

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TRABAJO DE GRADO MODALIDAD INVESTIGACIÓN:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA SALA DE VENTAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA FERRETERIA RUDY, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.

PRESENTADO POR:

BELTRAN MOLINA, INGRID STEFANY

FLORES DE AYALA, LIDIA EDIS

ORANTES COREAS, KARINA ELIZABETH

PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

DICIEMBRE 2025

CIUDAD UNIVERSITARIA “DOCTOR FABIO CASTILLO FIGUEROA”

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA.

AUTORIDADES UNIVERSITARIA

RECTOR:	MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
VICERRECTORA ACADÉMICA:	DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA
SECRETARIO GENERAL:	LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANA:	LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO:	LIC. JUAN PABLO MARÍN
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADO:	MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DIRECTOR ESCUELA ADMINISTRACION DE EMPRESAS:	MSC. ABRAHAM VÁSQUEZ SÁNCHEZ
---	------------------------------

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO DE LA ESCUELA:	LIC. DAVID MAURICIO LIMA JACO
--	-------------------------------

TRIBUNAL EVALUADOR:	LIC. ALFONSO LÓPEZ ORTIZ
	LIC. RICARDO ANTONIO REBOLLO MARTÍNEZ
	LIC. ESAU ARTIGA MEJIA (DOCENTE ASESOR)

DICIEMBRE 2025

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios, por darme la fortaleza para continuar incluso cuando el camino parecía incierto, por recordarme que cada esfuerzo tiene su recompensa, a mi familia, por su amor constante, su paciencia y sus palabras de aliento que me devolvieron el rumbo, a mis docentes, que con su conocimiento, exigencia y ejemplo me enseñaron que aprender también es cuestionar y finalmente, a mí misma, por no rendirme y por mantener la fe en mis propios pasos.

Ingrid Stefany Beltrán molina

Agradezco a Dios por la oportunidad que me ha regalado en concluir una parte de mi vida y llevarme de la mano en todo momento. Agradezco especialmente a mis padres Elena de Flores y Miguel Flores que son la base y fortaleza quienes me ha hecho la mujer que soy. Agradezco a mi esposo Esteban Ayala por acompañarme y apoyarme en cada dificultad y logros, también a los miembros de mi familia por acompañarme siempre y al personal de la Universidad que formó nuestro camino.

Lidia Edis Flores de Ayala

Doy gracias a Dios, por ser la guía constante en mi vida, por concederme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para alcanzar esta meta. A mi madre, por su amor incondicional, apoyo y sacrificio, a mi abuelita, quien desde el cielo sé que se sentirá orgullosa de mí, su ejemplo y sus enseñanzas permanecerán siempre en mi corazón, a mi prometido agradezco por ser parte de este logro académico y personal, a mis compañeras de trabajo de graduación. Y por último gracias a la vida por haber permitido desarrollar mis estudios en la Universidad de El Salvador.

Karina Elizabeth Orantes Coreas

Índice

Contenido

Resumen Ejecutivo.....	I
Introducción.....	III
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA SALA DE VENTA DE LA PEQUEÑA EMPRESA FERRETERIA RUDY EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.....	1
1. Marco teórico.....	1
1.1 Marco Histórico.....	1
1.1.1 Comercio Ferretero en El Salvador	1
1.1.2 Algunas grandes Ferreterías de El Salvador.....	2
1.1.3 Crecimiento del sector ferretero en El Salvador.....	8
1.2 Generalidades de la empresa	9
1.2.1 Localización	10
1.2.2 Información financiera de Ferretería Rudy.....	12
1.2.3 Recurso humano	14
1.2.4 Filosofía empresarial.....	14
1.2.5 Análisis de la filosofía de Ferretería Rudy.....	15
1.2.6 Estructura organizativa	16
1.2 Marco legal e institucional.....	18
1.3.1 Constitución de la República de El Salvador	18
1.3.2 Código de comercio	18
1.3.3 Código de trabajo.....	19
1.3.4 Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS)	19
1.3.5 Ley Integral del Sistema de Pensiones	20
1.3.6 Ley del impuesto sobre la renta.....	20
1.3.7 Ley de impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios (ley de IVA).....	21
1.3.8 Ley general tributaria municipal.....	22
1.3.9 Ley de fomento protección y desarrollo para micro y pequeñas empresas.....	23
1.3 Marco institucional	24

1.4 Marco conceptual del estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas de la pequeña empresa ferretería Rudy en el municipio de San Salvador	25
1.5.1 ¿Qué son los estudios de factibilidad?	25
1.5.2 Estudio de Mercados	29
1.5.3 Estudio de factibilidad técnico-operativo	32
1.5.4 Estudio económico	35
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA FERRETERIA RUDY, RELACIONADO A LA FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA SALA DE VENTAS EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.....	42
2.1 Importancia.....	42
2.2 Objetivo General.....	42
2.2.1 Objetivos específicos.....	42
2.3 Métodos y técnicas de la investigación	43
2.3.1 Metodología de la investigación.....	43
2.3.2 Método Deductivo	43
2.3.3 Método de análisis.....	43
2.3.4 Método de síntesis.....	44
2.3.5 Tipo de investigación	44
2.3.6 Diseño de la investigación.....	44
2.3.7 Técnicas de recopilación de la información.....	44
2.3.8 Instrumentos.....	45
2.4. Fuentes de información	46
2.4.1 Primarias	46
2.4.2 Secundaria.....	46
2.4.3 Ámbito de la investigación.....	46
2.5. Objeto de estudio	46
2.6 Unidades de análisis.....	46
2.7. Determinación de universo y muestra.....	47
2.7.1 Universo	47
2.7.2 Muestra.....	47
2.7.3 Tipo de muestreo	47
2.7.4 Cálculo de la muestra.....	47
2.8. Procesamiento de la información.	48
2.8.1 Tabulación, Análisis e interpretación de la información.....	48

2.9 Diagnóstico de la situación actual para la apertura de la nueva Sala de Venta de Ferretería Rudy	49
2.9.1 Aspectos generales de la población del Barrio San Jacinto	49
2.9.2 Análisis de la demanda	50
2.9.3 Estudio de mercados potenciales	51
2.9.4 Factibilidad para apertura de la sala ventas	52
2.10 Alcances y limitaciones	54
2.10.1 Alcances	54
2.10.2 Limitaciones	55
2.11 Conclusiones y recomendaciones	56
2.11.1 Conclusiones	56
2.11.2 Recomendaciones	57
CAPÍTULO III: PROPUESTA DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA SALA DE VENTAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA FERRETERIA RUDY, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.....	58
3.1. Importancia	58
3.2. Objetivo General	58
3.2.1 Objetivos específicos.....	58
3.3 Estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas	59
3.3.1 Localización para el proyecto.....	59
3.3.2 Distribución de la sala de ventas	60
3.3.3 Estudio de mercado	61
3.3.4 Estudio económico	64
3.3.5 Evaluación financiera.	81
3.3.6 Estudio operativo	84
3.3.7 Plan de implementación	89
3.3.8 Estimación para la implementación de la propuesta	90
3.3.9 Calendario de ejecución del proyecto	92
Referencias bibliográficas	93
Anexos.....	96

Índice de cuadros e ilustraciones

Ilustración 1: Localización casa matriz Ferretería Rudy

Ilustración 2: Localización de segunda Sala de ventas Ferretería Rudy

Ilustración 3: Localización de bodega Ferretería Rudy

Cuadro 1: Estados financieros

Ilustración 4: Organizativa Ferretería Rudy

Cuadro 2: Marco Institucional

Ilustración 5: Estudios de factibilidad

Ilustración 6: Clasificación de proyectos

Ilustración 7: Fases de proyectos de inversión

Cuadro 3: Método cualitativo por puntos

Ilustración 8: Distribución de la sala de ventas

Cuadro 4: Población de barrio San Jacinto

Cuadro 5: Proyección de población económicamente activa y demanda

Cuadro 6: Clasificación por línea productos

Cuadro 7: Mobiliario y equipo

Cuadro 8: Remodelaciones y pagos de servicios

Cuadro 9: Seguros

Cuadro 10: Publicidad

Cuadro 11: Inversión inicial

Cuadro 12: Ingresos históricos de ventas de Ferretería Rudy

Cuadro 13: Cálculo de proyección de ventas

Cuadro 14: Ventas estimadas (periodo de 2025- 2029)

Cuadro 15: Proyección de ingresos sin proyecto

Cuadro 16: Proyección de ventas con proyecto y sin proyecto periodo 2025-2029

Cuadro 17: Compras históricas de Ferretería Rudy

Cuadro 18: Cálculo de proyección de compras periodo 2025-2029

Cuadro 19: Resultado de proyección de compras periodo 2025-2029

Cuadro 20: Proyección de compras sin proyecto

Cuadro 21: Proyección de compras con proyecto y sin proyecto periodo 2025 a 2029

Cuadro 22: Depreciación de mobiliario y equipo

Cuadro 23: Gastos de administración

Cuadro 24: Gastos de venta

Cuadro 25: Dato para crédito CAMETRO

Cuadro 26: Amortización de préstamo anual CAMETRO

Cuadro 27: Flujo de caja con proyecto

Cuadro 28: Flujo de caja sin proyecto periodo 2025-2029

Cuadro 29: Entradas de efectivo operativas incrementales

Cuadro 30: TMAR

Cuadro 31: Resultado de cálculo del VAN

Cuadro 32: Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

Cuadro 33: Cálculo de Beneficio-Costo

Cuadro 34: Flujos de efectivo proyectado periodo 2025-2029

Cuadro 35: Cálculo del periodo de recuperación

Cuadro 36: Planilla del personal

Cuadro 37: Servicios Básicos

Ilustración 9: Ejemplo de factura Electrónica de Ferretería Rudy

Cuadro 38: Estimación para la implementación de la propuesta

Cuadro 39: Programación de inversión

Cuadro 40: Calendario de ejecución del proyecto

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación surge a partir de la experiencia de una de las integrantes del grupo, quien realizó sus horas sociales en la Ferretería Rudy. Esta experiencia permitió conocer de cerca el funcionamiento del negocio y facilitó el contacto con el señor Contreras, propietario de la ferretería, quien compartió algunos de los objetivos que tiene para su negocio; expandir la ferretería, con el propósito de llegar a más clientes.

El objetivo de investigación fue determinar un estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas en el municipio de San Salvador específicamente en el Barrio San Jacinto, siendo lugar de interés para el propietario.

La metodología utilizada inició con la investigación descriptiva, los métodos hipotético-deductivo, de análisis y síntesis, a través de las técnicas de entrevista y encuesta con apoyo de instrumentos como el cuestionario y guía de entrevista, el diseño utilizado es el no experimental.

Conclusiones:

En el Barrio San Jacinto existe un mercado real para Ferretería Rudy, a través de la información recopilada en la investigación se considera que este proyecto será exitoso al ponerlo en marcha.

Durante la investigación se dio a conocer los productos de mayor demanda para los clientes, sobresaliendo los de fontanería y pintura.

Fijar precios accesibles, buenas ofertas y productos de calidad son las características con mayor porcentaje en la investigación, siendo estas las que atraen a clientes.

La amabilidad es la característica que sobresale entre la atención que un cliente desea tener a la hora de ser atendido obteniendo respuestas y soluciones a sus necesidades

El Barrio San Jacinto es el punto estratégico para establecer la nueva sala de ventas de Ferretería Rudy, se consideran las vías urbanas regular, la zona es segura, cuenta con los servicios públicos.

Recomendaciones:

Ferretería Rudy tendrá que estructurar estrategias para obtener clientes reales y así explotar este mercado, ya que se conoce la alta demanda que existe en el Barrio San Jacinto.

Se recomienda contar con todos los accesorios de fontanería ya que esta gama es extensa, también mantener toda la gama de colores para tener una variedad del producto pintura; y así lograr satisfacer las necesidades del cliente.

Evaluar los precios de cada producto, mantenerlos actualizados con referencia a los vigentes en el mercado y estructurar una estrategia mercadológica enfocada en adquirir nuevos clientes garantizando su preferencia y fidelidad a largo plazo.

Es fundamental tener personal capacitado para la buena atención, así lograr la satisfacción y la mejor relación con el cliente.

Se debe recurrir a la búsqueda de un local en la zona, ya que cuenta con los servicios básicos necesarios al conseguirlo firmar un contrato de arrendamiento para un plazo definido; se obtuvieron resultados positivos en cuanto a la seguridad no hay riesgo de ser extorsionado o asaltado, así también las vías urbanas son accesibles y reduce el daño del automóvil al momento de transportar el producto.

Introducción

El gerente general requiere de un estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas donde la competencia y la demanda del sector ferretero están en constante cambio, el crecimiento de una pequeña empresa como Ferretería Rudy en el Barrio San Jacinto del municipio de San Salvador, representa tanto un desafío como una oportunidad.

Dicho estudio permite su participación y responder a las necesidades de los clientes en zonas donde existe demanda insatisfecha de productos ferreteros, además evaluar la redituabilidad de establecer una nueva sala de ventas, tomando en cuenta factores de mercado, económicos y financieros que impactan la operación de este tipo de empresas. A través de un marco teórico de referencia y de la situación actual de la empresa, se desarrolló una propuesta que permitió conocer las posibilidades reales de éxito de esta expansión.

El trabajo de grado comprende tres capítulos:

En el capítulo I se establece el marco teórico que comprende la información histórica del sector ferretero y las generalidades de Ferretería Rudy para su desarrollo; marco conceptual, y finalmente marco legal e institucional que comprende el orden, la legalidad y el cumplimiento de derechos y deberes.

En el capítulo II que trata sobre la investigación de campo, en el cual se hace un diagnóstico sobre la factibilidad de apertura de una nueva sala de ventas de Ferretería Rudy; se explica la metodología de la investigación, el tipo de estudio, el método de investigación

científica empleado, también se mencionan las técnicas e instrumentos que se aplicaron, se describe el diseño de la investigación, las fuentes de información primarias y secundarias, la población y muestra aplicada y el procesamiento de la información, hasta llegar al diagnóstico, las conclusiones y las recomendaciones.

En el capítulo III se desarrolla la propuesta del estudio de factibilidad para la apertura de la nueva sala de venta, la cual comprende el estudio de mercado, estudio económico, estudio financiero aplicando técnicas de evaluación financiera, la localización, tamaño óptimo del proyecto, y, el plan de implementación para la apertura de la nueva sala de ventas de Ferretería Rudy.

Finalmente se presenta la bibliografía utilizada y los anexos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA SALA DE VENTA DE LA PEQUEÑA EMPRESA FERRETERIA RUDY EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.

1. Marco teórico

1.1 Marco Histórico

Etimológicamente ferretería significa “tienda del hierro”.

Una ferretería es un local comercial dedicado a la venta de útiles para el bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar, normalmente es para el público en general, aunque también existen dedicadas a profesionales con elementos específicos como: cerraduras, herramientas de pequeño tamaño, clavos, tornillos, silicona, persianas, materiales de fontanería, entre otras líneas de productos. Diccionario de la lengua española (2014)

1.1.1 Comercio Ferretero en El Salvador

Entre los años de 1840 a 1880, el comercio ferretero fue introducido en El Salvador impulsando de esa manera el desarrollo económico y social del país.

En El Salvador las ferreterías forman parte del sector económico terciario, porque su función principal es comercializar y distribuir bienes, sin participar en la producción o transformación de el mismo, característica central de este sector de servicios. Dentro del sector terciario, se encuentra en el subsector comercio, ya que se dedica específicamente a la compra y venta de productos, cumpliendo el papel de intermediario entre productores y consumidores o entre empresas. Finalmente, su actividad económica se registra bajo códigos que abarcan el comercio al por mayor y minoristas de artículos y materiales de construcción lo que identifica legal y

estadísticamente a la ferretería como un negocio de venta especializada y distribución de productos sin transformación. Según CIIU/CLAEES se clasifican de la siguiente manera:

4663 venta al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería y equipo y materiales de fontanería y calefacción

46632 venta al por mayor de artículos de ferretería y pinturerías

4663202 venta al por mayor de artículos de ferretería

4752 venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados

47522 venta al por menor de artículos de ferretería

4752201 ferretería al por menor

4789502 venta al por menor de artículos de ferretería y construcción

1.1.2 Algunas grandes Ferreterías de El Salvador

1.1.2.1 Ferretería Sagrera

Entre las familias que iniciaron el comercio de ferretería, se menciona la familia

“Sagrera” con su negocio denominado “Ferretería Sagrera” ubicado en el portal frente al parque Libertad.

En vista del éxito que estaba teniendo muchos dueños de locales que se dedicaban a abarrotes y artículos de primera necesidad decidieron emprender con artículos propios de líneas de ferretería entre ellas se puede mencionar: La casa Haz, La Casa Mugían, El Chichimeco, La Casa Castro, Goldtree S.A de C.V.

1.1.2.2 Almacenes Bou

En el año de 1901, Don Antonio Bou y Esbert fundó la primera "Casa Bou" en la ciudad de Santa Ana sucursal que aún sigue funcionando. Posteriormente su dinamismo y enfoque empresarial lo llevo a expandirse al interior del país.

En 1912 se fundó la sucursal de San Miguel, 1974 la sucursal de Sonsonate, 1995 la sucursal de Metapán, 2003 la sucursal de Santa Cruz siendo esta la sucursal #2 en Santa Ana que actualmente funciona como bodega, 2010 la sucursal de Merliot, misma que se trasladó en el año 2017 al Boulevard Constitución.

2015 Santa Cruz, que actualmente funciona como casa matriz, sucursal #3, Santa Ana, 2018 se fundó REGSA, Registro de armas Santa Ana, tienda especializada en la venta de accesorios deportivos (sucursal #4, Santa Ana).

1.1.2.3 Freund

Otra que ha marcado historia dentro de ese sector ha sido Freud, fundada en 1913, por Don Max Freud, quien con su empeño y constancia creó las bases para convertir su idea de negocio en una propuesta sólida y de una gran trayectoria dentro del mercado salvadoreño. Cuenta con un área logística muy grande en la que se presta servicio a domicilio sin costo adicional poseen una bodega muy sistematizada y controlada por alta tecnología que hace a la empresa eficiente y capaz de crecer y atender el mercado nacional.

Los orígenes de Ferreterías Freund, se remontan a la primera mitad del siglo XX, cuando Don Max Freund (junio 1890- junio 1949) de origen alemán llegó a El Salvador para colaborar en temas comerciales. Las habilidades adquiridas en empresas alemanas, más la experiencia del

trabajo en Casa Mugdan (empresa local), junto a su carisma y dinamismo, le proveyeron a su Compañía muchos éxitos profesionales y personales. Dichos logros le llevaron oportunamente al desarrollo de Freund, que desde 1913 hasta hoy en día se expande con actividades y negocios con mucha solidez y firmeza.

Dedicándose al comercio detallista y mayorista de productos de ferretería, herramientas, pinturas, decoración, hogar, jardinería, materiales de construcción, eléctrico, iluminación, fontanería y herrajes.

Está conformados por un grupo de 26 ferreterías detallistas en dos formatos de tienda: 16 Freund Ferreterías y 10 Constr-Freund y una unidad de venta especializada en la atención a mercados y clientes contratistas, comerciales e industriales.

Cuenta con un amplio portafolio de productos y prestigiosas marcas nacionales e internacionales

1.1.2.4 Vidri

Poco tiempo después Don Manuel asociado con Don Juan Vidrí, quien ha llegado también de Cataluña para trabajar inicialmente en el almacén Vidrí Hermanos se asocian y juntos fundan almacenes Vidrí Duch. En el año 1917 se funda lo que actualmente se conoce como “*Almacenes Vidri*” y cuenta con 16 sucursales ubicadas en la zona Metropolitana de San Salvador, zona Paracentral, Occidental y Oriental del país. ha segmentado las sucursales de acuerdo con la demanda de cada mercado cercano a su ubicación, en dos grandes tipos: autoservicio o ‘home-centers’ y tipo industrial o mostrador. Su amplio universo de productos se encuentra clasificado en 22 departamentos: eléctrico, iluminación y ventilación, audio video y redes, fontanería, baños, pintura, cerrajería, ferretería, materiales de construcción, tornillería, herramientas eléctricas,

herramientas manuales, electrodomésticos, hogar, outdoors, limpieza, bombas y calentadores, industrial, refrigeración, automotriz, jardinería, maquinaria para jardín.

1.1.2.5 Funes Hartman

Funes Hartman es una sociedad que inicia operaciones en El Salvador en el año de 1984, con el objetivo principal de ser solución de ventas al detalle de pinturas con dos salas de ventas. La parte de mayoreo se trabajaba desde una pequeña bodega, en 1989 se abren dos salas de venta más. Después en 1999 se abren otras dos salas de venta. Para estos años la empresa presentaba un crecimiento importante dentro del sector del comercio específicamente en el área de ferreterías, a pesar de que sus competidores más importantes también seguían en crecimiento y posiblemente en mayor escala.

1.1.2.6 Sumersa

Sumersa nace en 1992 como una empresa distribuidora de materiales de calidad en construcción, ferretería, pintura, material eléctrico, fontanería y techos, además se destaca en la distribución de productos de hierro tales como láminas, ángulos, polines, vigas y canales entre otros.

Actualmente cuenta con seis sucursales en todo el país, encontrándose en Santa Tecla, San Salvador, Lourdes, Desvío a Opico, Zaragoza y Santa Ana.

1.1.2.7 Lemus

Luego en 1993, nace en la ciudad de San Salvador Ferretería Lemus, en un local ubicada en el Barrio Zurita, bajo el nombre de su fundador, iniciando con la venta de productos para cielo falso y todo lo relacionado para la instalación de este, con el tiempo se fue ampliando la variedad de productos, gracias al esfuerzo y las alianzas estratégicas con proveedores y clientes.

En 1995 abre la segunda sucursal ubicada en el barrio concepción de San Salvador. En el año 2000 adquiere el nombre de LEMUS, con el cual es reconocida a nivel nacional hoy en día, con el transcurso de los años se fueron anexando más sucursales hasta llegar a poseer 9 en todo el país, posteriormente se crea P.AME (PERFILES AMERICANOS) cuya planta de producción de perfiles para cielo falso y tabla yeso, le da a la empresa entrada al mercado internacional, exportando dichos productos a varios países de la región como Honduras, México, Costa Rica, Panamá, Nicaragua, República Dominicana y Colombia.

Luego es creada Corporación LEMUS S.A de C.V. dando con ello inicio a GRUPO LEMUS, dicha sociedad aporta a la cadena de almacenes LEMUS tres sucursales más, luego se crea Constru-LEMUS S.A de C.V. sociedad que suma una sucursal más, hoy por hoy LEMUS es el Almacén de materiales de construcción más completo del país, cuenta con más de 26 sucursales a nivel nacional, con exportaciones a nivel regional.

1.1.2.8 Ferretería Epa

En el 2010 llega a Centroamérica una marca que nació en Venezuela, incursionando al mercado costarricense, en donde hoy día posee cinco sucursales. Después en el año 2011 llega al mercado salvadoreño como Ferretería EPA, dando apertura a la primera sucursal en el Boulevard

del Ejército, con una inversión de 12 millones de dólares. En el 2013 inauguró la segunda “megatienda”, con una inversión de 8 millones de dólares.

1.1.2.9 Viduc

Viduc S.A. de C.V. nace en 1938 con 87 años de presencia en el mercado ferretero actualmente cuenta con cuatro canales de distribución, siendo las cinco sucursales con las que cuenta Viduc su principal canal. También poseen Viduc Mayoreo, con el que alimentan hasta 600 ferreterías en todo el país, también dispone de un departamento de construcción, carpintería, fontanería y cañería.

Por otra parte, disponen de dos canales importantes para la empresa: Viduc Constructor y Viduc Industrial son los más recientes de la ferretería, siendo puntos potenciales de crecimiento para la empresa.

Su crecimiento exponencial a través de los años y al cierre de 2014 logró un crecimiento entre el 10 % y 12 %. Se ha distinguido por sus “Stocks confiables, precios competitivos, distribución en el interior del país, servicio a domicilio y atención personalizada”. Ha logrado demostrar tan buen crecimiento y continua inversión en sus actividades. Inversiones como la apertura de dos nuevas sucursales son muestra de este crecimiento y aporte al desarrollo económico del país. Además, es la única en el país autorizada para la distribución de marcas de gran prestigio y alta calidad como Knova, Makita, Mexicali y Evans, entre otras. Esto ha venido a posicionar a Viduc como una de las empresas de mayor presencia en el mercado ferretero.

1.1.3 Crecimiento del sector ferretero en El Salvador

El crecimiento de este sector en El Salvador actualmente indica que existen aproximadamente 134 ferreterías sólo en la zona de San Salvador. Todas compiten para poder generar mayores niveles de venta, ganancia, por sus clientes y sus proveedores, ya que de ellos depende gran parte de la capacidad y los volúmenes de inventarios. Los productos que distribuyen provienen de mercados nacionales e internacionales.

En el año 2017 inicia la red Disensa causando gran impacto en el sector ferretero, para el año 2021 ya contaba con 130 nuevos puntos de venta, indicando un mercado ferretero en expansión de la misma red; además, en este mismo año el sector construcción se incrementó un 10.3% generando una alta demanda de materiales.

En el 2023 continuó en crecimiento llegando a 17.9%, según datos del Banco Central de Reserva, alcanzando los \$15 mil millones que representan el 13.3% del PIB.

Para 2024 se proyectó un crecimiento del 18%, impulsado por inversiones privadas y proyectos gubernamentales como el viaducto Los Chorros y el Aeropuerto del Pacífico.

Mientras que para el 2025 Empresarios proyectan un crecimiento del 1.5% al 2% impulsado por el fenómeno del "nearshoring"; sin embargo, Proyecciones económicas (FMI) proyectó el 3% para 2025 en El Salvador, incentivando inversiones y proyectos de infraestructura.

Análisis detallado del crecimiento del sector ferretero en El Salvador entre 2021 y 2025, basado en datos disponibles del sector construcción y proyecciones económicas.

1.2 Generalidades de la empresa

Nombre comercial: Ferretería Rudy

Nombre Legal: Rodolfo Alfonso Contreras Córdova

Ferretería Rudy, surge en el año 1988, su primera sala de ventas se abrió en el centro de San Salvador, fue fundada por la Señora Norma Praxediz Córdova de Contreras, retirándose en el año 2000 y hereda el negocio a su hijo, el Señor Rodolfo Alfonso Contreras Córdova, lleva 34 años operando en el mercado y en la actualidad cuenta con diversas líneas de producto. (ver anexo 4).

Tamaño de la empresa: se considera pequeña, debido a que su operación y cobertura comercial se limitan al municipio de San Salvador; evidencia que la empresa mantiene un alcance geográfico reducido y una estructura organizativa propia de los negocios de pequeña escala. El hecho de no contar con sucursales fuera de San Salvador confirma que la empresa aún se encuentra en una etapa de crecimiento limitado. Otro criterio complementario es que tiene dos salas de ventas y una bodega, ya que, en términos generales, una microempresa suele operar con un solo local o punto de venta, mientras que una empresa pequeña puede contar con dos o más establecimientos.

También según el número de empleados se clasifica como microempresa ya que estas cuentan con 1 hasta 10 empleados, mientras que una empresa pequeña posee generalmente entre 11 y 49 empleados. En el caso de la Ferretería Rudy cuenta con 9 empleados, cifra que se ubica dentro del rango establecido para las microempresas.

Además, según las ventas anuales generalmente una microempresa no supera los US\$250,000, mientras que una empresa pequeña alcanza niveles de ventas que se sitúan por encima de ese monto, llegando aproximadamente hasta US\$1,000,000 anuales.

