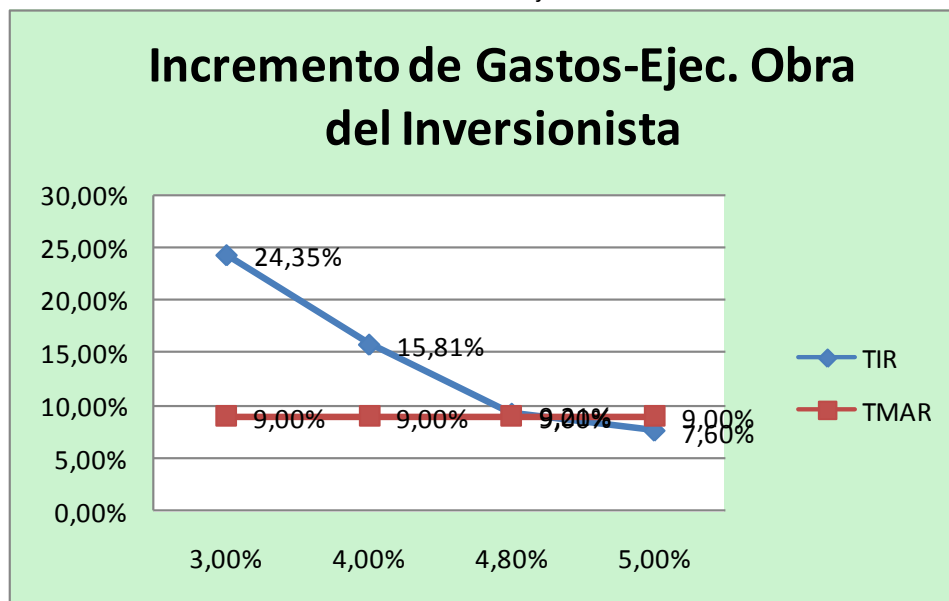
- **Incremento en Gastos de Ejecución de Obra del Inversionista:**

Cuadro No. 109: Incr. Gastos Ejecución Inversionista

INVERSIONISTA INCREMENTO DE GASTOS EJEC. OBRA			
VARIACION	TIR	TMAR	VAN
3,00%	24,35%	9,00%	16.259
4,00%	15,81%	9,00%	7.356
4,80%	9,21%	9,00%	233
5,00%	7,60%	9,00%	-1.547

Elaborado por: DMM, 2009
Fuente: Industrial Designer

Gráfico No. 41: Incr. Gastos Ejecución Inversionista



Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Industrial Designer

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- ✓ El Estudio de Mercado, da a conocer que existe oferta y demanda aceptables en el campo del Diseño y Decoración de Interiores, ya que al encontrarse vinculado de forma cercana al sector de la construcción, su desarrollo es creciente, generando fuentes de empleo además de brindar excelencia en la calidad de vida del ser humano.
- ✓ El Estudio de Mercado, permitió identificar una demanda insatisfecha de 1562 viviendas, departamentos, villas y negocios para el servicio de Diseño y Decoración de Interiores, lo que da la pauta para la creación de una empresa que realice diseño y ejecución de obra, abarcando inicialmente un 3.84% de esa demanda insatisfecha.
- ✓ A través del Estudio Técnico se logró determinar la capacidad de servicio de la empresa, concluyendo que en base a la demanda insatisfecha, el mercado meta será de 60 proyectos anuales, comprendidos entre actividades de diseño, decoración, ejecución de obra, paisajismo, stands para ferias y escaparatismo.
- ✓ Se definió la localización de la empresa, la misma que será en el Sector La Carolina, Parroquia Iñaquito, por encontrarse cerca al mercado potencial de Diseño y Decoración de Interiores.
- ✓ El Estudio Organizacional, muestra la posibilidad de que la empresa sea creada como Compañía Limitada debido a las

responsabilidades que van a adquirir los dos socios y por el monto de la inversión a realizarse.

✓ Se establecieron además, la Misión, Visión, Objetivos y Estrategias, al igual que la estructura administrativa y funcional del personal que permitirá un adecuado funcionamiento y un servicio eficiente.

✓ En cuanto al Estudio Financiero, mediante la utilización de criterios de evaluación, logramos conocer que el lapso de 5 años, la empresa al no tener financiamiento (Proyecto), generará una utilidad del 22% sobre la inversión y con financiamiento (Inversionista), la utilidad sobre la inversión será del 75%, por lo cual el proyecto más rentable es el que tiene financiamiento debido al Apalancamiento Financiero.