En el caso de Ferretería Rudy las ventas anuales correspondientes al año 2024 ascienden a US\$139,200 por lo tanto, se concluye que se clasifica como microempresa, ya que su volumen de ingresos se mantiene dentro de los parámetros económicos característicos de este tipo de empresas.

1.2.1 Localización

Ilustración No. 1

La casa matriz de Ferretería Rudy se encuentra ubicada en 9ª Av. Sur, en el Centro de San Salvador (anexo 5).

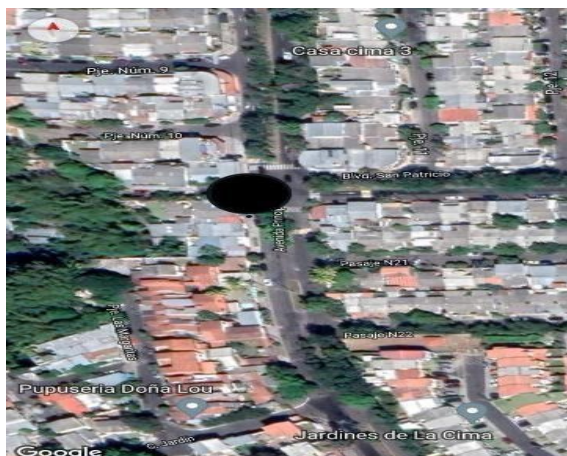


Nota. Adaptado de Ferretería Rudy [Fotografía], Google maps (9 Avenida sur - Google Maps).

Ilustración N°2

Segunda sala de venta Urbanización la Cima III Boulevard San Patricio local N°4.

Google maps.



Nota. Adaptado de Ferretería Rudy [Fotografía], Google maps ([Ferreteria Rudy cima 3 - Google Maps](#)).

Ilustración N°3

La bodega se encuentra ubicación Calle nueva a San Antonio Abad, Pje.N°1 local #15

BIS Reparto 2 de Av. Bernal. Google Maps.



Nota. Adaptado de Ferretería Rudy [Fotografía], Google maps ([San Antonio Abad - Google Maps](#)).

1.2.2 Información financiera de Ferretería Rudy

Ferretería Rudy inició con un capital de ₡12,000 colones convertido a dólares son \$2,400 dólares. (Banco Central de Reserva de El Salvador, 1961)

Con el tiempo en la administración del Sr. Rodolfo, las relaciones comerciales mejoraron con los diferentes proveedores, es decir, logra que se le otorguen la facilidad de pago crediticia, entre ellos están:

1.2.2.1 Créditos de 40 días entre los que se puede mencionar al proveedor Chemical Color que ha otorgado \$15,000 mensuales, aunque en temporadas altas se ha ampliado a \$25,000. (anexo 9).

1.2.2.2 También destaca la empresa Grupo Solid quien provee lijás, rodillos con bandeja y brochas, otorgando un crédito de \$3,000 a \$4,000 mensuales.

1.2.2.3 Bienes muebles como estantes, vitrinas, cajas para producto, equipo de oficina.

1.2.2.4 Préstamos en CAMETRO (anexo 11) – Caja de crédito metropolitana otorga un préstamo de \$10,000 para 180 días, (amortización, anexo 12).

1.2.2.5 Préstamos del Atlántico Norte, Sociedad Anónima de Capital Variable (PRESTAN S.A de C. V) (anexo 13) otorgan \$2,000 para 90 días, (amortización, anexo 14).

1.2.2.6 Ahorro de los depósitos a la caja de créditos metropolitana.

A continuación, se reflejan los Estados financieros periodo 2017 a 2024 (anexo 15) que Ferretería Rudy ha presentado:

Cuadro No. 1

Estados Financieros

Empresa: FERRETERIA RUDY					Sector: SAN SALVADOR			
BALANCE GENERAL	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 3.539,03	\$ 3.123,01	\$ 2.141,29	\$ 142,29	\$ 28.669,44	\$14,442.98	\$534.23	\$15,018.94
Percepciones							\$17.00	
Inventarios	\$ 4.550,10	\$ 5.211,50	\$ 6.810,70	\$ 25.960,50	\$ 1.930,55	\$3,960.50	\$26,055.14	\$14,550.00
Pago a cuenta	\$ 253,79	\$ 253,79	\$ 253,79	\$ 580,14	\$ 2.165,57	\$1,721.46	\$1,374.16	\$1,783.63
Crédito fiscal		\$ 26,96		\$ 3.842,81		\$674.94	\$2,066.91	
Otros Activos Corrientes								
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 8.342,92	\$ 8.615,26	\$ 9.205,78	\$ 30.525,74	\$ 32.765,56	\$20,799.88	\$30,047.44	\$31,352.57
Activos Fijos Netos-equipo de oficina	\$ 3.310,00	\$ 3.310,00	\$ 3.310,00	\$ 3.310,00	\$ 3.310,00	\$3,310.00	\$3,310.00	\$2,536.00
Depreciación	\$ -525,75	\$ -525,75	\$ -525,75	\$ -525,75	\$ -774,00	\$-774.00	\$-774.00	\$-190.20
Otros Activos No Corrientes								
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 2.784,25	\$ 2.784,25	\$ 2.784,25	\$ 2.784,25	\$ 2.536,00	\$2,536.00	\$2,536.00	\$2,345.80
ACTIVOS TOTALES	\$ 11.127,17	\$ 11.399,51	\$ 11.990,03	\$ 33.309,99	\$ 35.301,56	\$23,335.88	\$32,583.44	\$33,698.37
Proveedores	\$ 481,27	\$ 262,13			\$ 2.198,21	\$345.16	\$9,675.43	\$3,325.90
Cuentas X pagar			\$ 282,22					
Debito Fiscal	\$ 20,82				\$ 46,36			\$51.33
Impuestos, Sueldos y Previsiones a Pagar					\$ 796,80	\$643.35		\$1,088.39
Pago a cuenta				\$ 59,97	\$ 280,13	\$94.40	\$63.21	\$83.34
Otros Pasivos a Pagar								
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 502,09	\$ 262,13	\$ 282,22	\$ 59,97	\$ 3.321,50	\$1,082.91	\$9,738.64	\$4,497.63
Deudas Bancarias y Financieras LP								
Otros Pasivos a Pagar de LP								
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE								
PASIVOS TOTALES	\$ 502,09	\$ 262,13	\$ 282,22	\$ 59,97	\$ 3.321,50	\$1,082.91	\$9,738.64	\$4,497.63
Capital	\$ 8.606,50	\$ 8.606,50	\$ 8.606,50	\$ 43.252,13	\$ 23.250,02	\$14,519.98	\$19,252.97	\$19,252.97
Utilidad o pérdida del ejercicio	\$ 2.018,58	\$ 2.530,88	\$ 3.101,31	\$ -10.002,11	\$ 8.730,04	\$7,732.99	\$3,591.83	\$9,896.44
TOTAL PATRIMONIO NETO	\$ 10.625,08	\$ 11.137,38	\$ 11.707,81	\$ 33.250,02	\$ 31.980,06	\$22,252.97	\$22,844.80	\$29,149.41
PASIVOS + PATRIMONIO NETO	\$ 11.127,17	\$ 11.399,51	\$ 11.990,03	\$ 33.309,99	\$ 35.301,56	\$23,335.88	\$32,583.44	\$33,698.37

1.2.3 Recurso humano

Ferretería Rudy actualmente cuenta con nueve colaboradores a tiempo completo (anexo 16), además por servicios profesionales se cuenta con un contador, es decir, esta persona es externa a la organización, el recurso humano interno se desglosa de la siguiente manera:

Casa matriz cuenta con cuatro colaboradores, en la segunda sala de ventas son tres, en la bodega con uno y el propietario quien hace la función de supervisar, organizar, cotizar y repartir productos.

1.2.4 Filosofía empresarial

“La filosofía empresarial de Ferretería Rudy se presenta a continuación:

1.2.4.1 Misión

Proporcionar a nuestros clientes los materiales necesarios para la construcción y decoración para todo tipo de inmuebles con precios competitivos y el mejor servicio a través del personal altamente calificado.

1.2.4.2 Visión

Ser una ferretería líder en la comercialización de materiales para la construcción, decoración y creaciones de nuestros clientes, ofreciéndoles precio accesibles y estándares de calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.

1.2.4.3 Valores

1.2.4.3.1 Calidad: Brindar productos y un excelente servicio cumpliendo los estándares que garanticen a nuestros clientes seguridad y confianza.

1.2.4.3.2 Honestidad: Cumplir con los compromisos y actuar con sinceridad en cada una de nuestras acciones y responsabilidades.

1.2.4.3.3 Confianza: La capacidad que tenemos para realizar los acuerdos con nuestros clientes.

1.2.4.3.4 Respeto: El buen trato que brindamos al interactuar con las personas que nos visitan”. (anexo 17).

1.2.5 Análisis de la filosofía de Ferretería Rudy

La misión de Ferretería Rudy está enfocada en los clientes ya que ellos son la razón de ser, además específica a qué negocio se dedica y delimita el campo de acción con el propósito de concentrar recursos necesarios para la mejor atención al cliente y competitividad en el mercado.

Con respecto a la visión esta inspira y plantea retos para sus logros ya que pretende ser un líder en la comercialización de materiales para la construcción, decoración, entre otros lo que permitirá aprovechar la mayor oportunidad de crecimiento para la organización.

Los valores están ligados a la visión ya que al querer ser líderes busca que dentro de la empresa haya una cultura positiva logrando ser eficiente y productiva. La empresa tiene 4 principales valores que dan la pauta de cómo realizar el servicio que son: Calidad atrae la preferencia del cliente, honestidad la sinceridad que a ayude brindar la mejor asesoría, que se encuentra ligada a la confianza con esto el cliente se siente seguro para poder adquirir los productos, por último, el respeto es importante porque lleva a una relación positiva entre cliente y vendedor.

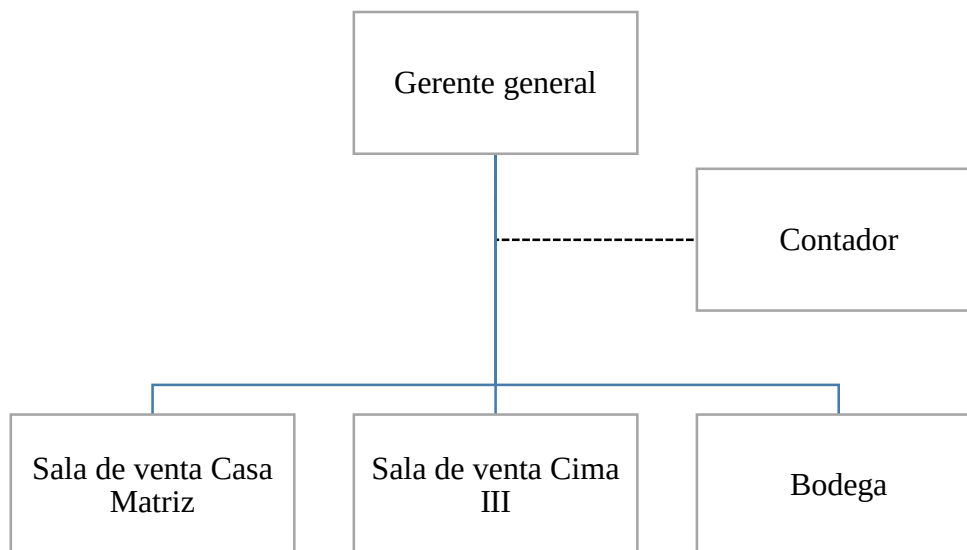
1.2.6 Estructura organizativa

La estructura organizativa se muestra en el siguiente organigrama:

Casa matriz cuenta con cuatro colaboradores, en la segunda sala de ventas son tres, en la bodega con uno y el propietario quien hace la función de supervisar, organizar, cotizar y repartir productos. También como recurso externo se cuenta por servicio profesional a un contador.

Ilustración No.4

Estructura Organizativa Ferretería Rudy



Fuente: Elaboración propia

Simbología	
	El rectángulo representa las áreas de responsabilidad.
	Línea horizontal representa la especialidad de cada área.
	Línea vertical representa la jerarquía y autoridad que conecta puestos de diferentes niveles.

En el organigrama se muestra la estructura organizacional de Ferretería Rudy, donde el Gerente General es quien recibirá los informes financieros que presente el contador externo, también supervisará el trabajo y resultados de las dos salas de ventas. Además, el manejo de la bodega por medio de los reportes que presente el bodeguero, siendo quien tome las decisiones con los encargados de las salas aprobando o rechazando las solicitudes que estos presenten para el desempeño de las actividades en un periodo determinado.

Se refleja un contador externo, dos salas de ventas y una bodega. Estas se encuentran conformado de la forma siguiente:

Contador: Contador externo

Sala de venta Casa Matriz: Encargado de la tienda y tres vendedores

Sala de venta Cima III: Encargado de tienda y dos vendedores

Bodega: Bodeguero

1.2 Marco legal e institucional

1.3.1 Constitución de la República de El Salvador

Título V: Orden Económico

En el Art. 101 hace mención sobre el orden económico que debe responder esencialmente a principios de justicia social, la forma de organizar la sociedad para producir, distribuir y consumir bienes y servicios que necesitan y se basa en el sistema libre mercado o capitalismo.

En el Art, 102 El estado garantiza la libertad económica y protegerá la iniciativa privada dentro de las condiciones necesarias para acrecentar la riqueza nacional y que asegure el acceso a los salvadoreños. (*Constitución De La República De El Salvador, 1983*)

1.3.2 Código de comercio

Este código se encuentra relacionado con las empresas privadas ya que se encarga de regular a los - Los comerciantes, los actos de comercio y las cosas mercantiles se regirán por las disposiciones contenidas en este Código y en las demás leyes mercantiles, en su defecto, por los respectivos usos y costumbres, y a falta de éstos, por las normas del Código Civil. (4) como está estipulado en el Art. 1.

Parte de las obligaciones del comerciantes individual y social las empresas deben matricular sus respectivos establecimientos y llevar la contabilidad en forma prescrita por dicho código; como también inscribirse anualmente en el Registro de Comercio en el balance de la empresa debidamente certificado por contador Público autorizado por el país y cumplir con los demás requisitos de publicidad mercantil que la ley establece según el Art. 411

Todo comerciante está obligado a llevar contabilidad debidamente organizada aceptados en materia de Contabilidad y aprobados por quienes ejercen la función pública de Auditoría como también debe llevar los registros contables como Estados Financieros, diario y mayor y los que sean necesarios por exigencias contables o por ley según lo establece el Art. 435. (*Código de Comercio de la Republica de El Salvador, 1970*)

1.3.3 Código de trabajo

Toda empresa está regulada por el Código de Trabajo tal como lo menciona el Art. 1 Tiene como objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos, obligaciones y se funda en principios que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores, especialmente en los establecidos en la Sección Segunda Capítulo II del Título II de la Constitución. (7)

Ámbito de aplicación Art. 2.- Las disposiciones de este Código regulan: Las relaciones de trabajo entre los patronos y trabajadores privados; y las relaciones de trabajo entre el Estado, los Municipios, las Instituciones Oficiales Autónomas y Semiautónomas y sus trabajadores. (1) (*Código de Trabajo de la Republica de El Salvador, 1972*)

1.3.4 Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS)

Establece en su Artículo 1 la formación del ISSS como una institución autónoma destinada a brindar seguridad social a los trabajadores. El Artículo 3 describe las prestaciones que ofrecerá, incluyendo atención médica, subsidios y servicios de maternidad. El Artículo 7 regula la obligatoriedad de la afiliación para empleadores y trabajadores, mientras que el Artículo 10 detalla las cotizaciones, aclarando que el financiamiento es compartido entre trabajador, empleador y Estado. Además, el Artículo 15 establece la estructura del Consejo

Directivo, encargado de administrar el Instituto, y el Artículo 21 señala la obligación de los empleadores de inscribir a sus trabajadores en el ISSS. Finalmente, artículos como el 32 y 33 regulan sanciones por incumplimientos, asegurando la protección del trabajador mediante mecanismos de control financiero y administrativo. (*Ley y reglamentos del Seguro Social, 1953*)

1.3.5 Ley Integral del Sistema de Pensiones

Establece un sistema de capitalización individual para garantizar pensiones de vejez, invalidez y sobrevivencia. El Artículo 1 define los objetivos del sistema y el Artículo 3 indica quiénes deben cotizar. El Artículo 7 regula las cuentas individuales administradas por las AFP, y el Artículo 12 establece obligaciones de las administradoras. Los Artículos 20-25 determinan los tipos de pensión y su cálculo, mientras el Artículo 30 protege los derechos de los afiliados. Los Artículos 40-45 fijan sanciones por incumplimiento, y el Artículo 50 crea la Superintendencia de Pensiones para supervisar el sistema. En conjunto, la ley promueve transparencia, seguridad financiera y sostenibilidad del ahorro individual (*Ley Integral del Sistema de Pensiones, 2022*).

1.3.6 Ley del impuesto sobre la renta

En El Salvador, el Impuesto sobre la Renta (ISR) es aplicado a aquellas personas naturales y jurídicas que obtienen ingresos mediante alguna actividad económica dentro del país. En el art. 2 de Ley del impuesto sobre la renta, se determina que la renta obtenida por todos los productos o utilidades percibidas o devengadas por los sujetos pasivos ya sea esta en efectivo o en especie sin importar de qué fuente provenga están sujetas a poder aplicarse dicho impuesto, algunas de estas fuentes son: todas aquellas remuneraciones por trabajo ya sea esta por salarios, sueldos, honorarios entre otras, también las obtenidas mediante una actividad empresarial siendo

esta comercial, agrícola, industrial, de servicio y de cualquier otra naturaleza, o todo aquel ingreso obtenido por productos que generen ganancias, beneficios o utilidades.

Esta Ley según el Art. 5 y el literal “A” establece que son sujetos pasivos o contribuyentes y, por lo tanto, obligados al pago del impuesto sobre la renta, aquéllos que realizan el supuesto establecido en el artículo 1 de esta ley, ya se trate de personas naturales o jurídicas domiciliadas o no. (*Ley de Impuesto Sobre la Renta, 1991*)

1.3.7 Ley de impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios (ley de IVA)

Esta ley establece obligaciones fundamentales para los contribuyentes. Sus artículos iniciales definen el hecho generador, los sujetos del impuesto y las operaciones gravadas. Posteriormente, se detallan los débitos fiscales derivados de ventas y servicios, así como los créditos fiscales, que permiten descontar el IVA pagado en compras relacionadas con la actividad económica. La ley también especifica la tasa del 13 % aplicable a la mayoría de las operaciones (Art. 54). Además, regula la emisión de documentos fiscales, como facturas y comprobantes de crédito fiscal, indispensables para el control tributario. Incluye normas sobre declaraciones mensuales, plazos, regímenes especiales para pequeños contribuyentes y sanciones por incumplimiento. En conjunto, los artículos garantizan que el impuesto sea transparente, verificable y administrado de forma eficiente por la administración tributaria. (*Ley del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, 1992*).

1.3.8 Ley general tributaria municipal

Art. 1.- La presente Ley tiene como finalidad establecer los principios básicos y el marco normativo general que requieren los Municipios para ejercitar y desarrollar su potestad tributaria, de conformidad con el Artículo 204 ordinales 1 y 6 de la Constitución de la República.

Esta Ley por su carácter especial prevalecerá en materia tributaria sobre el Código Municipal y otros ordenamientos legales.

De las diversas categorías tributarias municipales.

En el art. 3 especifica los tributos municipales y prestaciones que se exigen a los contribuyentes o responsables en virtud de una ley u ordenanza, para el cumplimiento de sus fines.

En el art. 4 son impuestos municipales, los tributos exigidos por los municipios, sin contraprestación alguna individualizada.

Tasas municipales

En el art. 5 son tasas municipales, los tributos que se generan en ocasión de los servicios públicos de naturaleza administrativa o jurídica prestados por los municipios. (*Ley General Tributaria Municipal, 1991*)

1.3.9 Ley de fomento protección y desarrollo para micro y pequeñas empresas

“La presente Ley tiene por objeto fomentar la creación, protección, desarrollo y fortalecimiento de las Micro y Pequeñas empresas, en adelante también denominadas MYPE, y contribuir a fortalecer la competitividad de las existentes, a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor agregado a la producción; promover un mayor acceso de las mujeres al desarrollo empresarial en condiciones de equidad, y constituye el marco general para la integración de las mismas a la economía formal del país, mediante la creación de un entorno favorable, equitativo, incluyente, sostenible y competitivo para el buen funcionamiento y crecimiento de este sector empresarial según el Art. 1 que se encuentra regida por el Ministerio de Gobernación de El Salvador”. (*Ley de Fomento Protección y Desarrollo para Micro y Pequeñas Empresas, 2014*)

El marco legal se presenta en el siguiente cuadro:

1.3 Marco institucional

Cuadro No. 2

Marco institucional

LEYES	INSTITUCIONES
Constitución de la República de El Salvador	Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia
Código de Comercio	Ministerio de Economía
Código de Trabajo	Ministerio de Trabajo y Previsión Social.
Ley de Impuesto sobre la Renta	Ministerio de Hacienda
Ley de impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios (ley de IVA)	Ministerio de Hacienda
Ley de Fomento Protección y Desarrollo para Micro y Pequeñas Empresas	Ministerio de Economía
Código municipal	Alcaldías y concejos municipales
Ley General Tributaria Municipal.	Alcaldía de San Salvador
Ley de ISSS	Junta Directiva del ISSS
Ley AFP	Superintendencia del Sistema Financiero

1.4 Marco conceptual del estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas de la pequeña empresa ferretería Rudy en el municipio de San Salvador

1.5.1 ¿Qué son los estudios de factibilidad?

Se conoce como estudio de factibilidad a un proceso investigativo que realizan las empresas para determinar la posibilidad de desarrollo de un proyecto o negocio a implementar, permitiendo un conocimiento previo de sus proyectos y saber si resultan de manera favorable o desfavorable. (Córdova Padilla, 2011).

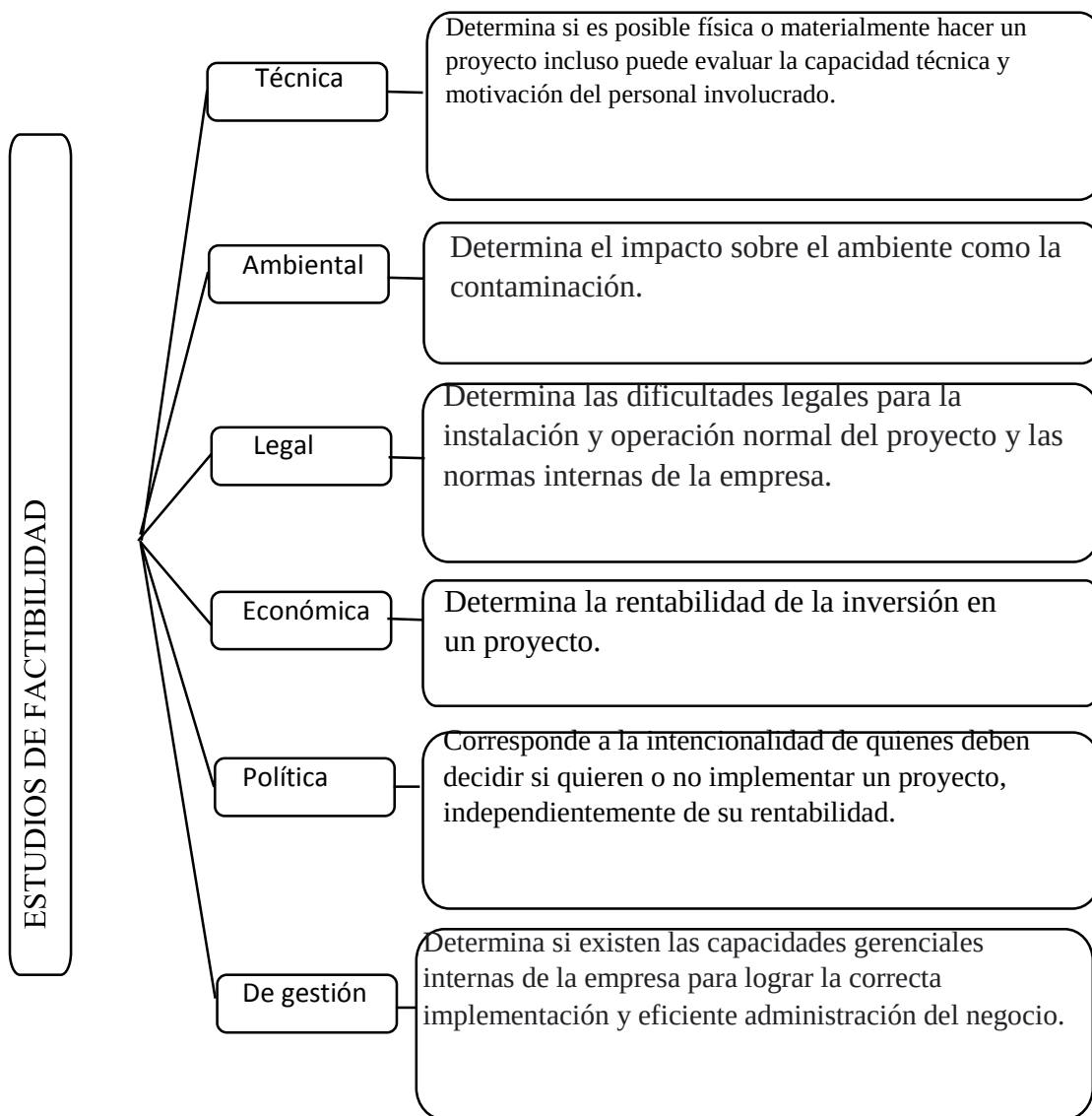
Este estudio profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se emplea, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

La decisión de emprender una inversión tiene cuatro componentes básicos:

El decisor, un inversionista, financiero o analista, las variables controlables por el decisor, las variables no controlables por el decisor, las opciones o proyectos que se deben evaluar.

1.5.1.1 Tipos de factibilidad

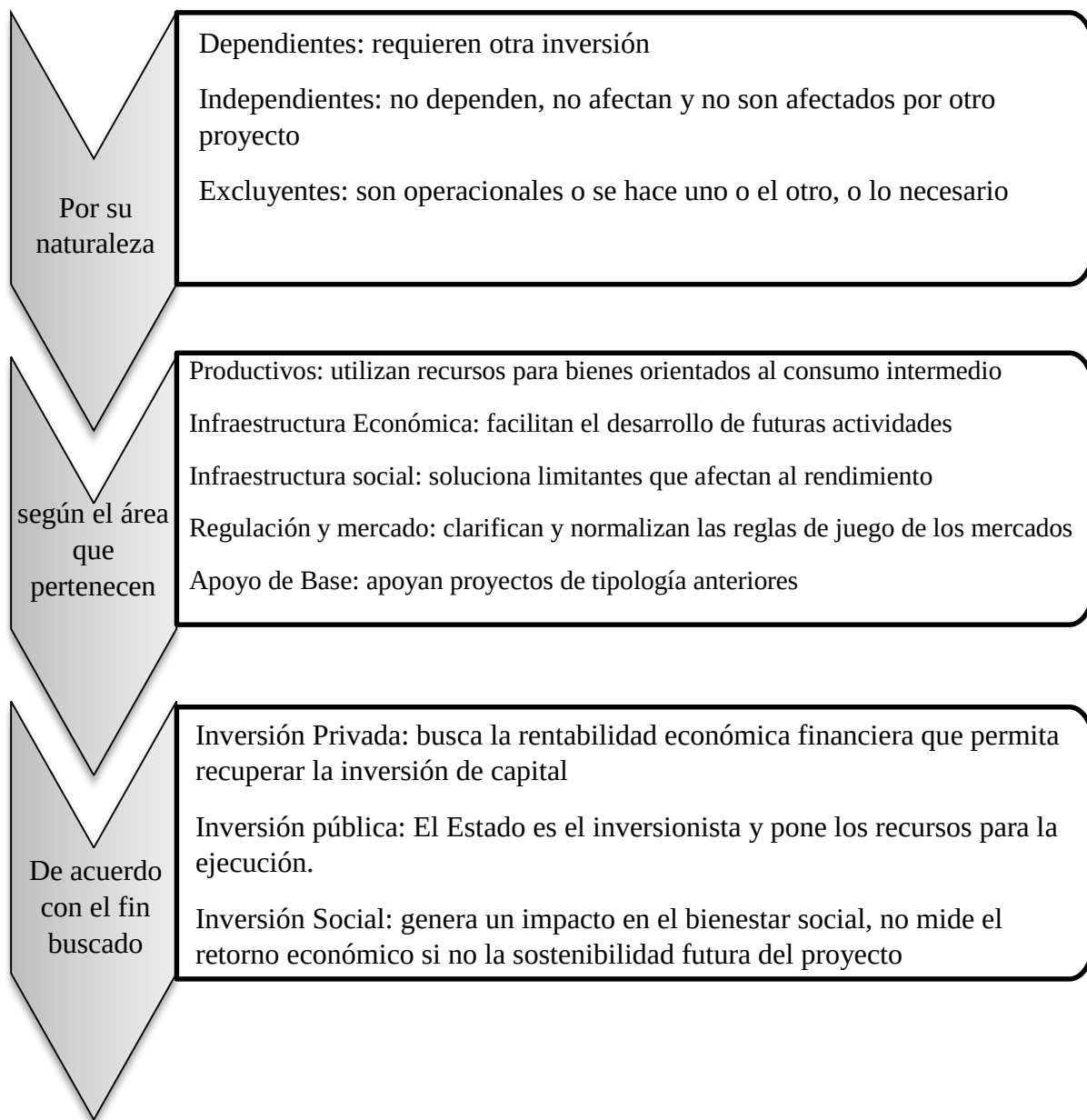
Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionarán el éxito o fracaso de una inversión, se presentan en el siguiente esquema:

Ilustración No.5*Estudios de Factibilidad*

1.5.1.2 Clasificación de proyectos

Ilustración No.6

Clasificación de proyectos

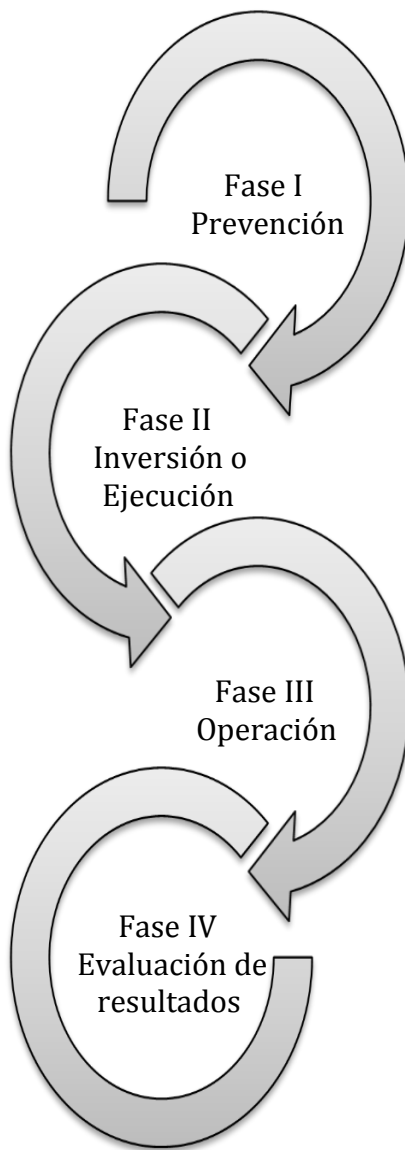


1.5.1.3 Ciclo de vida de un proyecto de inversión

El ciclo de vida de un proyecto inicia con un problema originado en una necesidad, a la cual debe buscarle solución coherente. Los proyectos de inversión pasan por cuatro grandes fases:

Ilustración No.7

Fases de proyectos de inversión



La fase de pre-inversión presenta las siguientes etapas: idea, prefactibilidad, factibilidad, diseño.

Fase donde se implementa el proyecto, se toma en cuenta la compra de terreno, instalación de maquinaria, equipos y herramientas, selección de administración de sistemas de operaciones y administrativas, además de la selección, contratación, inducción y capacitación del personal.

Esta fase se refiere a la inversión materializada en ejecución, orientada a la solución del problema.

Si el proyecto dio solución al problema se debe verificar después de un tiempo en operación. Tiene 2 objetivos, uno es evaluar el impacto real y el otro es simular la experiencia para enriquecer el nivel de conocimiento y capacidad para mejorar.

1.5.2 Estudio de Mercados

Se define según Gabriel Urbina Baca como el “área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.” (Baca Urbina, 2013).

Los objetivos del estudio de mercado son los siguientes:

Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.

Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.

Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.

Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado.

Una demanda insatisfecha clara y grande no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en ese mercado, ya que éste puede estar en manos de un monopolio u oligopolio; mientras que un mercado en apariencia saturado indicará que no es posible vender una cantidad adicional a la que normalmente se consume.

Para el análisis de mercado se reconocen cuatro variables fundamentales que son análisis de la demanda, análisis de la oferta, Análisis de los precios, análisis de la comercialización.

1.5.2.1 Análisis de la demanda

“El principal propósito que se persigue es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda” (Baca Urbina, 2013).

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos.

1.5.2.2 Análisis de Oferta

“El propósito que se persigue es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio” (Baca Urbina, 2013).

La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto.

Con propósitos de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta en relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos: la primera es la Oferta competitiva o de mercado libre en ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el

mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado. La segunda es la Oferta oligopólica (del griego oligos, poco) se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores. Tratar de penetrar en ese tipo de mercados no sólo es riesgoso, sino que en ocasiones hasta resulta imposible. La tercera es la Oferta monopólica se refiere a la existencia de un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad.

1.5.2.3 Análisis de los precios

“La definición de precio no puede emitirse sin que haya protestas de investigadores de otras áreas. Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.” (Baca Urbina, 2013).

1.5.2.3.1 Tipos de precios

Los tipos de precios son local, nacional, regional externo, regional interno

1.5.2.3.1.1 Local: precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. Fuera de esa localidad el precio cambia.

1.5.2.3.1.2 Nacional: es el precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados.

1.5.2.3.1.3 Regional externo: es el precio vigente sólo en parte de un continente. Rige para acuerdos de intercambio económico sólo en esos países, y el precio cambia si sale de esa región.

1.5.2.3.1.4 Regional interno: es el precio vigente en sólo una parte del país. Rigen normalmente para artículos que se producen y consumen en esa región; si se desea consumir en otra, el precio cambia.

1.5.2.4 Comercialización del producto

“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.” (Baca Urbina, 2013).

1.5.3 Estudio de factibilidad técnico-operativo

El estudio técnico operativo da como resultado la información necesaria para determinar cuánto hay que invertir y los costos de operación asociados de llevar a cabo el proyecto.

Además, permite definir el tamaño, la localización del proyecto; la elección de un lugar determinado dependerá de diversos factores como medio ambiente, medios de transporte, cercanía del mercado y de las fuentes de abastecimiento, disponibilidad de insumos, etcétera. También, es posible determinar los recursos a utilizar en la operación del proyecto.

1.5.3.1 Tamaño óptimo de la planta

En esta parte es necesario conocer con mayor precisión tiempos predeterminados y movimientos de los procesos, las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento; todo esto se puede lograr a través del “análisis de los factores que intervienen en la determinación del lugar donde la inversión logra su máxima utilidad o la minimización de los costos” (Erossa Martín, 2004); también ayuda a determinar geográfica y estratégicamente el lugar exacto en el cual estará

situado el proyecto, analizando diferentes factores que permitan la optimización de los recursos y tiempos utilizados en el desarrollo del proyecto.

Los métodos más utilizados para la localización de la planta que se recomiendan son los siguientes:

1.5.3.1.1 “Cualitativo por puntos: ayuda a la toma de decisiones ya que, al asignar elementos cuantitativos a un grupo de criterios relevantes para la localización, lleva a comparar varios sitios y escoger el que más puntuación tenga.

1.5.3.1.2 Cuantitativo de Vogel, requiere de un análisis de costos de transporte de la materia prima y los productos terminados de tal manera que los montos de las erogaciones monetarias determinarán la mejor localización.

1.5.3.1.3 Método de Brown y Gibson en el que se combinan aspectos posibles de cuantificar con factores subjetivos a los que asignan valores ponderados de peso relativo.” (Baca Urbina, 2013).

1.5.3.2 Tamaño óptimo del proyecto

Ayuda a saber los requerimientos del tamaño óptimo o “la capacidad instalada expresada en unidades de producción de bienes o servicios en un periodo determinado” (Baca Urbina, 2013), se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. Algunos factores generales que condicionan el tamaño óptimo son: La demanda: muestra las necesidades que tiene el consumidor, se basa en la investigación de mercado, la que puede indicar que puede ser mayor al proyecto, igual o bien quedar por debajo.

Los insumos y suministros del proyecto: Se debe determinar la disponibilidad de producto terminado tanto en cantidad como en calidad ya que es de vital importancia para poder operar. Además, se debe hacer una lista de los proveedores y se anotarán los alcances de cada uno para suministrar. Equipo y tecnología: el proyecto requiere tomar en cuenta todos los activos fijos que estarán involucrados en las operaciones del negocio. El tamaño y financiamiento: Se debe considerar un balance entre el monto necesario para el desarrollo del proyecto y lo que pudiera arriesgar para sufragarlo, ya que si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible o no es viable.

1.5.3.3 Organización

El personal suficiente y apropiado es necesario para cada uno de los puestos de la empresa. Para ello, se capacitará a los empleados que formen parte de la nueva sala de ventas, preparándolos según las funciones que desempeñen.

1.5.3.4 Ingeniería del proyecto

La ingeniería da solución a todo lo relacionado a instalación y funcionamiento de la planta que permita el proceso de la fabricación del producto o de la prestación del servicio, determinando todos los procesos, equipos, recursos humanos, mobiliario y equipo de oficina, etc.

1.5.3.5 Distribución de la planta

“Es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más eficiente, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.” (Baca Urbina, 2013).

Comprende el análisis de los siguientes aspectos:

“Integración total: sirve para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor. **Mínima distancia de recorrido:** busca la reducción de la distancia recorrida durante el manejo de los productos disponibles para la venta, trazando el menor flujo posible. **Flexibilidad:** se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio.” (Baca Urbina, 2013). Por tanto, la distribución de planta requiere un amplio estudio sobre todos los factores que puedan incidir en las condiciones de trabajo; permitiendo, en el transcurso de la realización del proyecto, una operatividad óptima, con menor grado de inseguridad y desgaste de recursos.

1.5.4 Estudio económico

El estudio económico determina cuál es el monto de los recursos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (toma en cuenta las funciones productivas, administrativas y de ventas).

1.5.4.1 Flujos de efectivo relevante del proyecto

Son flujos de efectivo relevantes aquellos que se esperan solo si se realiza una inversión. este a su vez se comprende por:

1.5.4.1.1 Inversión inicial Incremental

“La inversión inicial está constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo” (Gitman & Zutter, 2012), es el monto requerido para iniciar un proyecto, que considera el costo oportunidad asociado a la liquidación de un activo fijo antiguo

que será reemplazado y su impacto fiscal y el capital de trabajo necesario para poner a trabajar el activo fijo nuevo.

1.5.4.1.2 Flujos de efectivo incremental

Estos se esperan solo si se realiza una inversión. Estos representan los cambios en los flujos de efectivo (entradas o salidas) que ocurren cuando una empresa hace un nuevo desembolso de capital.

1.5.4.1.2.1 Pasos para elaborar el flujo operativo

Establecer el horizonte de la inversión (tiempo), Proyección de los estados financieros reestructurados es de una perspectiva financiera para “n” períodos, en función del horizonte del proyecto (gastos), Se determinan los flujos de efectivo futuros, desde una óptica financiera (utilidad neta, partidas monetarias y capital de trabajo)

1.5.4.1.2.1.1 Entradas

Los ingresos esperados de una inversión de capital están representados por sus entradas de efectivo operativas, las cuales son entradas de efectivo incrementales después de impuestos. Debido a que la empresa no podrá disponer de ningún ingreso sino hasta que haya satisfecho los requerimientos fiscales gubernamentales.

1.5.4.1.2.1.2 Costos y gastos

Los costos de acuerdo con su comportamiento con relación al volumen de actividad se representan en costos fijos, costos variables, los primeros se refieren a los costos que no aumentan ni disminuyen con los cambios en las ventas. Las empresas deben pagar independiente de las condiciones así sean buenas o malas.

1.5.4.1.2.1.3 Gastos

“El gasto es el decremento bruto de activos o incrementos de pasivos que experimenta una entidad como resultado de las operaciones normales encaminadas a la generación de ingresos” (García Colín, 2014), está relacionado con la administración, las ventas o al financiamiento de la empresa, su registro es en el Estado de resultado, no generan ingresos.

1.5.4.1.2.1.4 Depreciaciones

Las empresas para efecto de información fiscal y financiera no pueden deducir como gasto el costo total de un activo que estará en uso por varios años; se encuentra estipulado en la Ley de Impuestos sobre la Renta en el Art. 30. Los porcentajes máximos de depreciación permitido serán: de maquinaria 5 años 20%, vehículo 4 años 25%, otros bienes muebles 2 años 50%.

1.5.4.1.2.1.5 Flujo de efectivo terminal o final

“El flujo de efectivo no operativo, después de impuestos, que ocurre en el último año de un proyecto. Por lo regular, se atribuye a la liquidación del proyecto”. (Gitman & Zutter, 2012). se excluyen las entradas de efectivo operativas, que ocurre en el último año del proyecto.

Además, el flujo de efectivo terminal con frecuencia tiene un gran efecto sobre el VPN de un proyecto.

1.5.4.1.2.1.6 Ingresos derivados de la venta de activos

“Los ingresos derivados de la venta de un activo nuevo o viejo se conocen con frecuencia como valor residual, y representan el monto esperado neto de los costos por remoción o limpieza al

finalizar el proyecto.” (Gitman & Zutter, 2012). En el caso de las inversiones de capital destinadas a la expansión y renovación, los ingresos provenientes del activo viejo son iguales a cero.

1.5.4.1.2.1.7 Impuestos sobre la venta de activos

Cuando la inversión que se somete a análisis implica la sustitución de un activo viejo por uno nuevo, existen dos elementos clave para el cálculo del flujo de efectivo terminal.

Si se sustituye el activo viejo, recibirá ingresos por la eliminación de este último al final del proyecto (en vez de contabilizar esos ingresos como parte de la inversión inicial). Por lo tanto, se debe contabilizar como una salida de efectivo los ingresos después de impuestos que la empresa habría recibido por desechar el activo viejo.

1.5.4.1.2.1.8 Cambio en el capital de trabajo neto

Al calcular la inversión inicial se toma en cuenta cualquier cambio en el capital de trabajo neto atribuible al activo nuevo. Ahora, cuando se calcula el flujo de efectivo terminal, el cambio en el capital de trabajo neto representa la recuperación de cualquier inversión de capital de trabajo neto inicial.

1.5.4.2 Evaluación financiera del proyecto

Identifica los méritos propios del proyecto, independientemente de la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros que necesite y del modo como se distribuyan los excedentes o utilidades que genera.

Además, esta pretende medir el rendimiento del proyecto en términos de recursos reales, para la sociedad como un todo. Tiene por objetivo la identificación del impacto de un proyecto sobre el bienestar económico de un país.

También busca el lucro de tipo empresarial y su propósito consiste en medir la eficiencia de la inversión involucrada de un proyecto, es decir, incluye tanto la eficiencia de los recursos propios (capital social) como de los recursos obtenidos de créditos o préstamos, es el análisis de costo/ beneficios.

Las herramientas para realizar la evaluación financiera de proyectos son:

1.5.4.2.1 Periodo de la Recuperación de la inversión: este método, también se conoce como PP por sus siglas en inglés (Playback). Determina el número de períodos requeridos para recuperar la inversión inicial, por medio de los flujos de efectivos futuros del proyecto. Empresas que tienen poco efectivo, podrán recurrir al método para dar énfasis a aquellas inversiones que devuelvan los fondos más rápidos. Hay dos modalidades para el periodo de reembolso, el método exhaustivo y el promedio.

1.5.4.2.2 Costo de capital (TMAR): es la inversión inicial que se requiere puede provenir de: Inversionistas, otras empresas e instituciones de crédito o de una mezcla de inversionistas. Según la aportación de capital, cada uno tendrá un costo asociado al capital que aporte, y la nueva empresa formada tendrá un costo de capital propio. Antes de invertir, una persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento

1.5.4.2.3 Relación Beneficio costo: también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial, se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor a 1, entonces se acepta el proyecto. Una forma alternativa de evaluar económicamente un proyecto es dividir todos los costos del proyecto sobre todo los beneficios económicos que se van a obtener, si se quiere que

el metodo tenga una base solida tanto costos como beneficios deberan estar expresados en valor presente, se trata de considerar, el cambio del valor del dinero a traves del tiempo.

1.5.4.2.4 Valor presente neto: permite calcular el valor presente de un determinado número de flujo de cajas futuros originados por una inversión, se conoce como el valor actual neto (VAN) definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egresos la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial, el valor presente neto es simplemente la suma actualizada al presente de todos los beneficios, costos, e inversiones del proyecto, es la suma actualiza de los flujos netos de cada periodo. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

1.5.4.2.5 Tasa interna de retorno refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil, los proyectos “bien conformados” es decir, aquellos que tienen uno o varios periodos de flujos negativos al inicio, y luego generan beneficios netos durante el resto de su vida. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge en la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto. De manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero.

1.5.4.3 Resultados esperados del estudio de factibilidad.

El estudio de factibilidad orienta la toma de decisiones. Se puede esperar abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente u oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que se

sugieran. Se formulará con base a la información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso del proyecto.

1.5.4.4 La toma de decisiones asociadas con un proyecto.

“Para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario someterlo al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas; no puede ser tomada por una sola persona con un enfoque limitado, o ser analizada sólo desde un punto de vista. Aunque no se puede hablar de una metodología estricta que guíe la toma de decisiones sobre un proyecto, debido a la gran diversidad de proyectos y a sus diferentes aplicaciones, sí es posible afirmar categóricamente que una decisión siempre debe estar fundada en el análisis de un sinnúmero de antecedentes con la aplicación de una metodología lógica que abarque la consideración de todos los factores que participan y afectan al proyecto.” (Baca Urbina, 2013).

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA FERRETERIA RUDY, RELACIONADO A LA FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA SALA DE VENTAS EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR

2.1 Importancia

Después de haber llevado a cabo la investigación y recopilado la información por medio de los instrumentos utilizados como cuestionario y guía de entrevista, se realizó un diagnóstico con los datos obtenidos por el gerente general, permitiendo conocer la situación económica y financiera de la Ferretería Rudy; como también las necesidades y preferencias que tienen los clientes reales que viven El Barrio San Jacinto.

2.2 Objetivo General

Realizar una investigación de campo haciendo uso de herramientas, técnicas e instrumentos de recolección de información, para la elaboración de un diagnóstico que permita conocer la situación económica y financiera de la Ferretería Rudy.

2.2.1 Objetivos específicos

2.2.1.1 Recopilar información con el gerente general y personas que viven o trabajan en el Barrio San Jacinto a través de técnicas e instrumentos de recolección de información y tabulación de estos.

2.2.1.2 Conocer el comportamiento de la demanda, el estudio de mercados reales y factibilidad para la apertura de la sala de venta en el Barrio San Jacinto.

2.2.1.3 Elaborar un estudio de factibilidad enfocado en la rentabilidad en la apertura de la nueva sala de venta y crear una demanda potencial para la ferretería en El Barrio San Jacinto.

2.3 Métodos y técnicas de la investigación

En el desarrollo de la investigación se trabajó con métodos y técnicas de investigación para la realización del desarrollo razonable del estudio.

2.3.1 Metodología de la investigación

En el desarrollo de la investigación se tomó como base el método hipotético, deductivo, método de análisis y síntesis, que ayudaron para la recolección e interpretación de la información, por medio de la encuesta y entrevista.

2.3.2 Método Deductivo

Se utilizó el método deductivo, iniciando con la idea general de que las empresas incrementan sus ventas cuando se expanden hacia zonas con demanda y poca competencia. Al aplicar el principio general a este caso específico, se deduce que abrir una nueva sala de ventas de ferretería de Ferretería Rudy en San Jacinto es una decisión adecuada para captar ese mercado y mejorar el crecimiento de la empresa.

2.3.3 Método de análisis

Se utilizó el método de análisis en el desarrollo de la investigación para distinguir cada uno de los elementos y variables como: localizaciones geográficas, servicio al cliente calidad del producto, precio de los productos, los cuales intervienen en la demanda y oferta de las ferreterías.

2.3.4 Método de síntesis

Este método se utilizó para recopilar toda la información en el que se obtuvieron los resultados mediante el método de análisis, simplificando de esta manera la información obtenida con la finalidad de concluir y realizar recomendaciones a Ferretería Rudy para la apertura de una nueva sala de ventas en El Barrio San Jacinto.

2.3.5 Tipo de investigación

2.3.5.1 Investigación descriptiva

Por medio de esta investigación se observó características, cualidades o comportamientos de la población del Barrio San Jacinto, después se hace la descripción tal como ocurre en la realidad, sin explicar causas profundas ni hacer predicciones, posterior se recolectó datos, se organizó y se presentó la información.

2.3.6 Diseño de la investigación

Se utilizó el diseño no experimental en el que no se manipuló ninguna variable experimental contenida en la investigación; sino más bien el estudio se llevó a cabo mediante la observación de los fenómenos según su ámbito natural y luego realizar su respectivo análisis para determinar qué tan factible es para Ferretería Rudy dar apertura a una nueva sala de ventas en El Barrio San Jacinto.

2.3.7 Técnicas de recopilación de la información

Para poder obtener la información necesaria a esta investigación se utilizaron dos técnicas: encuesta y entrevista, con ello se logró recolectar datos que son importantes para la investigación que luego fueron tabulados, graficados y analizados.

2.3.7.1 Entrevista

Se realizó entrevista al propietario, el Señor Rodolfo Alfonso Contreras Córdova de modo presencial, ya que él cuenta con experiencia de más de veinte años en el rubro ferretero, tiene conocimiento de clientes, demanda, mercados, inversiones, entre otros. Es por ello por lo que toda la información proporcionada por su persona fue de mucha utilidad para la investigación; la entrevista se realizó de forma estructurada, se incluyeron todas las preguntas necesarias para realizar de manera efectiva el trabajo de investigación.

2.3.7.2 Encuesta

Se realizó encuesta a residentes y trabajadores del Barrio San Jacinto; con el motivo de determinar el impacto de la apertura de una nueva sala de ventas de Ferretería Rudy; se hizo uso del instrumento: cuestionario, el cual estuvo formulado con preguntas abiertas y cerrada.

2.3.8 Instrumentos

2.3.8.1 Guía de entrevista

Esta fue redactada para poder realizar la entrevista al propietario de Ferretería Rudy, el Señor Rodolfo Alfonso Contreras Córdova, se realizaron en total quince preguntas abiertas para permitir expresar libremente sus respuestas, y que proporcione la información de manera más amplia.

2.3.8.2 Cuestionario

Este instrumento fue redactado para llevar a cabo una combinación para la entrevista y las encuestas, para el primero se formularon quince preguntas todas abiertas, y para el segundo se formularon veinte preguntas con ítems cerradas, abiertas y de opción múltiple.

2.4. Fuentes de información

2.4.1 Primarias

La información primaria se recolectó por medio de la entrevista al gerente general de Ferretería Rudy, información que será muy útil ya que tiene conocimiento amplio en el rubro, que será de suma importancia para la investigación.

2.4.2 Secundaria

Se obtuvo información ya existente, de libros relacionados al tema, trabajos de investigación, estudios previos, documentos que Ferretería Rudy brindó relacionados a la pequeña empresa, entre otros que pueden contener información necesaria para la investigación.

2.4.3 Ámbito de la investigación

El desarrollo de la investigación fue en las instalaciones de la pequeña empresa Ferretería Rudy en casa matriz ubicada en el mercado central de San Salvador y en la plaza del Barrio San Jacinto donde también se realizó la investigación de campo con las personas que viven o trabajan en la zona; a través, de una muestra representativa.

2.5. Objeto de estudio

Para la realización de esta investigación se tiene como objeto de estudio la pequeña empresa Ferretería Rudy ubicada en el municipio de San Salvador.

2.6 Unidades de análisis

Son todas aquellas personas que brinden información para la investigación como el gerente general, personas que residen o trabajan en el Barrio San Jacinto.

2.7. Determinación de universo y muestra

Para la investigación de campo se consideró realizar una muestra estadística.

2.7.1 Universo

Para la investigación se tienen identificados dos universos:

Universo 1: Gerente general de Ferretería Rudy, el Señor Rodolfo Alfonso Contreras.

Universo 2: Población del Barrio San Jacinto.

2.7.2 Muestra

La muestra que se utilizó para la investigación está conformada por personas que viven en el Barrio San Jacinto. Por ello se calculó muestra estadística para población finita, ya que se conoce el número de personas que residen en la zona.

2.7.3 Tipo de muestreo

El tipo de muestreo que se utilizó, en el desarrollo de la investigación fue el probabilístico, ya que este permite que la población escogida del Barrio San Jacinto tenga la misma probabilidad de ser seleccionados por la muestra.

2.7.4 Cálculo de la muestra

La muestra se calculó haciendo uso de la fórmula para población finita esta es aquella población que tiene una cantidad limitada de elementos o que posee un número determinado de individuos, la fórmula es la siguiente:

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

Donde:

n= Tamaño de muestra buscado, Z= Nivel de confianza utilizado, P= Probabilidad de éxito, q= Probabilidad de fracaso (1-P), N: Tamaño de la población total, E= Error de estimación (Fernández y Ruiz Fuentes, 2006).

Para calcular la muestra de los clientes de Ferretería Rudy se hará uso de la fórmula finita, el porcentaje de nivel de confianza a utilizar será 95% entonces Z= 1.96, para el valor de P se asignará una proporción esperada de 50%, N= 55,954, P=0.50 y (q= 1-P) entonces q=0.50, el error estimado será de 10%, E= 0.14

$$n = \frac{(1.96)^2(55,954) (0.50) (0.50)}{(0.14)^2 (55,954-1) +(1.96)^2(0.50) (0.50)} \quad n= 49$$

2.8. Procesamiento de la información.

2.8.1 Tabulación, Análisis e interpretación de la información.

La información recopilada por medio de las técnicas fue procesada e ingresada en el programa Microsoft Excel para su respectivo análisis.

Para la tabulación fue necesario elaborar cuadros de frecuencia y generar gráficas de pastel que fueron de utilidad para representar toda la información de la investigación, para una mejor comprensión.