✓ Por otra parte, el análisis de sensibilidad, permitió conocer que la empresa es muy susceptible a variaciones positivas o negativas de factores internos así como de factores externos debido al tipo de actividad en la cual se enmarca y al requerimiento de una mínima cantidad de proyectos de Diseño y Decoración para su subsistencia.

5.2 RECOMENDACIONES

- Mantener la excelencia en servicio para obtener nuevos clientes, conservando estándares de calidad y disminuyendo las posibilidades de proyectos no realizados.
- Realizar servicios post-venta para actualizar constantemente la base de datos de clientes haciendo un seguimiento continuo a los requerimientos futuros de los mismos.
- Motivar y capacitar constantemente al talento humano de la compañía para obtener mayor versatilidad en el desempeño laboral, con profesionales calificados y comprometidos.
- Ejecutar el proyecto de acuerdo a lo establecido en este estudio, teniendo presente el análisis de sensibilidad dentro del plan estratégico de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA:

- **BRIGHAM** Eugene, Fundamentos de Administración Financiera, McGraw Hill, México, 2001.
- **CATEORA** Philip/Graham John, Marketing Internacional, Mc Graw Hill, México, 2000.
- **FRANKLIN** Enrique, Organización de Empresas, Mc Graw Hill, México, 1998.
- **GARCÍA** Alberto, Evaluación de Proyectos de Inversión, McGraw Hill, México, 1998.
- **GAYLE** Rayburn, Contabilidad y Administración de Costos, McGraw-Hill, México, 1999.
- **KOTLER** Philip, Marketing, Pearson Education, México, 2001.
- **MALHOTRA** Naresh, Investigación de Mercados – Un enfoque práctico, Pearson Education, México, 2003.
- **MENESES** Edilberto, Preparación y Evaluación de Proyectos, ESPE, Ecuador, 2004.
- **SAPAG CHAIN** Reynaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw Hil, México, 2008.
- **ZEITHAML** Valerie, Marketing de Servicios, McGraw Hill, México, 2002.
- **ZAPATA** Pedro, Contabilidad de Costos, McGraw Hill, Colombia, 1998.

PAGINAS WEB:

- www.estiloambientacion.com.ar/tendenciasestilos.htm
- www.gestiopolis.com
- www.supercias.gov.ec,
- www.sri.gov.ec,
- www.quito.gov.ec
- www.promonegocios.net

ANEXOS

ANEXO 1: CODIFICACIÓN DE LA LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

CAPITULO I DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

CONCEPTO DE REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES.- Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

Art. 2.- DEL REGISTRO.- El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas.

Todas las instituciones del Estado, empresas particulares y personas naturales están obligadas a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha institución.

Art. 3.- DE LA INSCRIPCIÓN OBLIGATORIA.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes. También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo si lo consideran conveniente.

Si un obligado a inscribirse, no lo hiciera, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, el Director General del Servicio de Rentas Internas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción; sin perjuicio a las sanciones a que se hiciera acreedor por tal omisión.

Art. 4.- DE LA INSCRIPCIÓN.- La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades, según el caso, y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

Aquellos contribuyentes, personas naturales que desarrollan actividades como empresas unipersonales, y que operen con un capital en giro de hasta cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, serán consideradas únicamente como personas naturales para los efectos de esta Ley. En todo caso, el Servicio de Rentas Internas, deberá, de conformidad con lo prescrito en el Reglamento, calificar estos casos.

La solicitud de inscripción contendrá todos los datos que sean requeridos y que señale el Reglamento y se presentarán en los formularios oficiales que se entregarán para el efecto.

En caso de inscripciones de oficio la administración llenará los formularios correspondientes.⁶

El Acta de Registro de Planos Arquitectónicos es el requisito previo a cualquier trabajo de intervención física en obra nueva o sobre una estructura existente. El Registro de Planos Arquitectónicos se tramitará en las Administraciones Zonales, bajo las modalidades de proyectos nuevos, proyectos ampliatorios, modificatorios, actualizaciones y de reconocimiento de planos de edificaciones existentes.

**ANEXO 2: REQUISITOS PARA PROYECTOS, MODIFICATORIOS, AMPLIATORIOS Y
ACTUALIZACIONES DE EDIFICACIONES EXISTENTES (formulario F1E)**

REQUISITOS GENERALES:

Formulario suscrito por el propietario del proyecto, solicitando el registro del mismo y por el profesional responsable, quien deberá declarar ante el funcionario municipal que la información contenida en el mismo y sus anexos se ajustan a la verdad y cumplen con la normativa vigente sobre la materia.