A través del análisis de los datos se determinó los aspectos generales de los consumidores que residen o transitan en el Barrio San Jacinto, se dio a conocer lo que demandan los clientes con mayor frecuencia, los factores que tienen mayor importancia a la hora de visitar una ferretería.

2.9 Diagnóstico de la situación actual para la apertura de la nueva Sala de Venta de Ferretería Rudy

Con el fin de describir la situación actual de Ferretería Rudy, se tomaron en cuenta aspectos provenientes de la entrevista al gerente general de la misma, se tomaron en cuenta los siguientes: capacidad de sostenibilidad financiera, capacidad para retención de capital humano, capacidad para la instalación de una nueva sala de ventas.

2.9.1 Aspectos generales de la población del Barrio San Jacinto

Del 100% de las personas encuestadas en el Barrio San Jacinto, se determinó que el género con mayor influencia mujeres que representan el 59% de la muestra total; y con la minoría hombres representan 41% de la muestra total. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 1 Cuadro y Gráfico No 1)

Se encuestó a las personas entre las edades de 18 a más de 61 años, mostrando que en su mayoría los encuestados tienen edad entre los 31 a 40 años, seguido de la edad de 18 a 30 en conclusión la información que se obtendrá serán respuestas de jóvenes y adultos que residen o visitan el Barrio San Jacinto. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 2 Cuadro y Gráfico No 2)

Según los encuestados, el 82% de personas son habitantes del Barrio San Jacinto, es decir que el mercado potencial consumidor estará enfocado en los residentes de la zona. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 3 Cuadro y Gráfico No 3)

El resultado de los datos muestra que solo el 47% personas trabajan en el Barrio San Jacinto, mientras que un 53% no trabaja en la zona, pero puede que la persona sea residente en

este y sea un cliente potencial para la ferretería. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 4 Cuadro y Gráfico No 4)

El 39% de los encuestados tienen más de 9 años de vivir o trabajar en el Barrio San Jacinto, por lo que conocen la zona, siguiendo el 17% correspondiente a los que tienen 3 a 5, un 16% con de 5 a 7 años, un 14% con 7 a 9 años, un 8% menos de 1 año y un 6% con 1 a 3 años. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 5 Cuadro y Gráfico No 5).

2.9.2 Análisis de la demanda

Esta información da a conocer que la mayoría de las personas son frecuentes a la hora de visitar una ferretería, pues los resultados arrojan que de los encuestados visitan más del 27% a la semana, un 25% cada 15 días y un 24% al mes, abriendo así gran posibilidad de incursionar en el Barrio San Jacinto. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 6 Cuadro y Gráfico No 6)

Productos de fontanería y accesorios tienen una aceptación del 51% de los encuestados con la posibilidad de ser comprados y es el producto que más demanda tiene en los pobladores. Luego le sigue un 41% de las personas que comprarían pinturas y accesorios, los artículos para el hogar tiene una aceptación del 39%; material eléctrico e iluminación tienen una demanda del 31%, un 27% necesita productos de jardinería y agrícola, solo un 24% compra productos para construcción, un 22% compra herramientas de trabajo y un 16% requiere productos para mascotas. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 7 Cuadro y Gráfico No 7)

Los resultados de esta pregunta ayudan a determinar cuál es la necesidad que las personas desean cubrir a la hora de realizar sus compras, del 100% de las personas encuestadas el 69% prefieren precios accesibles, lo que es notorio que a la hora de realizar sus compras dejan de un

lado las demás características, como el rendimiento que representa el 12%. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 8 Cuadro y Gráfico No 8)

Muestra la gráfica No.9 que el 86% si tiene el conocimiento que existen ferreterías en el Barrio San Jacinto lo que da un buen escenario ya que la población local como laboral sabe que no tiene que salir del Barrio San Jacinto para comprar, (Ver anexo 2 encuesta, pregunta No 9 Cuadro y Gráfico No 9) también la gráfica 9.1 muestra que la población tiene más enfocada ferreterías de nombre reconocido o de antaño, lo que da la pauta de implementar nuevas estrategias comerciales para colocarse a la vista del cliente. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 9.1 Cuadro y Gráfico No 9.1)

2.9.3 Estudio de mercados potenciales

La grafica muestra que la población prefiere un servicio de primer nivel, amabilidad y confianza entre cliente y proveedor, al mismo tiempo que busca productos confiables, ambos suman con el 51%, luego la calidez del personal con un 37% es decir que la confianza entre personal de servicio y producto es primordial. Luego todas las otras oscilan el mismo porcentaje o un par de puntos de diferencia. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 10 Cuadro y Gráfico No. 10)

En el Barrio San Jacinto es más grande por defecto el motivo de compra personal con 76%, sobre un 24%, es decir que debe ser enfocado en estrategias para remodelaciones de hogar, sin dejar a un lado las necesidades de las empresas. (Ver anexo 2 encuesta, pregunta No 11 Cuadro y Gráfico No. 11)

Los clientes con mayor frecuencia son los de oficios varios que conforman un 37%, mientras el 27% de la población total son comerciantes individuales es decir que se puede ser

proveedores comerciales al mismo tiempo, por lo que se debe enfocar en la amabilidad y productos confiables. (Ver anexo 2 encuesta, pregunta No 12 Cuadro y Gráfico No.12)

Estos resultados muestran que el 57% de la población encuestados prefieren el servicio de cotizaciones por lo que se debe de dar un servicio rápido ya que esto les ayudará un mejor análisis de ofertas. (Ver anexo 2 encuesta, pregunta No 13 Cuadro y Gráfico No13)

2.9.4 Factibilidad para apertura de la sala ventas

Un 67% de los encuestados no conoce la Ferretería Rudy, por lo que se debe enfocar en crear estrategias para llevar el conocimiento de dicha ferretería a la población. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 14 Cuadro y Gráfico No 14)

En esa pregunta refleja que el 71% de los encuestados no son clientes de Ferretería Rudy por lo cual es importante enfocarse en las estrategias para dar a conocer la ubicación y productos que ofrece para ganar nuevos clientes, ya que en la anterior pregunta se arrojó un 33% que, si conoce la ferretería, pero sin embargo no es cliente de ella. (Ver anexo 2, encuesta pregunta No 15 Cuadro y Gráfico N°15)

Una pregunta directa fue si les gustaría que se realizara la apertura de una nueva sala de venta de Ferretería Rudy; la aceptación fue muy positiva el 96% de las personas encuestadas dijeron que sí; y solo un 4% dijeron que no, este porcentaje corresponde a grupos de interés, ya que en la actualidad existe ya una ferretería en la zona. (Ver anexo 2 encuesta, pregunta No 16 Cuadro y Gráfico N°16)

Los resultados arrojaron que el lugar ideal para abrir la nueva sala de venta es la plaza San Jacinto, siendo mayor demanda del 49% ya que es un lugar muy visitado no solo por los

residentes de la zona, en segundo lugar, prefieren el mercado de San Jacinto con un 21% y en tercer lugar se encuentra el sector de la Iglesia San Antonio con un 14%. (Ver anexo 2 encuesta, pregunta No 17 Cuadro y Gráfico N°17)

Es importante buscar un área muy estratégica, donde no exista mayor dificultad para su acceso en vehículo o transporte de carga, lo cual no representa un verdadero problema ya que los resultados no arrojan que las condiciones viables sean desfavorables, con un 45% en estado regular y un 39% en buen estado. (Ver anexo 2 encuesta, pregunta No 18 Cuadro y Gráfico N°18)

Una ventaja muy favorable es la seguridad del Barrio San Jacinto con un 67% que es un lugar seguro y un 25% bastante seguro, eso da confianza tanto al negocio como a los clientes, lo que da una pauta que el local donde se establezca la nueva sala no tendrá mayor inconveniente con la seguridad. (Ver anexo 2 encuesta, pregunta No 19 Cuadro y Gráfico N°19)

Los datos reflejan que hay ventajas ya que cuenta con todos los servicios básicos para un mejor funcionamiento. Los porcentajes son muy equitativos en todos los servicios pues existen todos excepto la estación de bomberos. (Ver anexo 2 tabulación de encuesta, pregunta No 20 Cuadro y Gráfico N°20).

2.10 Alcances y limitaciones

2.10.1 Alcances

A través del estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de venta se detallan los siguientes alcances:

2.10.1.1 Presentar propuesta de estudio de factibilidad de Ferretería Rudy en el Barrio San Jacinto.

2.10.1.2 Se logró tener acceso a información importante como generalidades de la empresa, Estados Financieros.

2.10.1.3 Se analizaron las condiciones técnicas del proyecto, como la localización de la nueva sala de ventas, mobiliario y equipo requerido.

2.10.1.4 El estudio permite identificar las preferencias y necesidades de los clientes, tales como precios, calidad de los productos y tipo de atención recibida en la ferretería.

2.10.1.5 La investigación abarca la evaluación de la oferta y la demanda, con el fin de determinar la aceptación del proyecto en la zona de estudio.

2.10.2 Limitaciones

Entre las diversas limitaciones para desarrollar el trabajo de investigación se detallan a continuación:

- 2.10.2.1 El gerente es una persona muy ocupada en el negocio, dificultó el desarrollo continuo de la investigación.
- 2.10.2.2 Durante la recolección de información en el barrio San Jacinto, varios habitantes se mostraron poco dispuestos a colaborar con el llenado de las encuestas, lo que obligó al equipo de investigación a realizar varias visitas al lugar para completar el tamaño de muestra requerido.
- 2.10.2.3 El acceso a la información sobre la población total de la zona de estudio fue difícil; sin embargo, finalmente se logró obtener dicha información a través del Distrito 5 de la Alcaldía de San Salvador.
- 2.10.2.4 Se tuvo dificultad para encontrar información estadística actualizada y específica sobre el sector ferretero en la zona de estudio, lo que obligó a basarse principalmente en información primaria obtenida mediante encuestas.
- 2.10.2.5 Los estudios previos no contaban con la referencia bibliográfica completa para obtener información que ayudará avanzar con el desarrollo del trabajo.

2.11 Conclusiones y recomendaciones

2.11.1 Conclusiones

2.11.1.1 En el Barrio San Jacinto existe un mercado real para Ferretería Rudy, a través de la información recopilada en la investigación se considera que este proyecto será exitoso al ponerlo en marcha.

2.11.1.2 Durante la investigación se dio a conocer los productos de mayor demanda para los clientes, sobresaliendo los de fontanería y pintura.

2.11.1.3 Fijar precios accesibles, buenas ofertas y productos de calidad son las características con mayor porcentaje en la investigación, siendo estas las que atraen a clientes.

2.11.1.4 La amabilidad es la característica que sobresale entre la atención que un cliente desea tener a la hora de ser atendido obteniendo respuestas y soluciones a sus necesidades

2.11.1.5 El Barrio San Jacinto es el punto estratégico para establecer la nueva sala de ventas de Ferretería Rudy, se consideran las vías urbanas regular, la zona es segura, cuenta con los servicios públicos necesarios a excepción de la estación de bomberos.

2.11.1.6 El Barrio San Jacinto es una zona con un alto auge comercial que a la vez cuenta con competidores; por lo que las personas encuestadas prefieren que la ubicación de la nueva sala de venta sea en la plaza de esta zona.

2.11.1.7 Ferretería Rudy cuenta con el respaldo económico como el financiamiento sustentable de los proveedores e instituciones financieras como bancos y cajas de créditos.

2.11.2 Recomendaciones

2.11.2.1 Ferretería Rudy tendrá que estructurar estrategias para obtener clientes reales y así explotar este mercado, ya que se conoce la alta demanda que existe en el Barrio San Jacinto.

2.11.2.2 Se recomienda contar con todos los accesorios de fontanería ya que existe una variedad de accesorios, también mantener toda la gama de colores para tener una diversidad del producto pintura; y así lograr satisfacer las necesidades del cliente.

2.11.2.3 Evaluar los precios de cada producto, mantenerlos actualizados con referencia a los vigentes en el mercado y estructurar una estrategia mercadológica enfocada en adquirir nuevos clientes garantizando su preferencia y fidelidad a largo plazo.

2.11.2.4 Es fundamental tener personal capacitado para la buena atención, así lograr la satisfacción y la mejor relación con el cliente.

2.11.2.5 Se debe recurrir a la búsqueda de un local en la zona, ya que cuenta con los servicios básicos necesarios al conseguirlo firmar un contrato de arrendamiento para un plazo definido; se obtuvieron resultados positivos en cuanto a la seguridad no hay riesgo de ser extorsionado o asaltado, así también las vías urbanas son accesibles y reduce el daño del automóvil al momento de transportar el producto.

2.11.2.6 Se recomienda la apertura de la nueva sala de venta en plaza San Jacinto por ser un punto estratégico para los consumidores por lo que ferretería Rudy debe mantenerse a la altura de sus competidores ofreciendo diversificación de producto que lo caracterizan

2.11.2.7 Solicitar ampliación de crédito a las instituciones financieras y proveedores con las que trabaja Ferretería Rudy para aperturar la nueva sala de ventas.

CAPÍTULO III: PROPUESTA DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA NUEVA SALA DE VENTAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA FERRETERIA RUDY, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR.

3.1. Importancia

El aumento de la demanda que ha experimentado Ferretería Rudy la ha guiado a incrementar la oferta para cubrir y satisfacer las necesidades de sus clientes, este hecho es un aspecto positivo que la empresa debe de aprovechar para crecer, expandirse y lograr competitividad dentro del rubro ferretero.

Esta propuesta ayudará a determinar la factibilidad de las instalaciones en el Barrio San Jacinto por lo cual es necesario sustentarlo para determinar los factores que podrían brindar ventajas o desventajas para el proyecto; identificar el equipo físico necesario, localización del proyecto para su óptimo funcionamiento mediante diferentes métodos.

Propósito fundamental es incrementar su patrimonio y capital.

3.2. Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas de Ferretería Rudy, que permita expandir su alcance en el mercado garantizando una inversión rentable y sostenible en el tiempo.

3.2.1 Objetivos específicos

3.2.1.1 Analizar el mercado, la demanda y la inversión necesaria para la apertura de la nueva sala de ventas, incluyendo infraestructura, inventario, mobiliario y equipo y gastos operativos.

3.2.1.2 Identificar las actividades operativas y organizativas para el funcionamiento de la nueva sala de ventas de Ferretería Rudy.

3.2.1.3 Determinar el nivel de rentabilidad que la nueva sala de ventas puede ofrecer a los propietarios de Ferretería Rudy y su sostenibilidad en el largo plazo.

3.3 Estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas

3.3.1 Localización para el proyecto

Cuadro No. 3

Método Cualitativo por puntos

Factores de evaluación de la ubicación	Peso	Mercado de San Jacinto	Plaza San Jacinto	Distrito N°5 de la Alcaldía	Unidad de salud San Jacinto	Iglesia San Antonio	Mercado de San Jacinto	Plaza San Jacinto	Distrito N°5 de la Alcaldía	Unidad de salud San Jacinto	Iglesia San Antonio
1 Servicios básicos	0.20	8	8	8	8	8	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6
2 Seguridad de la zona	0.20	8	9	8	7	5	1.6	1.8	1.6	1.4	1
3 Espacio del local	0.15	6	9	6	5	4	1.2	1.8	1.2	1	0.8
4 Flujo y accesibilidad de personas	0.15	8	9	6	7	5	1.6	1.8	1.2	1.4	1
5 Mercado proveedor	0.05	8	8	8	8	8	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6
6 Vías de acceso	0.10	9	9	9	8	8	1.8	1.8	1.8	1.6	1.6
7 Regulaciones municipales	0.15	8	9	9	7	7	1.6	1.8	1.8	1.4	1.4
	1.00						11	12.2	10.8	10	9

Interpretación: La plaza San Jacinto se posiciona como la mejor opción para la ubicación del proyecto, ya que obtuvo la mayor puntuación de 12.2. Esto indica que cumple mejor con los criterios establecidos, especialmente en seguridad, espacio y regulaciones municipales.

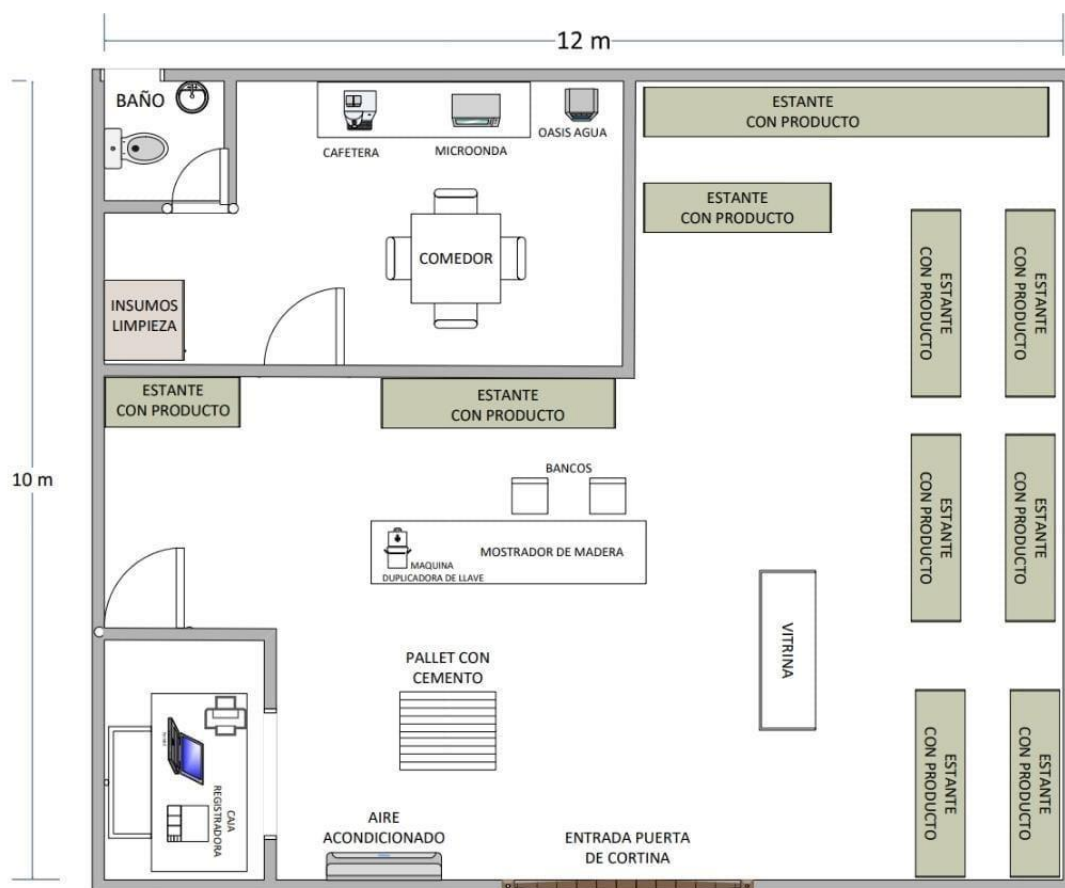
Recomendación: La Plaza San Jacinto sería la ubicación más estratégica, ya que optimiza los factores más relevantes y tiene una ventaja clara sobre las demás ubicaciones.

3.3.2 Distribución de la sala de ventas

Ilustración No. 8

Distribución de la Sala de ventas

El local que se sugiere cuenta con medidas de 10x12 equivalentes a 120 metros cuadrados.



Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo.

3.3.3 Estudio de mercado

3.3.3.1 Análisis de la Demanda

Se detallan las cifras correspondientes a la población total del Barrio San Jacinto comprendida entre los años 2024 – 2029, estos datos servirán a Ferretería Rudy para conocer su población objetivo.

Los datos de la población total del año 2024 brindada por el Distrito 5 de la Alcaldía de San Salvador Centro. Según Estadísticas y Censos de El Salvador indica una tasa de crecimiento anual promedio de aproximadamente 0.29% en los últimos años. Para el cálculo de la población general de los años 2025 – 2029 se utilizó el método incremental, con dicho porcentaje y para la población económicamente activa se toma solo el 51% de la población total.

Cuadro No. 4

Población del Barrio San Jacinto

Año	Población total del Barrio San Jacinto ¹	Población Económicamente Activa
2024	55,954	28,537
2025	57,577	29,364
2026	59,246	30,216
2027	60,965	31,092
2028	62,733	31,994
2029	64,552	32,921

^{1/} Tomado de anexo 21 Cuadro población del Barrio San Jacinto Año 2024

Fuente: Elaborado por el grupo de investigación, con base a la información brindada por Distrito 5 de la Alcaldía de San Salvador Centro.

Cuadro No. 5

Proyección de población económicamente activa y demanda

Año	Población Económicamente Activa ¹	Demanda Proyectada
2024	28,537	7,705
2025	29,364	7,928
2026	30,216	8,158
2027	31,092	8,395
2028	31,994	8,638
2029	32,921	8,889

¹/ Tomado de cuadro No. 4 Población del Barrio San Jacinto

Fuente: Basado en datos proporcionados por investigación de campo donde solamente un 27% de la muestra total visita una ferretería semanalmente.

3.3.3.2 Análisis de la Oferta

Según el Ministerio de Economía se encuentran registradas 387 ferreterías distribuidas a nivel nacional, esto es el reflejo de la importancia de este sector en la economía del país, ya que las ferreterías son fundamentales en el suministro de materiales y herramientas esenciales para proyectos de construcción, remodelación, y mantenimiento, tanto a nivel doméstico como industrial.

En el Barrio San Jacinto existen diversas ferreterías que ofrecen productos similares, entre estas están: Ferretería Disensa 30%, VIDUC 12%, Ferromar 25%, la Bendición 15%, Grupo JEA 18% (inaugurada recientemente). Ferretería Rudy desea mejorar todas aquellas áreas para generar comodidad y confiabilidad al cliente y de esta forma lograr ventaja competitiva ante las demás empresas dedicadas al mismo rubro.

3.3.3.3 Análisis de producto

Entre las líneas de productos no solo se consideran herramientas y materiales de construcción, también puede incluir una variedad de productos para el hogar. Entre los artículos se encuentran los huacales, baldes, escobas, trapeadores, entre otros implementos de limpieza.

La apertura de una nueva sala de venta se convierte en un reto para el gerente, ofreciendo productos confiables, precios accesibles para clientes como empresas constructoras entre ellas podemos mencionar a Grupo Proyect que se especializa en servicios relacionados con la construcción; también albañiles, fontaneros que prestan servicios y habitantes de la zona, de esta manera establecer según el sector de la población al que espera satisfacer. Ferretería Rudy ofrece productos los cuales se detallan a continuación:

Cuadro No 6

Clasificación por línea productos

Clasificación	Productos	%
De fontanería y accesorios	Tuberías PVC, pegamentos, chorros, válvulas, duchas, sifones, pernos, inodoro, empaques, resumideros, tubo de abasto, manecillas.	30%
De pinturas y accesorios	Pintura de agua y de aceite, solvente, adelgazadores de pintura, brochas, rodillos, pinceles.	20%
De material eléctrico e iluminación	Focos, interruptor de luz, tomas, cables eléctricos, rosetas, soquet, calaveras, extensiones, dados térmicos, cajas térmicas.	10%
De construcción	Cemento, arena, grava, varillas, pegamento de cerámica, polines.	15%
Herramientas de trabajo	Martillos, tenazas, alicates, desarmadores, palas, tijeras, brocas, taladros, azadón, piocha, cierras, cumas, corvos, barras, almárganas, cinta métrica.	10%
Jardinería y agrícola	Abonos, insecticidas, mangueras, tierra, masetas, fertilizantes	5%
Artículos para el hogar	Copias de llave, escobas, pala plástica, trapeadores, rastrillos, cubetas vacías, jaboneras, ventiladores, ganchos de ropa, bolsas plásticas.	5%
Productos para mascotas	Comida para mascotas, champú, plato, dispensador de agua, cadenas, collares, correas y pecheras.	5%
Total		100%

3.3.3.4 Análisis de Precio.

Esta variable es un factor clave para los clientes, especialmente en un mercado competitivo. Por esta razón, Ferretería Rudy tiene como estrategia fijar sus precios de venta, aplicando un pequeño incremento a cada producto, garantizando que las demandas se mantengan sostenidamente.

3.3.3.5 Análisis de Plaza

Ferretería Rudy se establecerá en la zona como una empresa minorista enfocada en atender las necesidades del mercado local. Su operación se basará en la colaboración con proveedores mayoristas confiables, asegurando un abastecimiento diversificado de productos esenciales para el hogar, la construcción y otros relacionados.

3.3.3.6 Análisis de Promoción

La calidad y autenticidad de los productos de ferretería Rudy dirigidos a sus clientes es importante, por tal razón se debe siempre dar énfasis en los métodos y herramientas publicitarias a utilizar, ya que una publicidad adecuada permitirá alcanzar los objetivos de obtener nuevos clientes y se realizará a través de redes sociales, brochure informativo y publicación radial.

3.3.4 Estudio económico

3.3.4.1 Inversión inicial

Dentro de la inversión inicial se incluyen los gastos necesarios para dar apertura a la nueva sala de ventas de la pequeña empresa Ferretería Rudy.

Se considera el depósito inicial de alquiler del local, el mobiliario y equipo, compras de seguros, mejoras permanentes, pagos de servicios, impuestos, licencias de funcionamiento y publicidad.

Cuadro No. 7

Mobiliario y equipo

Mobiliario y equipo	
Mobiliario administrativo	\$ 1,915.00
Laptop hp	\$ 1,100.00
2 bancos metálicos	\$ 50.00
Archivero	\$ 150.00
Impresora multifuncional	\$ 250.00
Microondas	\$ 90.00
Oasis	\$ 185.00
Cafetera agrupar equipo de cocina	\$ 20.00
Comedor de 4 sillas para empleados	\$ 200.00
Insumos de limpieza	\$ 20.00
Mobiliario para sala de ventas	\$ 14,455.00
Pick up Nissan Frontier 2015	\$ 10,500.00
Caja registradora	\$ 250.00
2 teléfono de línea móvil	\$ 300.00
Máquina cortadora de llaves automática	\$ 2,000.00
9 estantes de metal medianos (\$100 x 9)	\$ 900.00
1 estante de metal grande	\$ 175.00
2 vitrinas de 2mt de largo (\$150.00 x 2)	\$ 300.00
2 pallet con medida de 1.20x1.20 cm	\$ 30.00
Aire acondicionado	\$ 1,200.00
Total	\$ 17,720.00

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No. 8*Remodelaciones y pago de servicios*

Mejoras permanentes	
Pintura	\$ 100.00
Mano de obra de pintura	\$ 200.00
Mostrador de madera para sala de ventas	\$ 700.00
Área de caja con vidrio polarizado	\$ 500.00
Compra e instalación de luz de emergencia	\$ 110.00
Instalación de aire acondicionado	\$ 125.00
Total	\$ 1,735.00
Compras y servicios	
Papelería y útiles	\$ 1,440.00
Utensilios de limpieza	\$ 960.00
Sistema de cámara de vigilancia e instalación	\$ 1,000.00
Licencia de funcionamiento anual y precalificación	\$ 383.00
3 extintores	\$ 200.00
Impuesto municipal	\$ 315.00
Pago de planos y levantamiento, arquitecto	\$ 1,000.00
Servicio de internet y línea fija	\$ 1,200.00
Servicio de Luz	\$ 3,600.00
Servicio de agua	\$ 324.00
Factura electrónica	\$ 1,300.00
Software de inventario y licencia	\$ 5,000.00
Flete por traslado	\$ 300.00
Total	\$ 17,022.00

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No. 9*Seguros*

Compra de seguros	
Seguro de Pick up	\$ 1,800.00
Seguro contra incendios del local	\$ 2,400.00
Total	\$ 4,200.00

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No. 10*Publicidad*

Publicidad	
Banner 2 m	\$ 40.00
Total	\$ 40.00

Fuente: Elaboración propia

Cuadro No 11*Inversión inicial*

CONCEPTO	COSTOS TOTAL
Depósito inicial del local ₁	\$ 2,000.00
Mobiliario y Equipo ₂	\$ 17,720.00
Compra de seguros	\$ 4,200.00
Mejoras permanentes ₃	\$ 18,757.00
Publicidad ₄	\$ 40.00
INVERSION INICIAL	\$ 42,717.00

1. Pago de depósito de garantía exigido por el propietario

2. Tomado del cuadro No. 7 Mobiliario y equipo

3. Tomado del cuadro No. 8 remodelaciones y pago de servicios (mejoras permanentes)

4. Tomado del cuadro No. 10 Publicidad

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4.2 Estimación de Ingresos

Por lo que se estima para los próximos 5 años una proyección de ventas en aumento de un año a otro de tal forma que la demanda futura se determina partiendo de datos históricos según el detalle a continuación:

Cuadro No 12

Ingresos históricos de ventas de Ferretería Rudy¹

Años	Ventas
2017	\$12,013.00
2018	\$14,337.00
2019	\$47,802.00
2020	\$29,724.00
2021	\$130,786.00
2022	\$98,368.63
2023	\$78,523.57
2024	\$139,200.74
Total	\$550,754.94

¹ tomado de cuadro No13 cálculo de proyección de venta

Fuente: datos proporcionados por gerente general.

3.3.4.3 Proyección de Ingresos

La proyección de los ingresos se estima empleando el método de Mínimos Cuadrados. La ecuación de mínimos cuadrados se representa como: $Y = a + bx$ Dónde: a: Punto de intersección de la línea con el eje “Y”, b: Pendiente de la recta X: Unidades dadas a la variable “X” en el tiempo y: Variable dependiente para la cual se hace la predicción.

En el siguiente cuadro se presenta la proyección de ingresos de ventas de Ferretería Rudy.

Cuadro No 13

Cálculo de proyección de ventas

Años	Ventas (Y)	X	XY	X ²	Y ²
2017	\$12,013.45	1	\$12,013.45	1	\$144,322,980.90
2018	\$14,337.13	2	\$28,674.26	4	\$205,553,296.64
2019	\$47,802.87	3	\$143,408.61	9	\$2,285,114,380.24
2020	\$29,724.92	4	\$118,899.68	16	\$883,570,869.01
2021	\$130,786.04	5	\$653,930.20	25	\$17,104,988,258.88
2022	\$ 98,368.63	6	\$590,211.78	36	\$ 9,676,387,368.08
2023	\$ 78,523.57	7	\$549,664.99	49	\$6,165,951,045.54
2024	\$ 139,200.74	8	\$1,113,605.92	64	\$19,376,846,016.55
TOTAL	\$550,754.94	36	\$3,210,401.69	204	\$55,842,571,344.17

Fuente: Elaboración propia

Sustituyendo los datos se tiene:

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{8(\$3,210,401.69) - (36)(\$550,754.94)}{8(204) - (36)^2} = \frac{\$5,856,035.68}{336} = \mathbf{\$17,428.68}$$

Ahora se calcula a:

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

$$a = \frac{-\$76,677.45}{8} = \mathbf{\$ -9,584.68}$$

$$a = \frac{\$550,754.94 - \$17,428.68 (36)}{8}$$

$$\mathbf{a = \$ -9,584.68}$$

Aplicando la ecuación de regresión que utiliza el método de mínimos cuadrados, se estiman los años 2025- 2029 porque Ferretería Rudy brindó información hasta 2024:

Cuadro No. 14

Ventas estimadas (periodo de 2025- 2029)

Y= a + bx				
Año	A	B	x	Y
2025	-\$9,584.68	\$17,428.68	9	\$147,273.42
2026	-\$9,584.68	\$17,428.68	10	\$164,702.09
2027	-\$9,584.68	\$17,428.68	11	\$182,130.77
2028	-\$9,584.68	\$17,428.68	12	\$199,559.45
2029	-\$9,584.68	\$17,428.68	13	\$216,988.13

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro No. 15 se presentan los ingresos de Ferretería Rudy sin considerar la nueva sala de ventas:

Cuadro No. 15

Proyección de ingresos sin proyecto

Años	Ventas ¹
2025	\$147,273.42
2026	\$164,702.09
2027	\$182,130.77
2028	\$199,559.45
2029	\$216,988.13

^{1/} Tomado del cuadro No. 14

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro No. 16*Proyección de ventas con proyecto y sin proyecto Periodo 2025-2029*

AÑO	Ingresos sin proyecto	Ingresos con proyecto
2025	\$147,273.42	\$176,728.10
2026	\$164,702.09	\$197,642.51
2027	\$182,130.77	\$218,556.93
2028	\$199,559.45	\$239,471.34
2029	\$216,988.13	\$260,385.75

Fuente: Elaboración propia.

Nota: para hacer cálculo de los ingresos con proyecto se utilizó el método incremental con un 20% sobre las proyecciones anualmente de Ferretería Rudy.

3.3.4.4 Estimación de Compras

Para los próximos 5 años la proyección de compras se realiza con base a datos históricos, según el detalle a continuación.

Cuadro No. 17*Compras históricas de Ferretería Rudy*

Años	Compras ¹
2017	\$9,491.17
2018	\$11,743.38
2019	\$45,816.60
2020	\$57,251.94
2021	\$96,172.37
2022	\$90,830.91
2023	\$95,376.61
2024	\$115,509.09

Fuente: datos proporcionados por gerente general.

Para la proyección de las compras se emplea el Método de Mínimos Cuadrados. La ecuación de mínimos cuadrados se representa como: $Y = a + bx$

Cuadro No 18

Cálculo de proyección de compras Periodo 2025-2029

Años	Compras (Y)	X	XY	X ²	Y ²
2017	\$9,491.17	1	\$9,491.17	1	\$90,082,307.97
2018	\$11,743.38	2	\$23,486.76	4	\$137,906,973.82
2019	\$45,816.60	3	\$137,449.80	9	\$2,099,160,835.56
2020	\$57,251.94	4	\$229,007.76	16	\$3,277,784,633.76
2021	\$96,172.37	5	\$480,861.85	25	\$9,249,124,751.42
2022	\$90,830.91	6	\$544,985.46	36	\$8,250,254,211.43
2023	\$95,376.61	7	\$667,636.27	49	\$9,096,697,735.09
2024	\$115,509.09	8	\$924,072.72	64	\$13,342,349,872.63
Total	\$552,192.07	36	\$3,016,991.79	204	\$45,543,361,321.68

Fuente: Elaboración propia

$$b = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{N(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{8(\$3,016,991.79) - (36)(\$522,192.07)}{8(204) - (36)^2} = \frac{\$5,337,019.80}{336}$$

$$b = \$15,883.99$$

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

$$a = \frac{\$522,192.07}{8} - \$15,883.99 \left(\frac{36}{8} \right) = \frac{-\$49,631.57}{8}$$

$$a = -\$6,203.94$$

Los resultados de compras esperadas para los años 2025 a 2029 se presentan en el cuadro No 19, a continuación:

Cuadro No. 19

Resultado de Proyección de compras Periodo 2025-2029

Año	A	b	x	Y (estimada)
2025	-\$6,203.94	\$15,883.99	9	\$136,751.95
2026	-\$6,203.94	\$15,883.99	10	\$152,635.94
2027	-\$6,203.94	\$15,883.99	11	\$168,519.93
2028	-\$6,203.94	\$15,883.99	12	\$184,403.92
2029	-\$6,203.94	\$15,883.99	13	\$200,287.90

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de la proyección de compras para el periodo 2025 a 2029 se muestran en el cuadro No 20 a continuación:

Cuadro No. 20

Proyección de compras sin proyecto

Año	Compras ¹
2025	\$136,751.95
2026	\$152,635.94
2027	\$168,519.93
2028	\$184,403.92
2029	\$200,287.90

¹/ Datos tomados de cuadro No 19

Fuente: Elaboración propia.

La proyección de compras sin proyecto y con proyecto se muestra en el cuadro No 21.

Cuadro No. 21

Proyección de compras con proyecto y sin proyecto Periodo 2025 a 2029

Año	Compras sin proyecto ¹	Compras con proyecto ²
2025	\$136,751.95	\$164,102.34
2026	\$152,635.94	\$183,163.13
2027	\$168,519.93	\$202,223.91
2028	\$184,403.92	\$221,284.70
2029	\$200,287.90	\$240,345.48

1/Tomado de cuadro No 20

2/Se utilizó el método incremental con un 20% para el cálculo de proyección de compras con proyecto.

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4.5 Depreciación de maquinaria y equipo

La depreciación del mobiliario de la nueva sala de ventas se llevará a cabo a través del método de línea recta y aplicándole el respectivo porcentaje de depreciación que estable la Ley del Impuesto Sobre la Renta en su artículo 30 y numeral 3 para poder establecer el monto de la depreciación en el caso del mobiliario de Ferretería Rudy corresponde a un porcentaje del 50% ya que pertenecen al rubro “otros bienes muebles” según lo establece (ISLR).

Cuadro No. 22*Depreciación de mobiliario y equipo*

Mobiliario	Valor en libros	Porcentaje	Año cero	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Oasis	\$ 185.00	50%	\$ 92.50	\$ 92.50	\$ 92.50			
Impresora multifuncional	\$ 250.00	50%	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00			
Laptop hp	\$ 1,100.00	50%	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00			
9 estantes de metal medianos	\$ 900.00	50%	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 450.00			
1 estante de metal grande	\$ 175.00	50%	\$ 87.50	\$ 87.50	\$ 87.50			
2 vitrinas de 2mt de largo	\$ 300.00	50%	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00			
Caja registradora	\$ 250.00	50%	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 125.00			
Archivero	\$ 150.00	50%	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00			
Aire acondicionado	\$ 1,200.00	50%	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00			
Pick up Nissan Frontier 2015	\$ 10,500.00	25%	\$ 2,625.00	\$ 2,625.00	\$ 2,625.00	\$ 2,625.00	\$ 2,625.00	
Máquina cortadora de llaves	\$ 2,000.00	20%	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
Depreciación total				\$ 5,280.00	\$ 5,280.00	\$ 3,025.00	\$ 3,025.00	\$ 400.00

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4.6 Gastos Operativos.

3.3.4.6.1 Gastos de administración

Los datos de gastos de administración se presentan a continuación en el cuadro No 23.

Cuadro No 23

Gastos de administración

Concepto	Cantidad	Costo mensual	Total anual
Encargado de tienda	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 5,400.00
Aporte patronal			
ISSS 7.50%	\$ 33.75	\$ 33.75	\$ 405.00
AFP 8.75%	\$ 39.38	\$ 39.38	\$ 472.56
Total		\$ 523.13	\$ 6,277.56
Servicios básicos			
Internet más telefonía	\$ 100.00		\$ 1,200.00
Agua potable	\$ 27.00		\$ 324.00
Energía	\$ 300.00		\$ 3,600.00
Concepto	Cantidad	Costo mensual	Total anual
Insumos de limpieza	\$ 20.00		\$ 240.00
Papelería y útiles de oficina	\$ 120.00		\$ 1,440.00
Alquiler de local	\$ 2,000.00		\$ 24,000.00
Total	\$ 2,567.00		\$ 30,804.00

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.6.2 Gastos de venta.

Los datos de gastos de venta se presentan en el cuadro No 24.

Cuadro No 24

Gastos de venta

Concepto	Cantidad		Costo Mensual		Total, Anual
Vendedor	\$	408.80	\$	408.80	\$ 4,905.60
Vendedor	\$	408.80	\$	408.80	\$ 4,905.60
Aporte Patronal					
ISSS 7.50%	\$	61.32	\$	61.32	\$ 735.84
AFP 8.75%	\$	71.54	\$	71.54	\$ 858.48
TOTAL			\$	950.46	\$ 11,405.52

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4.7 Financiamiento

Según la información recopilada en la entrevista, el gerente general expresó que tiene en consideración realizar un apalancamiento con las diferentes instituciones financieras con las que le han otorgado créditos anteriormente estas son CAMETRO Y PRESTAN.

Cuadro No 25

Datos para crédito CAMETRO

Datos prestamos CAMETRO	
Valor total del préstamo ¹	\$ 42,717.00
Tasa de interés anual	42.96%
Tasa de interés mensual ²	3.58%
Tiempo años	10
No. Cuotas	120

¹/Tomado de cuadro No 11 inversión inicial

²/Tasa de interés tomado de anexo 22 desembolso a Ferretería Rudy CAMETRO 2023

Fuente: Elaboración propia.

Se muestra a continuación amortización con una tasa de 42.96% anual del préstamo para la inversión inicial en el cuadro No 26.

Cuadro No 26

Amortización de préstamo anual CAMETRO

Cuadro de amortización de préstamo CAMETRO SA de CV ¹				
N.º	Cuota	Capital	Intereses	Saldo
0				\$ 42,717.00
1	\$ 18,624.74	\$ 334.35	\$ 18,290.39	\$ 42,382.65
2	\$ 18,624.74	\$ 509.93	\$ 18,114.81	\$ 41,872.73
3	\$ 18,624.74	\$ 777.71	\$ 17,847.03	\$ 41,095.02
4	\$ 18,624.74	\$ 1,186.12	\$ 17,438.62	\$ 39,908.90
5	\$ 18,624.74	\$ 1,809.00	\$ 16,815.74	\$ 38,099.90
6	\$ 18,624.74	\$ 2,758.99	\$ 15,865.75	\$ 35,340.91
7	\$ 18,624.74	\$ 4,207.86	\$ 14,416.88	\$ 31,133.05
8	\$ 18,624.74	\$ 6,417.59	\$ 12,207.15	\$ 24,715.47
9	\$ 18,624.74	\$ 9,787.74	\$ 8,836.99	\$ 14,927.72
10	\$ 18,624.74	\$ 14,927.72	\$ 3,697.02	\$ 0.00

1/Datos tomados del cálculo de la amortización de préstamo para 120 meses ver anexo 23

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4.8 Flujo de caja

Se presentan flujos de efectivo con proyecto para 5 años en el cuadro No.27.

Cuadro No 27

Flujo de caja con proyecto

	2025	2026	2027	2028	2029
Con proyecto					
Ingresos ¹	\$176,728.10	\$197,642.51	\$218,556.93	\$239,471.34	\$260,385.75
Gastos (excluyendo depreciación e interés, ley tributaria municipal) ²	\$63,999	\$63,999	\$63,999	\$63,999	\$63,999
Utilidades antes de depreciación, interés e impuesto	\$112,729	\$133,644	\$154,558	\$175,472	\$196,387
Depreciación ³	\$5,280	\$5,280	\$3,025	\$3,025	\$400
Utilidad antes de intereses e impuestos	\$107,449	\$128,364	\$151,533	\$172,447	\$195,987
Impuestos 30%	\$32,234.73	\$38,509.05	\$45,459.88	\$51,734.20	\$58,796.03
Utilidades operativas netas después de impuestos	\$75,214	\$89,854	\$106,073	\$120,713	\$137,191
Depreciación ³	\$5,280	\$5,280	\$3,025	\$3,025	\$400
Flujo neto de efectivo libre	\$80,494	\$95,134	\$109,098	\$123,738	\$137,591

1/ tomado del cuadro No. 16 proyección de ingresos con respecto a las ventas

2/ tomado del cuadro No 23 cuadro de administración y cuadro No. 23 gasto de venta

3/ tomado del cuadro No 22 cuadro de depreciación Fuente: Elaboración propia.

Se presenta flujos de efectivo sin proyecto para periodo 2025 a 2029 en el cuadro No 28.

Cuadro No 28

Flujo de caja sin proyecto Periodo 2025-2029

Sin proyecto	2025	2026	2027	2028	2029
Ingresos ¹	\$147,273.42	\$164,702.09	\$182,130.77	\$199,559.45	\$ 216,988.13
Gastos (excluyendo depreciación e interés)	\$59,608	\$ 67,196	\$74,784	\$82,372	\$89,960
Utilidades antes de depreciación, interés e impuesto	\$87,666	\$97,506	\$107,347	\$117,188	\$127,028
Depreciación	-\$650	\$650	\$-	\$-	\$-
Utilidad antes de intereses e impuestos	\$87,016	\$98,856	\$107,347	\$117,188	\$127,028
Impuestos 30%	\$26,104.69	\$29,056.89	\$32,204.10	\$35,156.30	\$38,108.51
Utilidades operativas netas después de impuestos	\$60,911	\$67,799	\$75,143	\$82,031	\$88,920
Depreciación	\$650	\$650	\$-	\$-	\$-
Flujo neto de efectivo libre	\$61,561	\$68,449	\$75,143	\$82,031	\$88,920

^{1/} tomado del cuadro No. 15 proyección de ingresos con respecto a las ventas

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro No 29

Entradas de efectivo operativas incrementales

Año	Flujo con proyecto ¹	Flujo Sin Proyecto ²	Flujo incremental
2025	\$ 80,494	\$ 61,561	\$ 18,933
2026	\$ 95,134	\$ 68,449	\$ 26,685
2027	\$ 109,098	\$ 75,143	\$ 33,955
2028	\$ 123,738	\$ 82,031	\$ 41,707
2029	\$ 137,591	\$ 88,920	\$ 48,671

^{1/} tomado el cuadro No. 27 flujo con proyecto

^{2/} tomado del cuadro No. 28 flujo sin proyecto

Fuente: Elaboración propia.

3.3.5 Evaluación financiera.

La TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento) es del 46%

Cuadro No. 30

TMAR

TMAR	
Tasa de inflación	0.0190
Riesgo de la inversión	0.4296
Inflación x tasa de riesgo	0.0080
TMAR	0.46

La TMAR se encontró sumando (tasa de inflación) + (Riesgo de inversión) + (la multiplicación de ambas) siendo la tasa de inflación de 1.9% y la tasa de financiamiento que tiene actualmente la empresa de 42.96%.

3.3.5.1 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es de \$10,517.42, realizado por medio de Excel, los resultados se presentan en el cuadro N°31.

Cuadro No. 31

Resultado de cálculo del VAN

Inversión inicial	\$	42,717.00
Año 1	\$	18,933.44
Año 2	\$	26,685.05
Año 3	\$	33,955.15
Año 4	\$	41,706.76
Año 5	\$	48,670.87
VAN	\$	10,517.42

Al aplicar los criterios de decisión el proyecto se acepta, ya que el Valor Actual Neto es mayor a \$0.00; es decir, que el proyecto maximiza la riqueza del propietario de Ferretería Rudy.

3.3.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es de 58% tal como se presenta en el cuadro No. 32 cálculo realizado en Excel.

Cuadro No 32

Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO	\$ -42,717.00	\$ 18,933.44	\$ 26,685.05	\$ 33,955.15	\$ 41,706.76	\$ 48,670.87
=TIR(C6:H6) TIR = 58%						

Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, el proyecto se acepta porque la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de costo de capital (TMAR).

3.3.5.3 Relación Beneficio-Costo

El índice de rentabilidad o relación beneficio costo es de 2, el cual se muestra en el

Cuadro No 33

Cálculo de Beneficio- Costo

Detalle	Años					Total
	1	2	3	4	5	
Beneficios	\$176,728	\$197,643	\$218,557	\$239,471	\$260,386	\$1,092,785
Costos	\$96,233.73	\$102,508.05	\$109,458.88	\$115,733.20	\$122,795.03	\$546,729
B/C = 2.00 $((H14/ ((1+9\%) ^5)) / (H15/ ((1+9\%) ^5)))$						

Fuente: Elaboración propia.

Se acepta el proyecto, porque los beneficios superan 2 veces cada dólar invertido.

3.3.5.4 Periodo de recuperación

Aplicando el método de periodo de recuperación se acepta el proyecto porque la inversión se recupera en un 1 año con 10 meses, los datos se presentan en los cuadros No 34 y No 35, a continuación:

Cuadro No. 34

Flujos de efectivo proyectado Periodo 2025-2029

AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO \$	-42,717.00	\$ 18,933.44	\$ 26,685.05	\$ 33,955.15	\$ 41,706.76	\$ 48,670.87

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro No. 35

Cálculo del periodo de recuperación

Año 1	-23,783.56
Año 2	2,901.48
la inversión se recupera en algún punto del año 2	
monto restante al inicio del año 2	23,783.56
flujo año 2	26,685.05
Periodo de recup fracción de año	0.89
Periodo de recup meses	10.70
periodo de recuperación	1.89 años, 1 año 10 meses

Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, Ferretería Rudy con la apertura de la nueva sala de venta recupera en un periodo corto la inversión.

3.3.6 Estudio operativo

Según los datos recopilados de Ferretería Rudy tiene la capacidad y las condiciones administrativas funcionales necesarias para la apertura de la nueva sala de ventas. Se toma en cuenta lo siguiente:

Tipo de negocio: Ferretería de venta al detalle y al por mayor

Público objetivo: residentes de la zona, albañiles, electricistas, carpinteros, maestros de obra, pequeños negocios locales y empresas.

3.3.6.1 Horario de Operación en sala de venta Ferretería Rudy

Contará con horario diurno de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m., sábado de 8:00 a.m. a 12:00 m.

3.3.6.2 Personal Requerido

La nueva sala de venta de la Ferretería Rudy debe contar con 3 colaboradores que realizaran las siguientes funciones: encargado de la nueva sala, vendedor 1, vendedor 2.

3.3.6.3 Personal Capacitado

Se capacitará a todos los colaboradores en atención al cliente, técnicas de ventas, conocimiento de los productos, manejo adecuado del inventario y procedimientos internos de la empresa como con el objetivo de fortalecer sus conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para ofrecer un servicio con amabilidad y eficiencia.

3.3.6.4 Costos Operativos anuales estimados

La empresa establece el pago de salarios basado en el cumplimiento de la legislación laboral vigente. Para el área de ventas, se establece salario mensual fijo: dos vendedores, cada uno con un salario base de \$408.80, acorde a sus funciones de atención al cliente, asesoría técnica en productos y apoyo en el proceso de ventas. Un encargado de sala de ventas, con un salario mensual de \$450.00, considerando las responsabilidades adicionales de supervisión, control de inventarios, coordinación del personal y cumplimiento de metas operativas. Los empleados recibirán las prestaciones de ley correspondientes, como vacaciones, aguinaldo, ISSS y AFP.

Cuadro No. 36

Planilla del personal

Empleado	Sueldo Base	ISSS 3%	AFP 7.25%	Total deducciones	Salario a recibir	Vacaciones 15 días + 30%	Aguinaldo (1 > 3 años)	ISSS Patronal (7.5%)	AFP Patronal (8.75%)	INCAF 1%	Total Patronal
Vendedor 1	\$408.80	\$12.26	\$29.64	\$41.90	\$366.90	\$265.72	\$204.40	\$30.66	\$35.77	\$4.09	\$70.52
Vendedor 2	\$408.80	\$12.26	\$29.64	\$41.90	\$366.90	\$265.72	\$204.40	\$30.66	\$35.77	\$4.09	\$70.52
Encargado	\$450.00	\$13.50	\$32.63	\$46.13	\$403.88	\$292.50	\$225.00	\$33.75	\$39.38	\$4.50	\$77.63

3.3.6.5 Servicios básicos (agua, luz, internet)

Los servicios básicos son fundamentales para garantizar un funcionamiento eficiente y continuo. El suministro de energía eléctrica para la iluminación, el uso de equipos de cómputo, el sistema de facturación y el funcionamiento de herramientas eléctricas de demostración. El servicio de agua potable es necesario para el uso sanitario del personal y clientes, y para la limpieza general del local. Además, el servicio de internet y telefonía ayuda a asegurar la comunicación interna, la atención al cliente y la gestión de ventas. Todos estos servicios se integran en el presupuesto

operativo del proyecto, asegurando que la sala de ventas opere con comodidad, seguridad y eficiencia.

Cuadro No. 37

Servicios Básicos

Servicio de internet y línea fija	\$ 1,200.00
Servicio de Luz	\$ 3,600.00
Servicio de agua	\$ 324.00
Total	\$ 5,124.00

3.3.6.6 Inventario

Se puede observar en el cuadro No. 6 la clasificación por línea de productos con la que cuenta Ferretería Rudy y pretende tener la misma diversificación a la hora de la apertura de la nueva sala de ventas. Entre las principales se tiene fontanería y accesorios, pintura y accesorios.

3.3.6.7 Procesos

Realizar inventario inicial detallado, mantener un control mínimo por producto crítico, implementar un sistema de control en Excel, revisión de productos faltantes.

3.3.6.8 Políticas de ventas

La Ferretería Rudy realizará únicamente ventas al contado. Las diferentes formas de pago que se aceptaran son dinero en efectivo, tarjeta de crédito o débito y transferencias.

Para fijar el precio de venta, se le agregará a cada producto un porcentaje de ganancia, que cubra los gastos operativos y genere la utilidad esperada; ese porcentaje se suma al costo del artículo y así se obtiene el precio final que se ofrecerá al cliente.

La emisión de comprobantes de venta será obligatoria en cada transacción por medio de facturación electrónica como comprobante de crédito de fiscal, consumidor final, notas de crédito y notas de débito.

Ilustración 9

Ejemplo de factura Electrónica de Ferretería Rudy



DOCUMENTO TRIBUTARIO ELECTRÓNICO
FACTURA CONSUMIDOR FINAL
 RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA

NIT: 0614-160284-103-5
 NRC: 228394-1
 Dirección: 3

Telefono: 7032-7080
 Correo: comprasperreteriarudy@gmail.com
 Actividad Económica: Venta al por mayor de artículos de ferretería y pinturerías
 Tipo de Establecimiento: Casa matriz

Version DTE: 1
 Código de Generación:
 77711E90-3D34-470C-9D09-FB940EAC9936
 Sello de Digital:
 20257769913388B24DA0A86D0B75D9E724D53NWP
 Número de Control:
 DTE-01-M001P001-000000000000043
 Modelo de Facturación: Modelo de facturación previo
 Tipo de Transmisión: Normal
 Fecha de Generación: 17/11/2025 17:31:24

CLIENTE

Nombre o Razón social:	Voluntarios Construyendo El Salvador	Tipo de Doc. de Identificación:	Num. Doc.
Nombre Comercial:		NIT	0614-260104-110-4
Dirección:	COLONIA LA SULTANA, FINAL AV LOS LAURELES, CALLE LOS LIRIOS 18D, ANTIGUO CUSCATLAN, SAN SALVADOR, La Libertad, El Salvador	Correo:	facturacion.sv@techo.org

VENTA A CUENTA DE TERCEROS

NIT: Nombre, denominación o razón social:

DOCUMENTOS RELACIONADOS

Tipo de Documento:	No. de Documento:	Fecha de Documento

OTROS DOCUMENTOS RELACIONADOS

Identificación del Documento:	Descripción:

No.	Cantidad	Unidad	Descripción	Precio Unit.	Monto Desc.	Ventas no Suj.	Ventas Exentas	Ventas Gravadas
1	17.00	Unidades	{SA02} Saco de Arena	\$ 2.65	0.00 %	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 45.00
2	17.00	Unidades	{BG02} Bolsa de Graba	\$ 3.53	0.00 %	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 60.00

Total en Letras: Ciento Cincó Dólares

Entregado por: Facturación
 Num. Documento: DTE-01-M001P001-000000000000043
 Recibido por: Voluntarios Construyendo El Salvador
 Num. Documento: DTE-01-M001P001-000000000000043

Condición de la operación: Contado
 Referencia pago: Billetes y monedas
 Observaciones:

Sumas	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 105.00
Sumatoria de ventas:			\$ 105.00
Monto global Desc., Rebajas y otros a ventas no sujetas:			\$ 0.00
Monto global Desc., Rebajas y otros a ventas Exentas:			\$ 0.00
Monto global Desc., Rebajas y otros a ventas gravadas:			\$ 0.00
Subtotal			\$ 105.00
Monto total de la Operación			\$ 105.00
Total de otros Montos no Afectos			\$ 0.00
Total a Pagar			\$ 105.00

3.3.6.9 Promociones de la Nueva Sala de Ventas

Como objetivo se pretende tener una alta demanda de la población en un plazo de un año, para posicionar la nueva sala de ventas en el mercado se implementará una estrategia de promociones diseñada para impulsar las ventas y fortalecer la fidelidad de los consumidores. Estas promociones incluirán descuentos en productos seleccionados, ofertas por temporada, paquetes especiales y beneficios exclusivos para clientes frecuentes. Se darán a conocer por medios radiales, digitales y tradicional.