Acta de Registro de planos arquitectónicos original o copia certificada y planos arquitectónicos. Copia de la Cédula de Ciudadanía del propietario o del pasaporte en caso de ser extranjero.

Informe de Regulación Metropolitana (IRM).

Escritura de adquisición del inmueble inscrita en el Registro de la Propiedad.

Comprobante de pago al Colegio de Arquitectos, contribución del 1x1000 por planificación.

Copia de la carta de pago del impuesto predial del año en curso.

Tres (3) copias de la propuesta impresa y un (1) archivo digital para lectura, se presentarán de conformidad con los artículos 7,8, 9,10,11,12 Ord. 3457 de las Normas de Arquitectura y Urbanismo.

REQUISITOS COMPLEMENTARIOS

En proyectos declarados bajo el Régimen de Propiedad Horizontal, se anexará: Autorización notariada del 100 % de los copropietarios.

En proyectos que hayan requerido del Informe del Cuerpo Metropolitano de Bomberos y se hayan producido modificaciones y/o ampliaciones mayores al treinta (30%) por ciento del área construida y/o planificada se anexará: informe actualizado del Cuerpo Metropolitano de Bomberos⁷

▪ *Licencia para trabajos varios:*

La Licencia de Trabajos Varios es el documento que se tramitará en las respectivas administraciones zonales y que constituye el documento que autoriza realizar:

Por una sola vez edificación nueva o ampliación hasta 40 m²; limpieza, habilitación, adecuación del terreno y excavaciones menores a 2.5 m de altura; construcción de cerramientos; modificación, demolición o reparación de construcciones existentes, modificaciones en las fachadas, cuando el área sujeta a esta intervención fuere menor a cuarenta metros cuadrados.

Obras de mantenimiento y de acondicionamiento o adecuación, tales como: consolidación de muros, reparación de cubiertas, calzado y enlucido de paredes y partes deterioradas, cambio de cielo raso, puertas, ventanas, instalaciones eléctricas, sanitarias, unidades centralizadas de gas, reparación de escaleras, pisos o más elementos que requieran ser repuestos; en áreas históricas para cambios de cubierta; demoliciones, con excepción de edificaciones en las áreas históricas. En estos casos el área de intervención será ilimitada.

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES
EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Para mecánicas con carácter provisional se permitirá construir galpones para el área de trabajo de 60 m² y un área de oficinas de hasta 20 m² como máximo.

Modificaciones menores a los planos durante el proceso constructivo de acuerdo a lo estipulado en el literal c) del Art. II.232 de la ordenanza No. 095

REQUISITOS GENERALES

Formulario suscrito por el propietario del proyecto solicitando la licencia de trabajos varios, y en el caso de registro de modificaciones menores a los Planos Arquitectónicos de acuerdo a lo establecido por el profesional responsable de la construcción en el caso de registro de modificaciones menores a los Planos Arquitectónicos de acuerdo a lo establecido en el literal c) del artículo R.II. 232 del Código Municipal, por el profesional responsable de la construcción, quien declarará ante el funcionario municipal que la información contenida en el mismo y sus anexos se ajustan a la verdad y cumplen con la normativa vigente sobre la materia. La firma del profesional responsable de la construcción constante en este formulario deberá ser reconocida ante notario público.

Informe de Regulación Metropolitana (IRM).

Copia de la carta de pago del impuesto predial del año en curso.

Descripción textual y gráfica de los trabajos que fueren a realizarse en la edificación.

REQUISITOS COMPLEMENTARIOS

En caso de construcciones existentes, se adjuntará:

Acta de Registro de planos arquitectónicos original o copia certificada y planos arquitectónicos o Acta de Registro de reconocimiento de edificaciones existentes.

En caso de proyectos que hayan sido declarados bajo el Régimen de Propiedad Horizontal, se anexará:

Autorización notariada del 100% de los copropietarios

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES
EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

ANEXO 3: CUESTIONARIO



ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO – ESPE

ENCUESTA SOBRE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACION DE INTERIORES

OBJETIVO: Realizar un Estudio de Mercado referente al área de Diseño y Decoración de Interiores en la Parroquia Iñaquito.