3.3.6.10 Política de compra

Las compras se gestionarán según el subgrupo de productos que maneja la ferretería, priorizando proveedores especializados en productos de fontanería, pintura y accesorios.

Toda orden de compra deberá ser autorizada por el encargado o la gerencia, quienes verificarán la necesidad real del inventario y la disponibilidad presupuestaria. Además, la empresa mantendrá un control adecuado de inventarios para evitar compras innecesarias, pérdidas o desabastecimientos.

3.3.6.11 Proveedores Recomendados

Entre los principales proveedores con los que cuenta Ferretería Rudy se menciona Chemical Color S.A De C. V como proveedor de pintura, Grupo Solid vende lijas, brochas, Ferretería AZ brinda herramientas, EL Arenal como proveedor de arena, grava y ladrillos, Ferretería Sushitlán tiene accesorios de fontanería.

3.3.7 Plan de implementación

3.3.7.1 Objetivo

Establecer las actividades que permitirán el cumplimiento del proyecto para la apertura de una nueva sala de venta de Ferretería Rudy en El Barrio San Jacinto.

3.3.7.2 Etapas de aplicación del plan

3.3.7.2.1 Presentación

El estudio del proyecto será presentado al gerente general de Ferretería Rudy con el propósito de que pueda realizar una evaluación detallada de su factibilidad, impacto y beneficios esperados.

3.3.7.2.2 Análisis, difusión y aprobación

El gerente general analizará cada uno de los aspectos financieros y operativos del proyecto, proporcionando sus observaciones y recomendaciones para posibles ajustes o mejoras y así se procederá a la implementación del proyecto.

3.3.7.2.3 Ejecución

Para implementar la apertura de la nueva sala de ventas de Ferretería Rudy en la plaza San Jacinto es necesario contar con los siguientes recursos:

3.3.7.2.3.1 Recursos humanos.

Se contará con un encargado de tienda para supervisar la nueva sala de ventas con salario de \$450.00, también se requiere de dos vendedores que atenderán a los clientes, con un salario de \$408.80

3.3.7.2.3.2. Recursos Materiales

Los elementos físicos necesarios para la operación de la nueva sala de ventas son las estanterías, mostradores, herramientas y el inventario de productos. Estos recursos garantizarán la funcionalidad de Ferretería Rudy y su capacidad para atender a los clientes.

3.3.7.2.3.3 Recursos Tecnológicos

Para operar la nueva sala de ventas de una manera más eficiente es necesario el uso de software de facturación, mantenimiento de equipos, capacitación del personal en atención al cliente y asesoría técnica sobre los productos.

3.3.7.2.4 Evaluación

Se verificará los resultados, el cumplimiento de objetivos, control de recursos, así también identificar riesgos y problemas a tiempo, que permitirá buscar soluciones, y ayudar a la toma de decisiones. Es necesario hacer una evaluación inicial, monitoreo y análisis final para optimizar el desempeño y asegurar el éxito de la nueva sala de ventas

3.3.8 Estimación para la implementación de la propuesta

Cuadro No. 38

Estimación para la implementación de la propuesta.

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Subtotal
Impresión de informes (5 copias)	5	\$ 3.00	\$ 15.00
Carpetas o presentaciones físicas	5	\$ 1.50	\$ 7.50
Material de apoyo (marcadores, lapiceros, hojas)	5	\$ 2.00	\$ 10.00
Refrigerio sencillo (bebida y snack)	5	\$ 4.00	\$ 20.00
Transporte del equipo o ponentes	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Decoración básica del lugar	1	\$ 10.00	\$ 10.00
Uso de proyector o equipo audiovisual	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Total estimado			\$ 107.50

A continuación, se detalla la programación de la inversión del proyecto en el cuadro No. 40.

Cuadro No. 39

Programación de inversión

Actividad	Inicial	Gastos	Saldo	Fecha	Comentario
Disponibilidad de fondos (inversión inicial)	\$ 41,367		\$ 41,367	Semana 1	Recepción de efectivo
Contrato de arrendamiento en la zona (depósito inicial del local)	\$ 41,367	\$ 2,000	\$ 39,367	Semana 2	Firma de contrato de arrendamiento
Pago de plano y levantamiento arquitecto	\$ 39,367	\$ 1,000	\$ 38,367	Semana 2 y 3	Honorarios de arquitecto
Licencia de funcionamiento anual y precalificación	\$ 38,367	\$ 383	\$ 37,984	Semana 3	Tramite en alcaldía
Impuesto municipal	\$ 37,984	\$ 315	\$ 37,669	Semana 3	Tramite en alcaldía
Pintura para cara exterior de la nueva sala de venta	\$ 37,669	\$ 1,735	\$ 35,934	Semana 3	Contrato de pintor y compra de pintura fachada
Publicidad para la apertura de la nueva sala de venta	\$ 35,934	\$ 40	\$ 35,894	Semana 3	Compra de banner publicitario
Adquisición de mobiliario y equipo	\$ 35,894	\$ 16,370	\$ 19,524	Semana 4	Cotización y compra de mobiliario y equipo
Traslado y adecuación de mobiliario existente hacia la nueva sala de venta	\$ 19,524	\$ 300	\$ 19,224	Semana 4	Pago de servicio de transporte
Compra de papelería y utensilios de limpieza	\$ 19,224	\$ 2,400	\$ 16,824	Semana 5	Se utilizará para limpieza antes de la apertura
Compra de extintores	\$ 16,824	\$ 200	\$ 16,624	Semana 5	Seguridad para prevención de incendios
Factura electrónica y software de licencia	\$ 16,624	\$ 6,300	\$ 10,324	Semana 6 y 7	Exigencias de ministerio de Hacienda
Sistema de cámara de vigilancia	\$ 10,324	\$ 1,000	\$ 9,324	Semana 7	Sistema de seguridad de sala de ventas
Compra de seguros (camión y contra incendios de local)	\$ 9,324	\$ 4,200	\$ 5,124	Semana 8	Contrato de seguros de vehículo
Pago de servicios	\$ 5,124	\$ 5,124	\$ -	Semana 8	Para sufragar servicios básicos

Fuente: Elaboración propia.

3.3.9 Calendario de ejecución del proyecto

Se presenta cronograma de actividades para un periodo de dos meses, en el cuadro No 41.

Cuadro No 40

Calendario de ejecución del proyecto

Actividad	Mes 1				Mes 2				Responsables
	1	2	3	4	1	2	3	4	
Presentación de la propuesta al gerente general									Equipo de investigación
Aprobación de la propuesta									Propietario de Ferretería Rudy
Disponibilidad de fondos									Propietario de Ferretería Rudy
Contrato de arrendamiento en la zona									Propietario de Ferretería Rudy
Pintura para cara exterior de la nueva sala de venta									Personal subcontratado para pintar
Publicidad para la apertura de la nueva sala de venta									Personal de Ferretería Rudy
Contratación del RRHH para la nueva sala de venta									Propietario de Ferretería Rudy
Licitación y adquisición de mobiliario y equipo									Propietario de Ferretería Rudy
Traslado y adecuación de mobiliario existente hacia la nueva sala de venta									Propietario y colaboradores de Ferretería Rudy
Compra y colocación de inventario en estantes									Propietario y colaboradores de Ferretería Rudy
Apertura de la nueva sala de venta									Propietario y colaboradores de Ferretería Rudy

Fuente: Elaboración propia.

Referencias bibliográficas

Libro

- *Baca Urbina Gabriel, (2013), Evaluación de proyectos (pp. 24-117). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.*
- *Colín Juan García, (2014), Contabilidad de costos (pp. 9). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.*
- *Córdova Padilla Marcial, (2011) Formulación y Evaluación de Proyectos (pp. 5). Ecoe Ediciones*
- *Erossa Martín Victoria Eugenia, (2004), Proyectos de inversión en ingeniería su metodología (pp. 77). Editorial Noriega Limusa*
- *Fernández Virtudes, Ruiz Nuria, (2006), Muestreo estadístico en poblaciones finitas (pp286). Septem Ediciones*
- *Gitman Lawrence J. y Zutter Chad J. (2012), Principios de administración financiera (pp. 397-401). PEARSON EDUCACIÓN, México, 2012*

Página Web

- *Almacenes Vidrí. (1917). Nuestra empresa. <https://www.vidri.com.sv/Mobile/acerca-de>*
- *Banco Central de Reserva. (1961). Clasificación de Actividades Económicas de El Salvador Rev. 4.0. <https://onec.bcr.gob.sv/clasificadoresv2/Clasificadores/Index/1?tipo=1>*

Leyes y documentos legales

- *Código de Comercio, [CC] Decreto N°143 de 2021. 8 de Julio de 1970 (El Salvador)*
- *Código de Trabajo, [CT] Decreto 611 de 2005. 23 de junio de 1972 (El Salvador)*
- *Constitución de la República de El Salvador [CONST.], 16 de diciembre de 1983, (El Salvador)*

- *Ley General Tributaria Municipal, Decreto Legislativo N.º 86. (1991, 21 de diciembre).*
- *Ley Integral del Sistema de Pensiones, Decreto Legislativo No. 614, 21 de diciembre de 2022.*
- *Ley de Fomento Protección y Desarrollo para micro y pequeñas empresas, 28 de mayo de 2014, D.O. No. 90*
- *Ley del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA), Decreto Legislativo N.º 296. (1992, 31 de julio).*
- *Ley de Impuesto sobre la Renta, Decreto Legislativo N.º 134. (1991, 21 de diciembre)*
- *Decreto n°134, Ley de impuesto sobre la renta, 18 de diciembre de 1991. D. O No. 243*
- *Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social, Decreto Legislativo N°1263 (1949, 30 de septiembre)*
- *Sánchez, C. (19 de febrero de 2020). Citar Leyes y Documentos Legales – Referencia Bibliográfica. Normas APA (7ma edición). <https://normas-apa.org/referencias/citar-leyes-documentos-legales/>*

Informes-reportes

- *Banco Central de Reserva. (1961). Tasa de inflación (2024) <https://estadisticas.bcr.gob.sv/>*
- *Banco Central de Reserva. (1961). Tipo de Cambio Anual de El Salvador colones por dólar de los Estados Unidos de América.*
- *Banco Central de Reserva. (1961). Estimaciones y Proyecciones de Población de El Salvador (2024) <https://geoportal.bcr.gob.sv/pages/teg-base-de-datos-y-tabulados>.*
- *<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.bcr.gob.sv/documental/Inicio/descarga/1398b2e103f9f12e52dd872d4951c16c.xlsx&ved=2ahUKEwii3NPq3YiRAXXhRDABHTlLmYQFnoECBYQAQ&usg=AOvVaw1dFIA50bO-6Ddw-t-q1HaD>*

Archivo Pdf

- *Castro Guatemala, Mónica Arlette, González Benítez, Francisca Omaira, Ortez González, Reyna Carolina, (2011). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de Ferretería en el municipio de Sensembra, departamento de Morazán, año 2011 [Archivo PDF].*
<https://repositorio.ues.edu.sv/items/d7ea87e1-5014-4149-a270-69b27270a2fc>
- *Martínez Flores, Fátima Ermelinda Ramos Guevara, Tomasa Del Carmen Umaña Peña, Sara Elizabeth (2016). Plan de negocios dirigidos a incrementar la participación de mercado en la Ferretería "Argueta" Joateca Morazán durante el Año 2016.*
<https://repositorio.ues.edu.sv/server/api/core/bitstreams/9fc991f1-93a1-4f06-a1a862ad836393a8/content>
- *Suyapa (2010). "Aspectos generales de las ferreterías: Antecedentes generales de las ferreterías. [Archivo PDF].* <https://biblioweb.ufg.edu.sv/documentos/TE/683-l651d/683-l651d-Capitulo%20I.pdf>

Wikipedia

- *Ferretería. (15 de mayo de 2007) En Wikipedia*
<https://es.wikipedia.org/wiki/Ferreter%C3%ADa>

Anexos

Anexo No. 1 Cuestionario y entrevista



Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas



Somos estudiantes egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador, estamos realizando nuestro trabajo de investigación con la temática “Estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas de la pequeña empresa ferretería Rudy, ubicada en el municipio de San Salvador”. Solicitamos de su valioso tiempo, toda información recolectada será estrictamente utilizada para fines académicos.

Objetivo: Conocer la opinión que tienen los habitantes del Barrio San Jacinto sobre la apertura de una nueva sala de ventas de Ferretería Rudy.

Indicación: marque con una “x” las/la opción/es que considere conveniente según su criterio.

I- Datos de identificación

1. Género de la persona

a. Hombre ☐ b. Mujer ☐ c. Prefiere no contestar ☐

2. ¿Cuál es su edad?

Rango de edad	Respuesta
De 18 a 30 años	
De 31 a 40 años	
De 41 a 50 años	
De 51 a 60 años	
De 61 años en adelante.	

3. ¿Vive en el Barrio San Jacinto?

a. Si ☐ b. No ☐

4. ¿Trabaja en el Barrio San Jacinto?

a. Si ☐

b. No ☐

5. ¿Cuántos años tiene de trabajar o de vivir en el Barrio San Jacinto?

Rango de trabajar o de vivir	Respuesta
Menos de 1 año	
De 1 a 3 años	
De 3 a 5 años	
De 5 a 7 años	
De 7 a 9 años	
De 9 años en adelante.	

II. Análisis de la demanda.

6. ¿Con que Frecuencia visita una ferretería?

Rango de visitas	Respuesta
A la semana	
A los quince días	
Al mes	
A los 2 meses	
Al año	

7. ¿Productos de Ferretería que compra con mayor frecuencia?

Productos	Respuesta
De fontanería y accesorios	
De pinturas y accesorios	
De material Eléctrico e iluminación	
De construcción	
Herramientas de trabajo	
Jardinería y Agrícola	
Artículos para el hogar	
Productos para Mascotas	

8. ¿Cuándo usted compra en una ferretería, que es lo que busca en un producto?

Características	Respuesta
Precios accesibles	
Buenas ofertas	
Calidad	
Marca	
Durabilidad	
Fácil de usar	
Amigable con el medio ambiente	
Confianza en el producto	
Seguridad del producto	
Rendimiento	

9. ¿Conoce si hay ferreterías en el Barrio San Jacinto?

Si ☐ No ☐

¿Cuáles ha visto?

III. Estudio de mercados potenciales

10. ¿Qué factor es más importante a la hora de escoger su proveedor?

Características del proveedor	Respuesta
Amabilidad	
Responsabilidad	
Calidez del personal	
Productos confiables	
Servicio oportuno	
Precios competitivos	
Productos de marcas reconocidas	
Respeto al cliente	
Acceso a parqueo	
Ubicación	
Formas de pagos	
Seguridad	

11. ¿Cuándo realiza sus compras en Ferreterías cual es el motivo?

Personal ☒ Laboral ☐

12. ¿Cuál es su profesión u oficio?

Opciones	Respuestas
Comercio individual	
Albañilería	
Electricista	
Fontanería	
Empresas constructoras	

13. ¿Solicita cotizaciones antes de realizar sus compras?

a. Si ☐

b. No ☐

¿por qué? _____

IV. Factibilidad para apertura de la sala ventas

14. ¿Conoce la Ferretería Rudy?

a. Si ☐

b. No ☐

15. ¿Usted es cliente de Ferretería Rudy?

a. Si ☐

b. No ☐

16. ¿Le gustaría que se abriera una sala de ventas de Ferretería Rudy en San Jacinto?

a. Si ☐

b. No ☐

17. ¿Cuál considera usted que sería la mejor ubicación para aperturar una nueva sala de ventas de Ferretería Rudy en El Barrio San Jacinto?

Mejor ubicación	Respuesta
Mercado de San Jacinto	
Plaza San Jacinto	
Distrito N°5 de la Alcaldía	
Unidad de salud San Jacinto	
Iglesia San Antonio	

18. ¿Cómo considera las condiciones de las vías urbanas y calles del Barrio San Jacinto?

Opciones	Respuesta
Excelente estado	
Buen estado	
Regular	
Mal estado	
No son transitables	

19. ¿Cómo considera El Barrio San Jacinto para los establecimientos o negocios?

Opciones	Respuestas
Bastante seguro	
Seguro	
Inseguro	
Muy inseguro	

20. ¿Con que servicios cuenta el barrio San Jacinto?

Servicios	Respuesta
Agua potable	
Energía eléctrica	
Delegación policial	
Combustible	
Estación de bomberos	
Mercado municipal	
Tren de aseo	
Telefonía	
Transporte publico	



Guía De Entrevista

Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas



Entrevista dirigida al Gerente General de la pequeña empresa Ferretería Rudy, el Sr. Rodolfo Alfonso Contreras Córdova.

Presentación: Reciba un cordial saludo, como estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador estamos desarrollando para el trabajo de grado un “Estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas de la pequeña empresa ferretería Rudy, ubicada en el municipio de San Salvador”

Objetivo: Conocer la factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas en el municipio de San Salvador.

1. ¿Cuál es su profesión?
2. ¿desde hace cuánto tiempo se ocupa de la Ferretería?
3. ¿Cuál es el conocimiento que debe tener una persona que maneje un negocio Ferretería?
4. ¿Cuál es la misión de Ferretería Rudy?
¿Cuál es la visión de Ferretería Rudy?
¿Cuáles son los valores de Ferretería Rudy?
5. ¿Cuáles son los objetivos actuales de Ferretería Rudy?
6. ¿Cuántas salas de venta tiene Ferretería Rudy?
7. ¿Cuántas personas laboran en la Ferretería?
8. ¿Cuál es el nivel actual de ventas de Ferretería Rudy?
9. ¿según su experiencia podría clasificar la demanda de cada producto por temporada?
10. ¿Cuándo las ventas son bajas que hace para mejorarlas?
11. ¿Cuál es el producto que le genera mayor rentabilidad Ferretería Rudy?
12. ¿Cuál es la razón que le motiva la apertura de una nueva sala de venta?

13. ¿Cuáles son las posibles ubicaciones para la apertura de la nueva Tienda?
14. ¿Cuánto piensa invertir en la nueva sala de ventas?
15. ¿para cuándo tiene pensado abrir la nueva sala?

Fecha:

Nombre de las entrevistadoras:

Ingrid Beltrán

Karina Orantes

Lidia Flores

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo 2 Tabulación de la encuesta a personas que residen o trabajan en el Barrio San Jacinto

1. Género de la persona

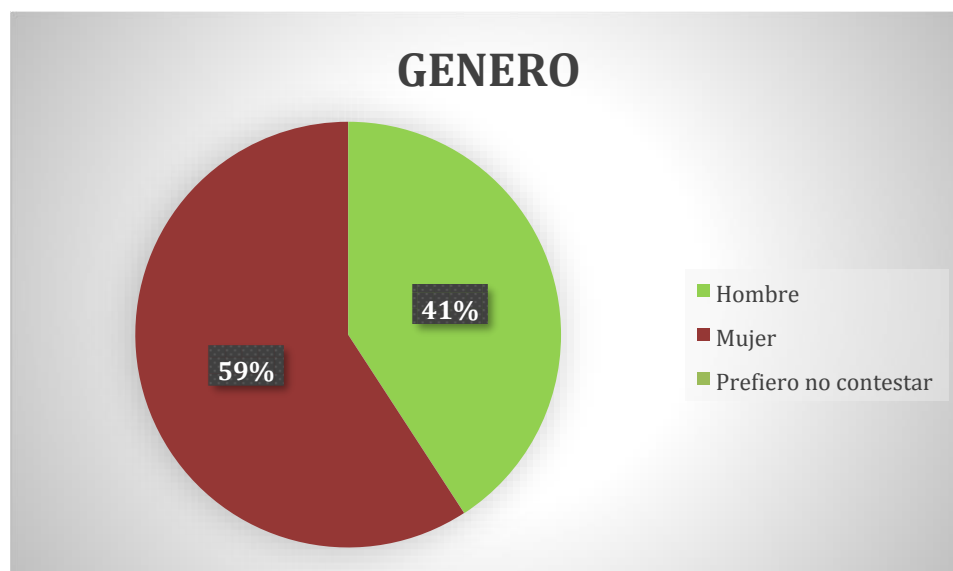
Cuadro N.º 1

Género

Genero	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Hombre	20	41%
Mujer	29	59%
Prefiero no contestar		
total	49	100%

Grafica N.º 1

Género



Análisis: de las personas encuestadas un 41% son del género masculino y el resto 59% son del género femenino.

Interpretación: Del 100% de las personas encuestadas en el Barrio San Jacinto, se determinó que el género con mayor influencia son las mujeres; y con la minoría los hombres.

2. ¿Cuál es su edad?

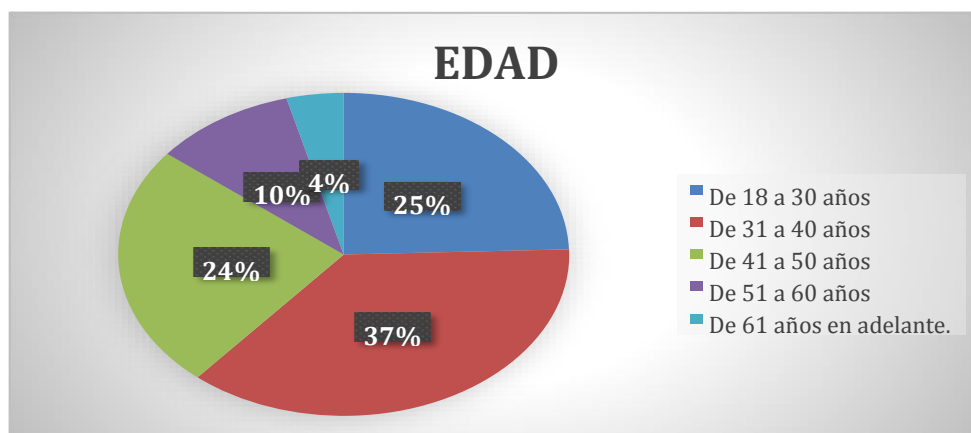
Cuadro N.º 2

Edad

Rango de edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De 18 a 30 años	12	25%
De 31 a 40 años	18	37%
De 41 a 50 años	12	24%
De 51 a 60 años	5	10%
De 61 años en adelante.	2	4%
total	49	100%

Gráfico N°2

Edad



Análisis: de las personas encuestadas un 25% se encuentran en el rango de edad de 18 a 30 años, un 37% se encuentra de 31 a 40, un 24% se encuentra de 41 a 50, un 10% se encuentra de 51 a 60 y un 4% es mayor a 61 años.

Interpretación: Se encuestó a las personas entre las edades de 18 a más de 61 años, mostrando que en su mayoría los encuestados tienen edad entre los 31 a 40 años, seguido de la edad de 18 a 30 en conclusión la información que se obtendrá serán respuestas de jóvenes y adultos que residen o visitan el Barrio San Jacinto.

3. ¿Vive en el Barrio San Jacinto?

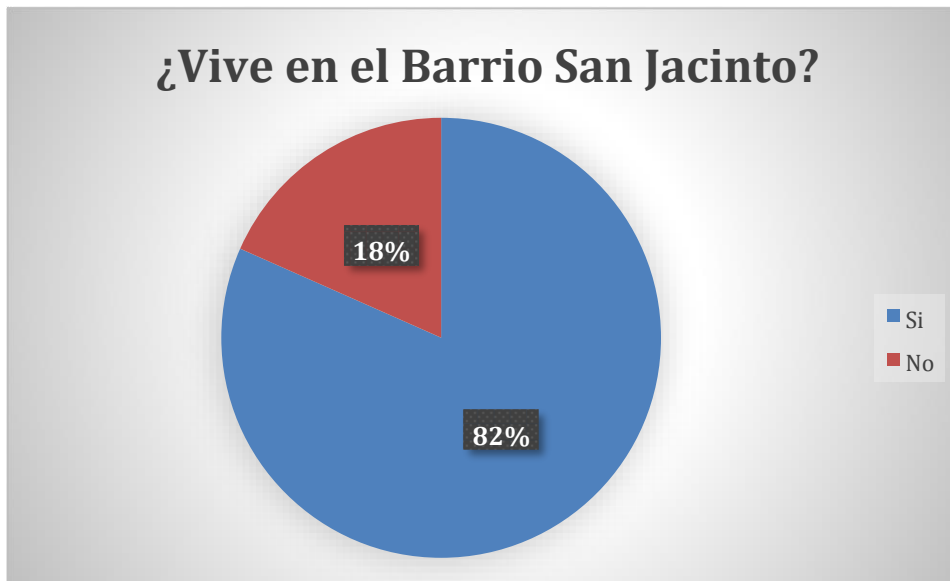
Cuadro N.º 3

Vive en el Barrio San Jacinto

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	40	82%
No	9	18%
Total	49	100%

Grafica N.º 3

Vive en el Barrio San Jacinto



Análisis: de las personas encuestadas un 82% son habitantes del Barrio San Jacinto, el 18% restante son personas que no habitan en dicho lugar.

Interpretación: Según la residencia de los encuestados, la mayoría son personas que habitan en el Barrio San Jacinto, es decir que un parámetro que el mercado potencial consumidor estará enfocado en los residentes.

4. ¿Trabaja en el Barrio San Jacinto?

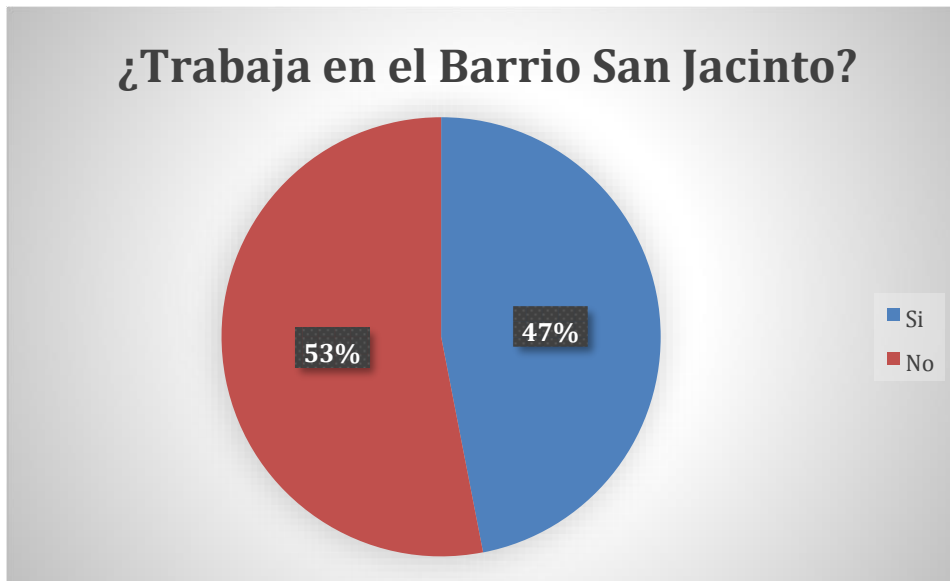
Cuadro N.º 4

Trabaja en el Barrio San Jacinto

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	23	47%
No	26	53%
total	49	100%

Grafica N.º 4

Trabaja en el Barrio San Jacinto



Análisis: El resultado de los datos muestra que solo el 47% personas trabajan en el Barrio San Jacinto, mientras que un 53% no trabaja en la zona, pero puede que la persona sea residente en este y sea un cliente potencial para la ferretería.

Interpretación: casi el 50% de las personas encuestadas trabajan en el Barrio San Jacinto, considerando que son personas ajenas al lugar, pero podrían ser posibles compradores de Ferretería Rudy ya que transitan la zona todos los días y al salir de sus trabajos pueden pasar comprando algún producto que necesiten en su hogar.

5. ¿Cuántos años tiene de trabajar o de vivir en el Barrio San Jacinto?

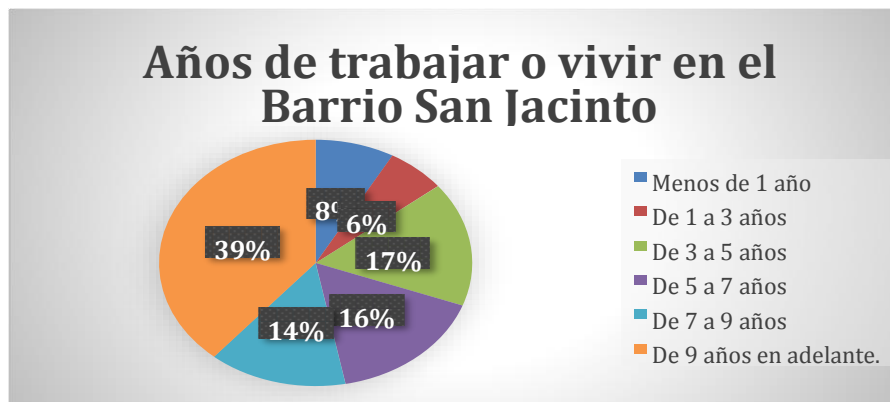
Cuadro N.º 5

Años de trabajar o vivir Barrio San Jacinto

Rango de trabajar o de vivir	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Menos de 1 año	4	8%
De 1 a 3 años	3	6%
De 3 a 5 años	8	17%
De 5 a 7 años	8	16%
De 7 a 9 años	7	14%
De 9 años en adelante.	19	39%
Total	49	100%

Grafica N.º 5

Años de trabajar o vivir Barrio San Jacinto



Análisis: El 39% de los encuestados tienen 9 años o más de vivir o trabajar en el Barrio San Jacinto, por lo que conocen con seguridad la zona, por debajo está el 17% que corresponde que tienen 3 a 5 años de vivir o trabajar en el Barrio San Jacinto, un 16% tiene de 5 a 7 años, un 14% tiene de 7 a 9 años, un 8% tiene menos de 1 año y un 6% tiene de 1 a 3 años.

Interpretación: un mayor porcentaje de las personas encuestadas tienen más de siete años de residir en San Jacinto, esto da un parámetro de que si las personas se mantienen en el mismo lugar por varios años pueden convertirse en clientes fijos ya que al tener cerca de su domicilio o de su trabajo a ferretería Rudy pueden visitarla con mayor frecuencia porque conocerían todos los productos que ahí se venden.

6. ¿Con que Frecuencia visita una ferretería?

Cuadro N.º 6

Frecuencia de visita a una Ferretería

Rango de visitas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
A la semana	13	27%
A los quince días	12	25%
Al mes	12	24%
A los 2 meses	5	10%
Al año	7	14%
total	49	100%

Grafica N.º 6

Frecuencia de visita a una Ferretería



Análisis: Esta información da a conocer que la mayoría de las personas son muy activas a la hora de visitar una ferretería, pues los resultados arrojan que más del 27% de los encuestados visitan a la semana, seguido de un 25% que la visita cada 15 días abriendo así gran posibilidad de incursionar en el Barrio San Jacinto, por debajo esta un 24% que visitan al mes.

Interpretación: la mayor parte de los encuestados visitan con frecuencia una ferretería ya que el producto que estos venden es requerido con frecuencia en un hogar o empresa cuando se presenta un problema, por ejemplo, cuando se quiebra un chorro, surge la necesidad de reemplazarlo.

7. ¿Productos de Ferretería que compra con mayor frecuencia?

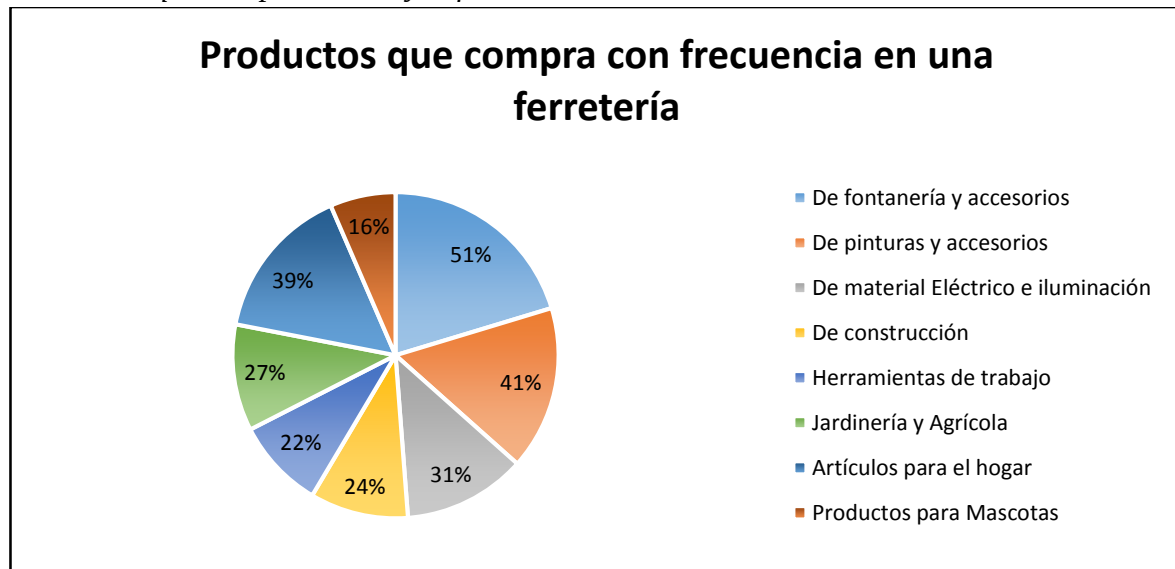
Cuadro N.º 7

Productos que compra con mayor frecuencia

Productos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
De fontanería y accesorios	25	51%
De pinturas y accesorios	20	41%
De material Eléctrico e iluminación	15	31%
De construcción	12	24%
Herramientas de trabajo	11	22%
Jardinería y Agrícola	13	27%
Artículos para el hogar	19	39%
Productos para Mascotas	8	16%
Total	123	251%

Grafica N.º 7

Productos que compra con mayor frecuencia



Análisis: Productos de fontanería y accesorios tienen una aceptación del 51% de los encuestados con la posibilidad de ser comprados y es el producto que más demanda tiene en los pobladores. Luego le sigue un 41% de las personas que comprarían pinturas y accesorios, los artículos para el hogar tiene una aceptación del 39%; material eléctrico e iluminación tienen una demanda del 31%, un 27% necesita productos de jardinería y agrícola, solo un 24% compra productos para construcción, un 22% compra herramientas de trabajo y un 16% requiere productos para mascotas.

Interpretación: Los encuestados en su mayoría opinan que compran más productos de fontanería, esto se debe a que en una vivienda o empresa suelen requerir muchas reparaciones en el área de fontanería, el agua y la humedad son el enemigo de cualquier tipo de mobiliario, la fuga de cualquier tubería es causante de plagas como cucarachas, hormigas, así como olores desagradables que pueden afectar la salud de las personas.

8. ¿Cuándo usted compra en una ferretería, que es lo que busca en un producto?

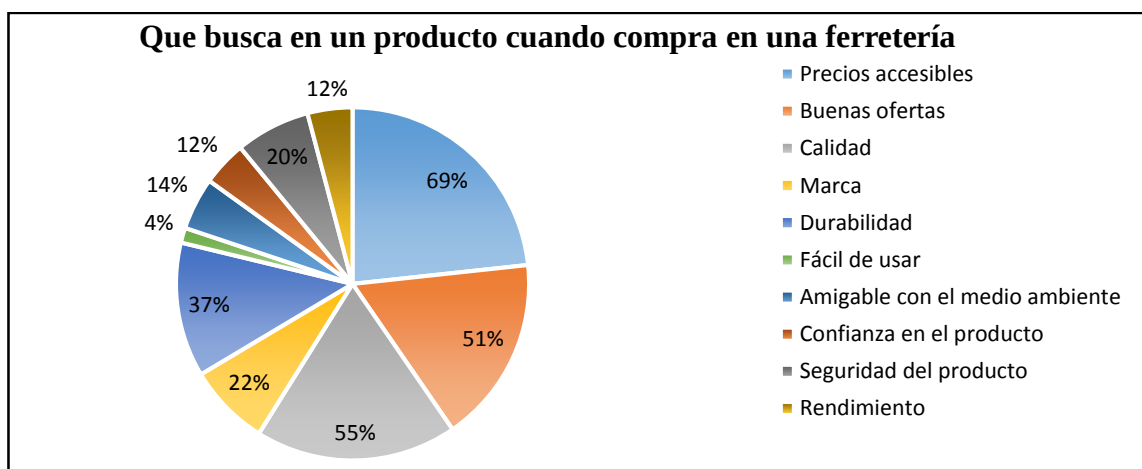
Cuadro N.º 8

Características que busca en la compra de un producto de ferretería

Características	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Precios accesibles	34	69%
Buenas ofertas	25	51%
Calidad	27	55%
Marca	11	22%
Durabilidad	18	37%
Fácil de usar	2	4%
Amigable con el medio ambiente	7	14%
Confianza en el producto	6	12%
Seguridad del producto	10	20%
Rendimiento	6	12%
Total	146	298%

Grafica N.º 8

Características que busca en la compra de un producto de ferretería



Análisis: Los resultados de esta pregunta ayudan a determinar cuál es la característica que las personas desean cubrir a la hora de realizar su compra, del 100% de los encuestados 69% prefieren precios accesibles, lo que es notorio que a la hora de realizar sus compras dejan de un lado la demás característica, como el rendimiento que representa el 12%.

Interpretación: las características que los encuestados prefieren al momento de realizar sus compras son buenos precio y calidad en el producto. Tener precios bajos permite establecer una competencia en el mercado. Aunque es necesario fijar precios de manera correcta, esto permitirá a la empresa aumentar sus ventas y obtener una mayor rentabilidad. Pero también es muy importante la calidad ya que se sabe que esto permite a una empresa diferenciarse porque mejora la satisfacción y lealtad de los clientes.

9. ¿Conoce si hay ferreterías en el Barrio San Jacinto?

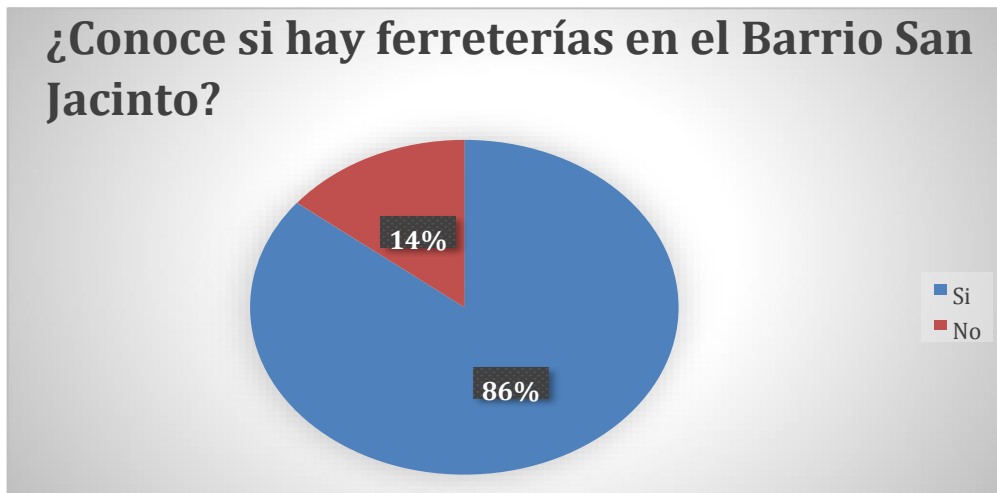
Cuadro N.º 9

Conoce si hay ferretería en el Barrio San Jacinto

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	42	86%
No	7	14%
total	49	100%

Grafica N.º 9

Conoce si hay ferretería en el Barrio San Jacinto



Análisis: de los encuestados un 86% tienen conocimiento que en el barrio San Jacinto existen diferentes ferreterías, solamente el 14% desconoce la existencia de estas.

Interpretación: los datos arrojados de las encuestas demuestran que en su mayoría las personas conocen diferentes ferreterías cercanas en el Barrio San Jacinto, esto quiere decir que tienen diferentes opciones para realizar sus compras. Cuando hay más competencia, es necesario destinar recursos en actividades que ayuden a destacar del resto, por ejemplo, productos de mayor calidad, innovación, nuevos productos y buen servicio al cliente

9.1. ¿Cuáles ha visto?

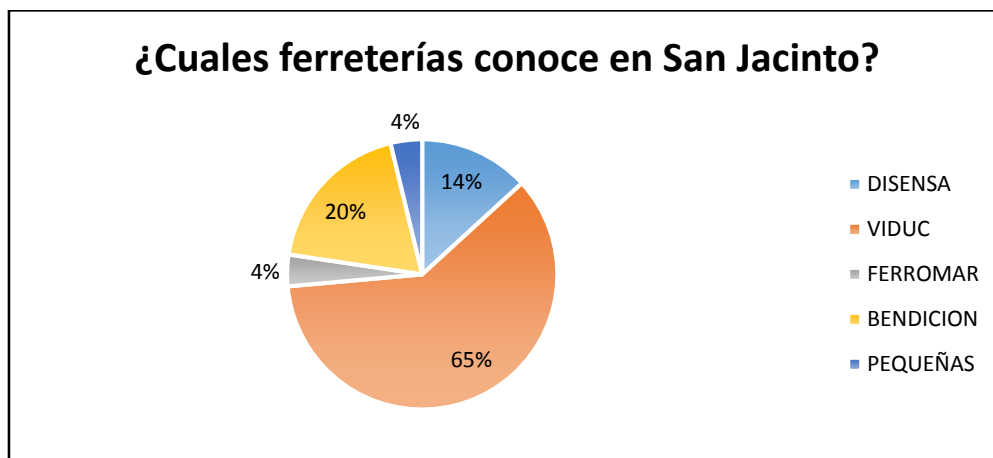
Cuadro N.º 9.1

Conocimiento del nombre de ferretería en la zona

Repuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Disensa	7	14%
Viduc	32	65%
Ferromar	2	4%
Bendición	10	20%
Pequeñas	2	4%
Total	53	108%

Grafica N.º 9.1

Conocimiento del nombre de ferretería en la zona



Análisis: los datos demuestran que en el barrio San Jacinto existen diferentes ferreterías, pero las personas encuestadas en su mayoría tienen conocimiento de la existencia de ferretería Viduc siendo este un 65%, solo el 4% opinan que existen pequeñas ferreterías y Ferromar, la Bendición un 20% y el 14% conocen a Disensa.

Interpretación: Existen diferentes ferreterías en el Barrio San Jacinto lo que da un buen escenario ya que la población local como laboral sabe que no tiene que salir del lugar para comprar, la población tiene más enfocada ferreterías de nombre reconocido o de antaño, lo que da la pauta de implementar nuevas estrategias comerciales para colocarse en la retina del cliente.

10. ¿Qué factor es más importante a la hora de escoger su proveedor?

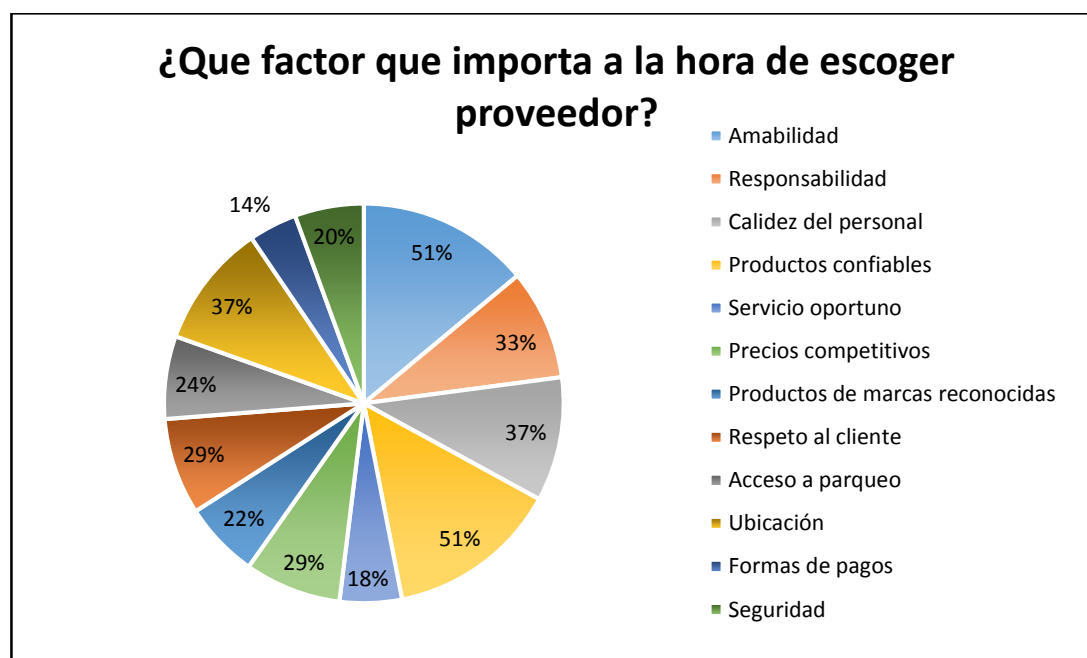
Cuadro N.º 10

Factor a la hora de escoger su proveedor

Características del proveedor	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Amabilidad	25	51%
Responsabilidad	16	33%
Calidez del personal	18	37%
Productos confiables	25	51%
Servicio oportuno	9	18%
Precios competitivos	14	29%
Productos de marcas reconocidas	11	22%
Respeto al cliente	14	29%
Acceso a parqueo	12	24%
Ubicación	18	37%
Formas de pagos	7	14%
Seguridad	10	20%
Total	179	365%

Grafica N.º 10

Factor a la hora de escoger su proveedor



Análisis: La grafica demuestra que la población prefiere un servicio de primer nivel, amabilidad y confianza entre cliente y proveedor, al mismo tiempo que busca productos confiables, ambos suman el 102%, luego la calidez del personal con un 37% es decir que la confianza entre personal de servicio y producto es primordial. Luego todas las otras oscilan el mismo porcentaje o un par de puntos de diferencia.

Interpretación: existen diferentes factores que los clientes buscan al momento de realizar sus compras, pero entre las que consideran más importantes son la amabilidad y productos confiables. Tener una actitud adecuada hacia los clientes contribuye a que se genere una buena experiencia para el consumidor, siendo atendido amablemente. Además, los productos confiables generan buena reputación para un negocio ya que el consumidor ya tiene la percepción que el producto es bueno.

11. ¿Cuándo realiza sus compras en Ferreterías cual es el motivo?

Cuadro N.º 11

Motivo de compra

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Personal	37	76%
Laboral	12	24%
total	49	100%

Grafica N.º 11

Motivo de compra



Análisis: En El Barrio es más grande por defecto la población local que laboral con un 76% sobre un 24%, es decir que el enfoque debe de ser mayormente a estrategias de mercado orientados a proyectos de hogar, sin dejar a un lado servicio a empresas.

Interpretación: en su mayoría las personas encuestadas realizan sus compras por motivo personal, esto sucede por el uso frecuente de los productos ocasionando su deterioro, así surge la necesidad de cambiar el producto por uno nuevo.

12. ¿Cuál es su profesión u oficio?

Cuadro N.º 12

Profesión u oficio

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Comercio individual	13	27%
Albañilería	4	8%
Electricista	4	8%
Fontanería	7	14%
Carpintería	3	6%
Empresas constructoras	0	0%
Otros	18	37%
Total	49	100%

Gráfica N.º 12

Profesión u oficio



Análisis: al observar los datos de la gráfica, podemos ver que el 27% de los encuestados son comerciantes individuales, un 8% lo representan personas que se desempeñan en la albañilería y electricidad. El 14% son fontaneros, una minoría del 6% son carpinteros el 37% es indefinido porque contestaron como profesión la opción otros.

Interpretación: es importante saber si en la zona existen personas que tengan los diferentes oficios como albañiles, fontaneros o electricistas, ya que estos serían los futuros clientes porque son contratados por hogares o empresas para hacer los arreglos necesarios y requieren frecuencia productos de ferretería.

13. ¿Solicita cotizaciones antes de realizar sus compras?

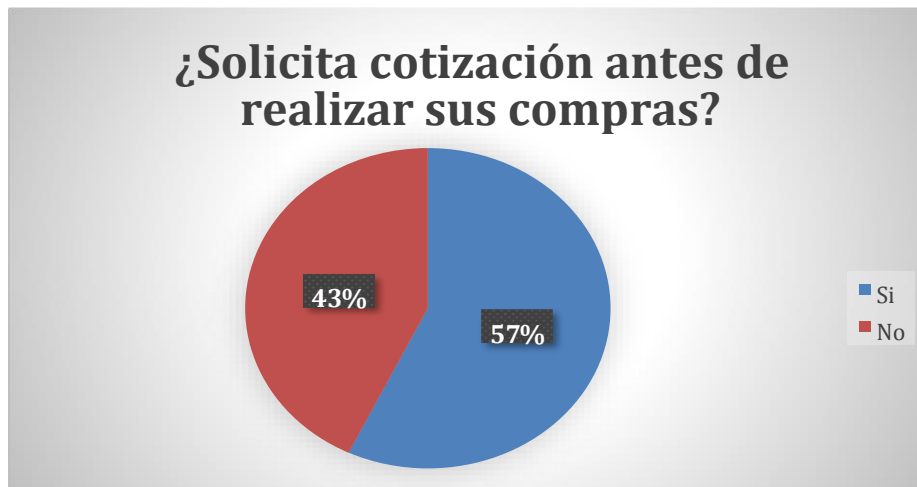
Cuadro N.º 13

Cotizaciones antes de realizar compras

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	28	57%
No	21	43%
total	49	100%

Grafica N.º 13

Cotizaciones antes de realizar compras



Análisis: estos resultados muestran que el 57% de la población encuestada prefieren el servicio de cotizaciones, mientras que el 43% opina que no pide cotización antes de realizar sus compras. por lo que se debe de dar un servicio rápido ya que esto les ayudará un mejor análisis de ofertas.

Interpretación: las cotizaciones son un documento muy importante para algunas personas, ya que en ella se establece el precio de los productos que el cliente necesita para luego pasar al proceso de compra, en la investigación se puede observar que un poco más de la mitad de los encuestados prefieren cotizar antes de realizar la compra, esto se da cuando en un lugar hay varios negocios de un mismo rubro, como ya se vio antes en una de las preguntas se sabe que en el barrio San Jacinto existen varias ferreterías.

14. ¿Conoce la Ferretería Rudy?

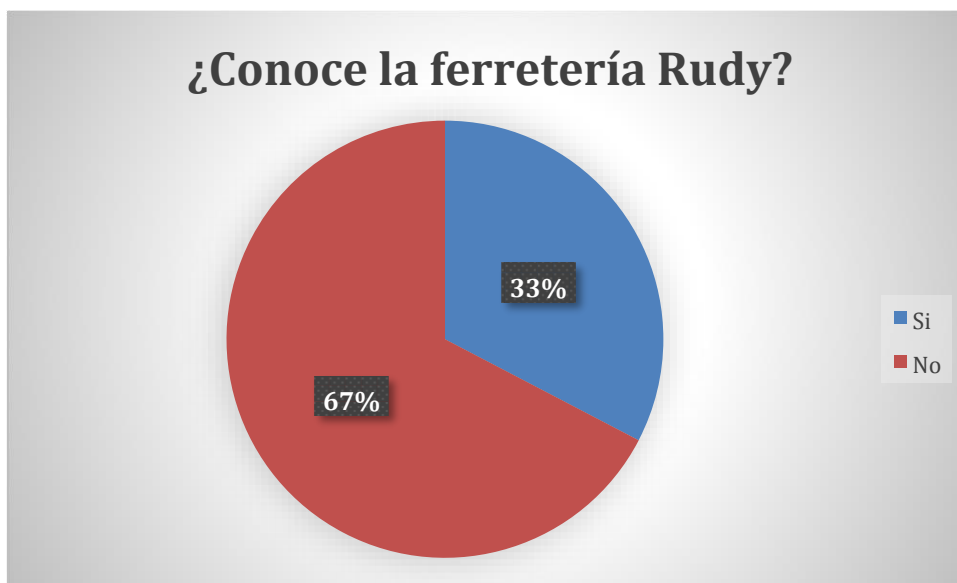
Cuadro N.º 14

Conoce la ferretería Rudy

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	16	33%
No	33	67%
total	49	100%

Grafica N.º 14

Conoce la ferretería Rudy



Análisis: Un buen porcentaje de los encuestados no conocen a Ferretería Rudy, siendo el 67% que nunca han visitado ni escuchado de esta pequeña empresa, el otro 33% si conocen a dicha ferretería.

Interpretación: Ferretería Rudy no es un negocio tan conocido por las personas encuestadas ya que esta ferretería no cuenta con una sala de ventas en el Barrio San Jacinto por lo que debe enfocarse en crear estrategias para llevar el conocimiento de dicha ferretería a la población.

15. ¿Usted es cliente de Ferretería Rudy?

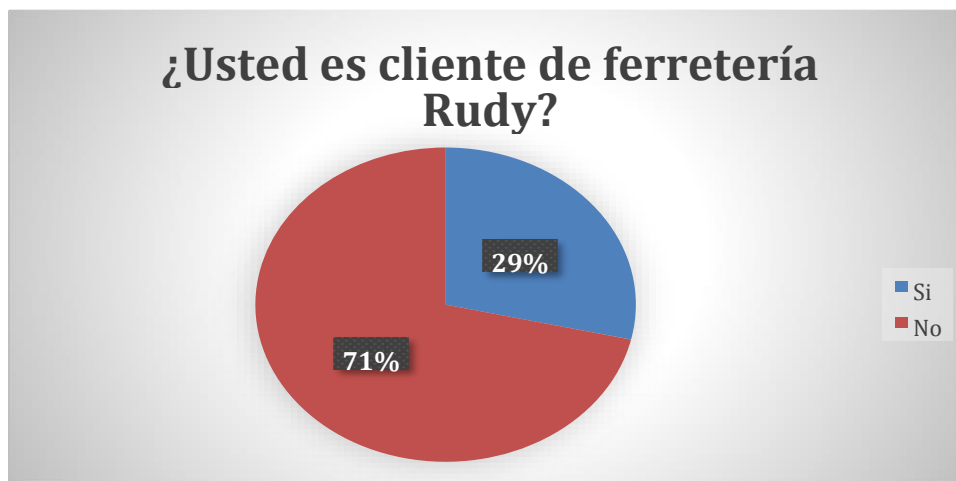
Cuadro N.º 15

¿Usted es cliente de Ferretería Rudy?