I.- PERFIL SOCIOECONOMICO

<p>1.- En qué rango de edad se encuentra?</p> <p>a) 25 a 35 años: _____</p> <p>b) 36 a 46 años: _____</p> <p>c) 47 a 55 años: _____</p> <p>d) Más de 55 años: _____</p>	<p>2.-Cuál es su género?</p> <p>a) M: _____</p> <p>b) F: _____</p>
<p>3.- Su vivienda/negocio es:</p> <p>a) Propio</p> <p>b) Arrendado</p> <p>c) Anticresis</p> <p>d) Otra: Especifique: _____</p>	<p>4.- Qué tipo de actividad económica realiza?</p> <p>d) Empleado</p> <p>e) Negocio propio</p> <p>Otro: Especifique: _____</p>
<p>5.- Aproximadamente, cuál es nivel de ingresos mensual?</p> <p>e) Menos de \$500</p> <p>f) \$600 a \$1000</p> <p>g) \$1000 a \$1500</p> <p>h) Más de \$2000</p>	

II.- CONTRATACION DEL SERVICIO

<p>6.- Ha contratado en alguna ocasión un servicio de Diseño y Decoración de Interiores?:</p> <p>a) Si</p> <p>b) No</p> <p>c) Hace cuánto tiempo? _____</p>	<p>7.- Por qué contrataría Ud., el servicio de Diseño y Decoración de Interiores?</p> <p>a) Excelente</p> <p>b) Muy bueno</p> <p>c) Bueno / Regular</p> <p>d) Ninguno</p>
<p>8.- Indique el Nombre de una empresa de Diseño y Decoración de Interiores que conozca:</p> <p>_____</p>	<p>9.- Hace cuánto tiempo contrató servicios de Diseño y Decoración?</p> <p>a) 1 a 5 años</p> <p>b) 6 a 10 años</p> <p>c) Más de 10 años</p> <p>d) Ninguno</p>
<p>10.- Con qué finalidad?:</p> <p>a) Cambio de ambiente</p> <p>b) Imágen</p> <p>c) Incrementar ventas</p> <p>d) Ninguno</p>	<p>11.-En el futuro, le gustaría contratar un servicio de Diseño y Decoración de Interiores?</p> <p>a) Si</p> <p>b) No</p>

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES
EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

<p>12.- Qué criterio utilizaría para contratar el servicio de Diseño y Decoración de Interiores?</p> <p>c) Creatividad d) Calidad del servicio e) Precios convenientes Ninguno</p>	<p>13.- A quién contrataría para solicitar el servicio de Diseño y Decoración de Interiores?</p> <p>a) Diseñador de Interiores b) Arquitecto c) Otros d) Ninguno</p>
<p>14.- En qué bien inmueble principalmente desearía hacer una readecuación de espacio o decoración?</p> <p>a) Casa/Departamento b) Oficina c) Local Comercial d) Ninguna</p>	<p>15.- Mencione el espacio en metros cuadrados de su inmueble:</p> <p>a) 50m2 a 120m2 b) 120m2 a 200m2 c) Más de 200m2 d) Ninguno e)</p>
<p>16.- En qué sector se encuentra su inmueble?</p> <p>a) Norte b) Centro / Sur c) Valles e) Ninguno</p>	

III.-FINANCIAMIENTO

<p>17.-Cuál sería su presupuesto para contratar el servicio de Diseño y Decoración para su bien inmueble?</p> <p>a) \$500 a \$2500 b) \$3.000 a \$10.000 c) Mas de \$10.000 d) Ninguno</p>	<p>18.- Su preferencia de pagos para el servicio de Diseño y Decoración es:</p> <p>a) Efectivo b) Tarjeta de Crédito (plazos) c) Cheque d) Plan de pagos a convenir con el proveedor e) Ninguno</p>
---	--

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES
EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

ANEXO 4: INVERSIONES

Cuadro No.110: Desglose de Activos Fijos

CANT.	a. INVERSIONES FIJAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	% DEPREC.	VALOR DEPRECIACIÓN
	ACTIVOS FIJOS	28.225	32.305		5.190		5.718
	Adecuaciones e Instalaciones	10.000	10.000		1.000		1.800
1	Remodelación Oficina 70m2	10.000	10.000	5	1.000	10%	1.800
	Maquinaria y Equipo	1.760	2.890		289		520
2	Moladoras	90	180	5	18	10%	32
2	Taladros de percusión	110	220	5	22	10%	40
1	Roto-martillo	1.200	1.200	5	120	10%	216
1	Pistola de calor	60	60	5	6	10%	11
4	Escaleras	70	280	5	28	10%	50
10	Módulos de andamios	80	800	5	80	10%	144
1	Set de herramientas varias	150	150	5	15	10%	27
	Vehículos	12.000	12.000		2.400		1.920
1	Camioneta Chevrolet LUV año 2004	12.000	12.000	5	2.400	20%	1.920
	Equipos de Oficina	300	550		55		99
1	Central Telefónica	250	250	5	25	10%	45
6	Teléfonos personales de oficina	50	300	5	30	10%	54
	Muebles de Oficina	2.265	3.565		357		642
5	Archivadores	45	225	5	23	10%	41
1	Escritorio de Recepción	200	200	5	20	10%	36
1	Escritorio Ejecutivo Grande	600	600	5	60	10%	108
1	Escritorio Ejecutivo Mediano	450	450	5	45	10%	81
1	Escritorio Ejecutivo Pequeño	200	200	5	20	10%	36
2	Escritorios Sencillos	150	300	5	30	10%	54
3	Estaciones de Trabajo	80	240	5	24	10%	43
1	Mesa Sala Estar	75	75	5	8	10%	14
6	Sillas ejecutivas giratorias	60	360	5	36	10%	65
5	Sillas fijas de atención al cliente	35	175	5	18	10%	32
2	Sillones Gerenciales	220	440	5	44	10%	79
2	Sillones Sala de Espera 2 puestos	150	300	5	30	10%	54
	Equipo de Computo	1.900	3.300		1.089		737
5	Computadores Desktop	350	1.750	3	578	33%	391
1	Laptop	850	850	3	281	33%	190
1	Impresora /Copiadora	400	400	3	132	33%	89
1	Impresora Personal	150	150	3	50	33%	34
1	Scanner	150	150	3	50	33%	34

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico

PROYECTO DE ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACIÓN DE INTERIORES
EN EL SECTOR NORTE DEL CANTÓN QUITO: PARROQUIA IÑAQUITO

Cuadro No.111: Desglose de Activos Intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES	VALOR TOTAL	% AMORT.	VALOR AMORTIZ.
Estudios	1.000	20%	200
Gastos de Organización	2.500	20%	500
Capacitación del personal	300	20%	60
Publicidad inicial	250	20%	50
Software para Diseño (Asesoría Técnica)	3.000	20%	600
TOTAL...	4.050	20%	810

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico

Cuadro No.112: Desglose de Capital de Trabajo

b. CAPITAL DE TRABAJO	VALOR MENSUAL	FACTOR CICLO	VALOR TOTAL
Materia Prima	27.755	1,00	27.755
<i>Materiales Directos (5 proyectos iniciales mensuales)</i>	11.330	1,00	11.330
300m2 Pisos madera	2.400	1,00	2.400
50qq Cemento	312	1,00	312
1250unid Bloque	225	1,00	225
50qq Arena	50	1,00	50
125 ptos. Accesorios eléctricos	1.125	1,00	1.125
60 ptos Agua potable	1.080	1,00	1.080
45 ptos. Desagues	720	1,00	720
15 pzas. Piezas Sanitarias	750	1,00	750
75 m2 Vidrio	788	1,00	788
400 m2 Cerámica	3.880	1,00	3.880
<i>Materiales Indirectos</i>	16.425	1,00	16.425
125 m2 Contratac. Cortinas	5.625	1,00	5.625
100 m2 Contratac. Muebles cocina	8.000	1,00	8.000
400 m2 Contratac. Pintura	2.800	1,00	2.800
<i>Mano de Obra Directa</i>	6.521	1,00	6.521
1 Gerente Gral. Diseñador Interiores	1.206	1,00	1.206
2 Dibujantes	599	1,00	599
1 Electricista	625	1,00	625
1 Cerrajero	250	1,00	250
1 Plomero	2.240	1,00	2.240
1 Albañil	1.600	1,00	1.600
<i>Mano de Obra Indirecta</i>	1.844	1,00	1.844
1 Gerente Administrativo	679	2,00	1.357
1 Contador	547	3,00	1.640
1 Asist. Contable	309	4,00	1.237
1 Recepcionista	309	5,00	1.546
Arriendo	400	1,00	400
Combustibles y Lubricantes	120	1,00	120
Útiles de Oficina	79	1,00	79
Servicios Básicos	415	1,00	415

Elaborado por: DMM, 2009

Fuente: Estudio Técnico