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	14	29%
No	35	71%
Total	49	100%

Grafica N.º 15

¿Usted es cliente de Ferretería Rudy?



Análisis: la gráfica refleja que el 71% de los encuestados no son clientes de Ferretería Rudy, pero una pequeña parte del porcentaje de las personas encuestadas si son clientes de dicha ferretería, siendo este porcentaje el 29%.

Interpretación: una pequeña porción de los encuestados son clientes de ferretería Rudy, esto se debe a que esta pequeña empresa no cuenta con muchas salas de ventas, y hay muchas personas que no conocen ninguno de sus establecimientos, por eso es necesario expandirse y enfocarse en estrategias para dar a conocer la ubicación y productos que ofrece para ganar nuevos clientes, ya que en la anterior pregunta se arrojó un 29% que, si conoce la ferretería, sin embargo, no son clientes de ella.

16. ¿Le gustaría que se abriera una sala de ventas de Ferretería Rudy en San Jacinto?

Cuadro N.º 16

¿Le gustaría que se abriera una sala de ventas de Ferretería Rudy en San Jacinto?

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	47	96%
No	2	4%
total	49	100%

Grafica N.º 16

¿Le gustaría que se abriera una sala de ventas de Ferretería Rudy en San Jacinto?



Análisis: la aceptación fue muy positiva el 96% de las personas dijeron que sí; y solo un 4% dijeron que no, este porcentaje corresponde a grupos de interés, ya que en la actualidad existe ya una ferretería en la zona.

Interpretación: casi en su totalidad de las personas encuestadas están de acuerdo con que se de apertura a una nueva sala de ventas de Ferretería Rudy en el Barrio San Jacinto, para poder tener más opciones de compra en el lugar. Es importante que al establecer el negocio este cumpla con las 4P, buenos productos, buen precio, buenas promociones y buena plaza o ubicación. De esta manera tendrá mayor aceptación por los habitantes de este Barrio.

17. ¿Cuál considera usted que sería la mejor ubicación para aperturar una nueva sala de ventas de Ferretería Rudy en El Barrio San Jacinto?

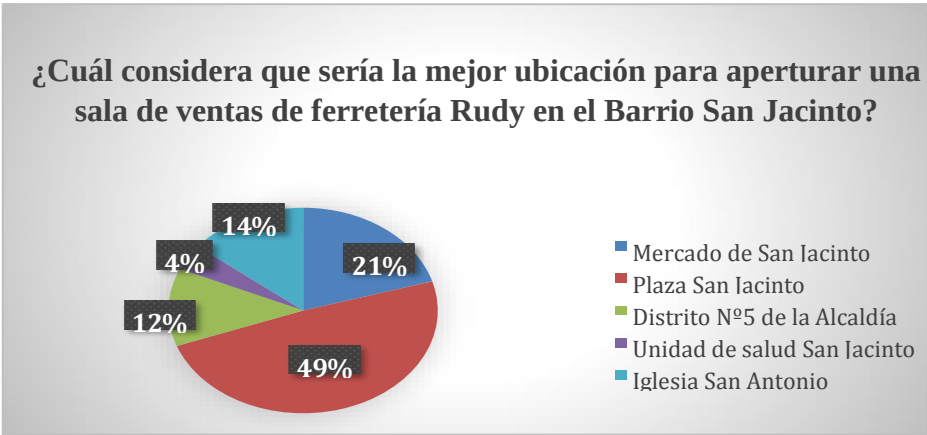
Cuadro N.º 17

Ubicación para aperturar una nueva sala de venta

Mejor ubicación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Mercado de San Jacinto	10	21%
Plaza San Jacinto	24	49%
Distrito N°5 de la Alcaldía	6	12%
Unidad de salud San Jacinto	2	4%
Iglesia San Antonio	7	14%
Total	49	100%

Grafica N.º 17

Ubicación para aperturar una nueva sala de venta



Análisis: Los resultados arrojaron que el lugar ideal para abrir la nueva sala de venta es la plaza San Jacinto, siendo mayor demanda del 49% ya que es un lugar muy visitado no solo por los residentes de la zona, en segundo lugar, prefieren el mercado de San Jacinto con un 21% y en tercer lugar se encuentra la Iglesia San Antonio con un 14%.

Interpretación: de las diferentes ubicaciones proporcionadas, los encuestados en su mayoría prefieren una sala de ventas de ferretería Rudy en la plaza San Jacinto, debido a que este es un lugar muy céntrico para realizar sus compras, al visitar ferretería Rudy pueden aprovechar a realizar otras compras en supermercados y otros establecimientos que deseen visitar.

18. ¿Cómo considera las condiciones de las vías urbanas y calles del Barrio San Jacinto?

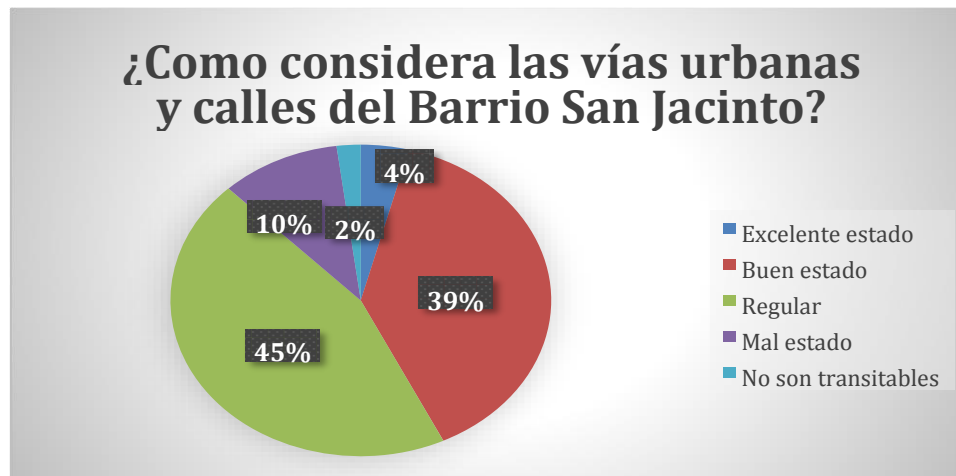
Cuadro N.º 18

Condiciones de las vías urbanas y calles del Barrio San Jacinto

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Excelente estado	2	4%
Buen estado	19	39%
Regular	22	45%
Mal estado	5	10%
No son transitables	1	2%
total	49	100%

Grafica N.º 18

Condiciones de las vías urbanas y calles del Barrio San Jacinto



Análisis: muy pocas personas consideran que el estado de las calles del barrio san Jacinto están en excelente estado, solamente el 4%, el 39% opinan que está en buen estado, una buena parte del 45% dijeron que las calles estaban regulares, y un pequeño porcentaje 2% dieron mal comentario diciendo que no son transitables.

Interpretación: es importante buscar un área muy estratégica, donde no exista mayor dificultad para su acceso en vehículo o transporte de carga, lo cual no representa un verdadero problema ya que los resultados no arrojan que las condiciones viables sean desfavorables, esto quiere decir que el Barrio San Jacinto es un lugar accesible para los autos y transitable para los peatones.

19. ¿Cómo considera El Barrio San Jacinto para los establecimientos o negocios?

Cuadro N.º 19

¿Cómo considera El Barrio San Jacinto para los establecimientos o negocios?

Opciones	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Bastante seguro	12	25%
Seguro	33	67%
Inseguro	3	6%
Muy inseguro	1	2%
Total	49	100%

Grafica N.º 19

¿Cómo considera El Barrio San Jacinto para los establecimientos o negocios?



Análisis: una ventaja muy favorable es la seguridad del Barrio con un 67% seguro y un 25% bastante seguro, eso da confianza tanto al negocio como a los clientes, lo que da una pauta que el local donde se establezca la nueva sala no tendrá mayor inconveniente con la seguridad.

Interpretación: los resultados de la investigación indican que el Barrio San Jacinto es un lugar seguro para instalar un negocio, esto es un indicador muy importante a la hora de elegir la ubicación, no solo por los bienes y el establecimiento, sino también por la seguridad de las personas que se encuentren atendiendo el negocio.

20. ¿Con que servicios cuenta El Barrio San Jacinto?

Cuadro N.º 20

Servicios del Barrio San Jacinto

Servicios	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Agua potable	49	100%
Energía eléctrica	48	98%
Delegación policial	35	71%
Combustible	45	92%
Estación de bomberos	4	8%
Mercado municipal	45	92%
Tren de aseo	42	86%
Telefonía	39	80%
Transporte publico	44	90%
Total	351	716%

Grafica N.º 20

Servicios del Barrio San Jacinto



Análisis: de los encuestados el porcentaje es el mismo para cada uno de los servicios listados solamente se encuentra una diferente que es el servicio de la estación de bomberos porque solo el 1% opinaron que si existe. Esto se debe a que el Barrio San Jacinto no cuenta con este servicio.

Interpretación: los datos reflejan que los servicios básicos son una ventaja para un mejor funcionamiento. Los porcentajes son muy equitativos en todos los servicios pues existen todos excepto la estación de bomberos.

Anexo 3 Entrevista a gerente general de Ferretería Rudy



GUÍA DE ENTREVISTA.

Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Administración de Empresas



Entrevista dirigida al Gerente General de la pequeña empresa Ferretería Rudy, el Sr. Rodolfo Alfonso Contreras Córdova.

Presentación: Reciba un cordial saludo, como estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador estamos desarrollando para el trabajo de grado un “Estudio de factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas de la pequeña empresa ferretería Rudy, ubicada en el municipio de San Salvador”

Objetivo: Conocer la factibilidad para la apertura de una nueva sala de ventas en el municipio de San Salvador.

1. ¿Cuál es su profesión?

Microempresario (realice cinco ciclos de la carrera mercadeo en universidad Francisco Gavidia)

2. ¿desde hace cuánto tiempo se ocupa de la Ferretería?

Desde hace 23 años, cuando mi madre se retiró y me heredo el negocio.

3. ¿Cuál es el conocimiento que debe tener una persona que maneje un negocio Ferretería?

- Conocer los productos de ferretería, son una variedad extensa
- Conocer el uso de cada uno de estos productos
- Conocer los costos para realizar las compras a buen precio y poder tener mayor utilidad
- Tener buenas relaciones interpersonales

4. ¿Cuál es la misión de Ferretería Rudy?

Proporcionar a nuestros clientes los materiales necesarios para la construcción y decoración para todo tipo de inmuebles con precios competitivos y el mejor servicio a través del personal altamente calificado.

5. ¿Cuál es la visión de Ferretería Rudy?

Ser una ferretería líder en la comercialización de materiales para la construcción, decoración y creaciones de nuestros clientes, ofreciéndoles precio accesibles y estándares de calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.

6. ¿Cuáles son los valores de Ferretería Rudy?

Calidad: Brindar productos y un excelente servicio cumpliendo los estándares que garanticen a nuestros clientes seguridad y confianza.

Honestidad: Cumplir con los compromisos y actuar con sinceridad en cada una de nuestras acciones y responsabilidades.

Confianza: La capacidad que tenemos para realizar los acuerdos con nuestros clientes.

Respeto: El buen trato que brindamos al interactuar con las personas que nos visitan

7. ¿Cuáles son los objetivos actuales de Ferretería Rudy?

Expandirse a nivel nacional aperturando salas de ventas de ferretería Rudy en diferentes zonas del país. Importar productos ferreteros desde china y México para minimizar costos y aumentar ganancias. Crear fuentes de empleo.

8. ¿Cuántas salas de venta tiene Ferretería Rudy?

Son dos salas de ventas una ubicada en mercado central, la otra en cima III y una bodega en San Antonio Abad. Próximamente pensamos aperturar una nueva sala de ventas.

9. ¿Cuántas personas laboran en la Ferretería?

Ocho y mi persona, son cuatro en casa matriz ubicada en mercado central, tres en cima III y uno en bodega.

10. ¿Cuál es el nivel actual de ventas de Ferretería Rudy?

\$180,700 en el último periodo

11. ¿Según su experiencia podría clasificar la demanda de cada producto por temporada?

Lamina, plástico negro, anticorrosivos, impermeabilizantes, tapa goteras en pasta y en cinta: agosto y septiembre (temporada de invierno)

Pintura, brochas y diluyentes: octubre, noviembre y diciembre

Tuberías y accesorios de PVC, clavos, cemento, arena, material eléctrico, barnices, lijas, chorros: todo el año tiene demanda

12. ¿Cuándo las ventas son bajas que hace para mejorarlas?

Poner ofertas, poner perifoneo, utilizar todos los canales de ventas que están a nuestro alcance, buscar personas externas que promuevan nuestros productos (estas personas reciben comisión por ventas)

13. ¿Cuál es el producto que le genera mayor rentabilidad Ferretería Rudy?

El que genera mayor rentabilidad es la pintura, porque somos distribuidores de la marca Megacolor, al realizar compras grandes gozamos de descuentos, precios bajos y regalías. Distribuimos la pintura a todas las ferreterías pequeñas que están a nuestro alrededor en mercado central.

14. ¿Cuál es la razón que le motiva la apertura de una nueva sala de venta?

La expansión de ferretería Rudy a nivel nacional, para aumentar ingresos y generar empleo.

15. ¿Cuáles son las posibles ubicaciones para la apertura de la nueva Tienda?

El Barrio San Jacinto, Nuevo Cuscatlán, Santo Tomas, Mejicanos

16. ¿Cuánto piensa invertir en la nueva sala de ventas?

\$7,000

17. ¿para cuándo tiene pensado abrir la nueva sala?

En este año (2023), pero antes tengo que encontrar el lugar indicado para que la apertura sea un éxito y ferretería Rudy siga expandiéndose en diferentes zonas del país.

Fecha: 01 febrero de 2023

Nombre de las entrevistadoras:

Ingrid Beltrán

Karina Orantes

Lidia Flores

Muchas gracias por su colaboración.

Anexo No. 4. Línea de producto de Ferretería Rudy

Línea de productos
Agrícola y Jardín
Ferretería
Herramientas
Construcción y Madera
Fontanería
Eléctrico e iluminación
Pinturas
Productos plásticos
Otros Productos

Anexo No. 5 Casa matriz centro de San Salvador



Anexos No. 6 Sala de venta Cima 3



Anexo No. 7 Bodega San Antonio Abad



Anexo 8 Tipo de cambio de colones a dólares



La infrascrita Jefa del Departamento del Sector Externo del Banco Central de Reserva de El Salvador, CERTIFICA que el tipo de cambio para una serie de años solicitados a través de la Oficina de Información y Respuesta fue el siguiente:

Tipo de Cambio Anual de El Salvador
Colones por dólar de los Estados Unidos de América

CONCEPTOS	1963	1971	1988	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1 BCR									
1.1 COMPRA	2.50	2.50	5.00	8.72	8.72	8.72	8.72	8.72	8.72
1.2 VENTA	2.50	2.50	5.00	8.79	8.79	8.79	8.79	8.79	8.79

Respecto al año 2001, debido a que la Ley de Integración Monetaria (LIM), entró en vigencia a partir del 1 de enero de 2001, esta estableció lo siguiente: "Art. 1.- *El tipo de cambio entre el colón y el dólar de los Estados Unidos de América será fijo e inalterable a partir de la vigencia de esta Ley, a razón de ocho colones setenta y cinco centavos por dólar de los Estados Unidos de América*".

En atención a solicitud, firmo y sello la presente certificación, en la ciudad de San Salvador, a los nueve días del mes de abril de dos mil diecinueve.

Xiomara Carolina Hurtado,
Jefa Depto. del Sector Externo
E-mail: xiom.hurtado@bcr.gob.sv

Anexo 9 Constancia Crediticia Chemical Color

San Salvador, 22 de febrero 2022



A quien interese

Por este medio hacemos constar que: **RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA** es cliente de **CHEMICAL COLOR, S.A. de C, V.** desde hace más de 8 años, posee un crédito rotativo por un monto de \$ 25,000.00 dólares, ampliables de ser necesarios según temporada o proyectos calificados, cabe mencionar que los montos otorgados han sido manejados satisfactoriamente en los tiempos estipulados, motivo por el cual cuenta con la confianza de la empresa como uno de nuestros distribuidores de mayoreo.

Y para los usos que estime conveniente, se extiende la presente constancia a los veinte y dos días del mes de febrero dos mil veinte y dos.

Atentamente,

Lic. Verónica Mirey Mejía
Créditos y Cobros
Tel. 2205-9500

E-mail: creditoycobros@chemicalcolor.com.sv

CHEMICAL COLOR
S.A. de C.V.
Calle Ppal. 250 mt al sur
Blvd. del Ejercito Nacional
Col. Chacra, San Salvador

Anexo 10 Lista de proveedores

Proveedores	
Chemical Color S.A De C. V	Pintura Megacolor
Ferretería Sushitlan	Fontanería
Ferretería AZ S.A De C. V	Herramientas
Lemus S.A De C. V	Cemento
Dany Electric	material eléctrico
Centro Plástico	productos plásticos
Tablemas S.A De C. V	Madera
El Arenal	arena, graba Y ladrillos
Ferretería Aces	Miscelánea
Grupo Solid	lijas, brochas, pintura en espray
Cecosefa	Miscelánea
Pochteca	Barril de thinner y solvente

Anexo No. 11 Forma de desembolso préstamo CAMETRO 2022

CAJA DE CRÉDITO METROPOLITANA
"SOCIEDAD COOPERATIVA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, S.A. DE C.V."
San Salvador, El Salvador, C.A.

Federación de cajas de crédito
De los Bancos de los trabajadores

CRÉDITO CON FONDOS CAJA
LÍNEA DE FINANCIAMIENTO PARA ACTIVIDADES
PRODUCTIVAS PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

FORMA DE DESEMBOLSO DEL PRESTAMO

Fecha: 3-jun-2022 Analista: CLARA N. de Préstamo: 036200471628

Usaria: RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA Fecha de vencimiento: 30-11-222 Garantía: AHORROS Y FSG

Tasa: 42.00%

Garantía Complementaria: 180 DIAS Periodo de Gracia: DIARIO

Plazo: \$ 108.70

Cuota a Pagar: MENSUAL \$2,607.80

Destino: CAPITAL DE TRABAJO

Notario que Escritura: DIEZ MIL 00/100 DOLARES \$10,000.00

Monto Otorgado: \$10,000.00

Menos Retenciones:

Reintegró)	Ahorro Capital#		\$	0.00
Reintegró)	Ahorro Navideño#		\$	0.00
	Abono a Cuenta #	62-03-0102346-3	\$	10,000.00
Total Retenciones			\$	
Valor Neto a Recibir			\$	10,000.00

Observaciones

65589	ACCIONES ACUMULADAS	\$	189.00
5203-01024089	AHORRO NAVIDEÑO	\$	1,116.98
203-01024077	AHORRO CAPITAL DE TRABAJO	\$	4,572.44
TOTAL AHORROS		\$	5,689.42

ESTIMADO USUARIO CON SU PAGO PUNTUAL SE EVITA MOLESTIAS Y RECARGOS DEL 12% A PARTIR DE 60 DIAS EN MORA

MORENA
Elaborado por

Revisado y Autorizado

Recibido Usuario

DATOS PRESTAMOS CAMETRO

VALOR TOTAL DEL PRESTAMO	\$10,000.00
TASA DE INTERES MENSUAL	7%
TIEMPO (MES)	6
N.º CUOTAS	6

Anexo No. 12 Cuadro de amortización de CAMETRO

CUADRO DE AMORTIZACION DE PRESTAMO CAMETRO S.A DE C.V				
N.º	CUOTA	CAPITAL	INTERESES	SALDO
0				\$10,000.00
1	\$2,097.96	\$1,397.96	\$700.00	\$8,602.04
2	\$2,097.96	\$1,495.82	\$602.14	\$7,106.22
3	\$2,097.96	\$1,600.52	\$497.44	\$5,505.70
4	\$2,097.96	\$1,712.56	\$385.40	\$3,793.14
5	\$2,097.96	\$1,832.44	\$265.52	\$1,960.70
6	\$2,097.96	\$1,960.71	\$137.25	\$ -

Nota: la boleta de desembolso de préstamo indica una mensualidad de \$2,607.80, según política de la caja de crédito el cliente debe hacer un ahorro como garantía por atraso de pago.

Anexo No. 13 Pagaré sin protesto Préstamo PRESTAN

#100057798

Pagare sin protesto

Por \$2,000.00

Crédito número 100057798



Yo **RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA**, de **TREINTA Y OCHO (38)** años de edad, **COMERCIANTE**, con residencia en **RESIDENCIAL CIUDAD CORINTO SENDA NUEVE ORIENTE POLIGONO A OCHO CASA NUMERO CUARENTA Y TRES** de la ciudad de **MEJICANOS**, del departamento de **SAN SALVADOR**, y con domicilio de **SAN SALVADOR**, departamento de **SAN SALVADOR**, con documento único de identidad número **CERO CERO TRES OCHO CERO NUEVE NUEVE SIETE- CUATRO (00380997-4)**, y Número de Identificación Tributaria (NIT) **CERO SEIS UNO CUATRO- UNO SEIS CERO DOS OCHO CUATRO- UNO CERO TRES- CINCO(0614-160284-103-5)** actuando en nombre propio, por medio del presente pagare prometo pagar incondicionalmente a la orden de la sociedad **PRESTAMOS DEL ATLANTICO NORTE, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE**, que puede abreviarse como **PRESTAN, S.A. DE C.V.**, con domicilio en Santa Tecla departamento de La Libertad con número de identificación tributaria cero cinco uno uno - dos seis cero cinco uno cuatro- uno cero dos - dos(0511-260514-102-2), la cantidad de **DOS MIL 00/100 DOLARES** de Los Estados Unidos de América, en concepto de préstamo, al **TRECE PUNTO CINCUENTA Y UN** por ciento (**13.51%**) de interés **Sobre saldo** y de plazo **noventa (90)** días, y de conformidad al artículo 16 de la Ley del IVA, el interés pactado generará el pago del Impuesto al Valor Agregado IVA, del **TRECE POR CIENTO (13.00%)**, los cuales he recibido a mi entera satisfacción, comprometiéndome en este mismo acto a pagar el monto del crédito por medio de abonos diarios de **VEINTITRES 98/100 DOLARES** de Los Estados Unidos de América, (**\$ 23.98**), a partir de esta fecha, por un plazo de **noventa (90)** días, con fecha de vencimiento el día **03/10/2022**, en la Casa Matriz, sucursales de **PRESTAN, S. A. DE C. V.**, que tenga a nivel nacional o en la forma que ambas partes convengamos. En caso de mora reconoceré el interés moratorio del **DIECIOCHO PUNTO VEINTICINCO (18.25%)** por ciento anual sobre saldos de capital en mora; señalo como domicilio especial el de la ciudad de **MEJICANOS, SAN SALVADOR**, a cuyos tribunales me someto. **PRESTAN, S. A. DE C. V.**, se reserva el derecho de transferir sus derechos de esta obligación y podrá dar por vencido el plazo y exigir el pago de la totalidad del saldo adeudado en los siguientes casos: a) por mora en el cumplimiento de la obligación de pago que el deudor contrae en este pagare; b) por insolvencia o quiebra del deudor; c) por incumplimiento de cualesquiera de las obligaciones adquiridas en este pagare. En caso de remate servirá de base el monto del adeudo o la primera postura u opción del tenedor de este pagare. En fe de lo anterior firmo el presente pagare en la ciudad de **SAN MARCOS**, a los cinco días del mes de **Julio** del año **2022**.


 Entregado


 F. **RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA**
 Duplicado: cliente

DATOS PRESTAMOS PRESTAN

VALOR TOTAL DEL PRESTAMO	\$	2.000,00
TASA DE INTERES MENSUAL		4,5%
TIEMPO (MES)		3
N.º CUOTAS		3

Anexo No. 14 Cuadro de amortización de PRESTAN

CUADRO DE AMORTIZACION DE PRESTAMO PRESTAN S.A DE C. V					
N.º CUOTA	CAPITAL		INTERESES		SALDO
0 -					\$ 2.000,00
1 \$	727,55	\$	637,55	\$	90,00 \$ 1.362,45
2 \$	727,55	\$	666,24	\$	61,31 \$ 696,21
3 \$	727,55	\$	696,22	\$	31,33 \$ -0,01

Anexo No. 15 Estados Financieros del año 2017 al 2024

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

ACTIVO

<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		\$ 8,342.82
EFFECTIVO Y SUS EQUIVAL	\$ 3,539.03	
INVENTARIO	\$ 4,550.10	
Mercaderías		
PAGO A CUENTA	\$ 253.79	
 <u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		 \$ 2,784.25
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		
Equipo de Ofic. y Muebles	\$ 3,310.00	
Depreciación	\$ (525.75)	
 TOTAL ACTIVO		 <u>\$ 11,127.17</u>

PASIVO

<u>PASIVO CORRIENTE</u>		\$ 502.08
DEBITO FISCAL	\$ 20.82	
PROVEEDORES	\$ 481.27	

CAPITAL

<u>CAPITAL Y UTILIDAD</u>		\$ 10,625.08
Capital	\$ 8,606.50	
Utilidad del Ejercicio	\$ 2,018.58	
TOTAL PASIVO Y CAPITAL		<u>\$ 11,127.17</u>

RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
 PROPIETARIO



ELIAS MAXIMILIANO ULICA
 CONTADOR GENERAL



FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ANEXO AL BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

ACTIVO

CAJA Y BANCOS **\$ 3,539.03**

Caja

INVENTARIO **\$ 4,550.10**

Mercadería

ACTIVO FIJO **\$ 3,310.00**

Equipo de Ofic. y Muebles

PASIVO

PROVEEDORES **\$ 481.27**

Ferro Depot, S. A. de C. V.

\$ 383.04

Inversiones Lemus, S. A. de C. V.

\$ 98.23

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

<u>VENTAS</u>		\$ 12,013.45
 Menos:		
<u>COSTO DE VENTA</u>		\$ 9,261.57
Inventario Inicial	\$ 4,320.50	
Compras Netas	\$ 9,491.17	
	\$ 13,811.67	
Inventario Final	\$ 4,550.10	
PERDIDA BRUTA		\$ 2,751.88
 Menos:		
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>		\$ 733.30
Gastos de Administración	\$ 733.30	
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 2,018.58


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO

FERRETERIA RUDY
CALLE PRINCIPAL # 419
CUALIMA, SAN SALVADOR


ELIAS MAXIMILIANO ULLOA
CONTADOR GENERAL



FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ANEXO AL ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

<u>COMPRAS</u>	<u>\$ 9,491.17</u>
----------------	--------------------

<u>GASTOS DE ADMINISTRACION</u>	<u>\$ 733.30</u>
Honorarios	\$ 522.83
Energia Electrica	<u>\$ 210.47</u>

<u>VENTAS</u>	<u>\$ 12,013.45</u>
---------------	---------------------

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018

ACTIVO

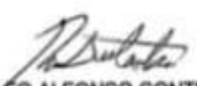
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		\$ 8,615.26
EFFECTIVO Y SUS EQUIVAL.	\$ 3,123.01	
INVENTARIO	\$ 5,211.50	
Mercadería		
Credito Fiscal	\$ 26.96	
PAGO A CUENTA	<u>\$ 253.79</u>	
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		\$ 2,784.25
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		
Equipo de Ofic. y Muebles	\$ 3,310.00	
Depreciación	<u>\$ (525.75)</u>	
TOTAL ACTIVO		<u>\$ 11,399.51</u>

PASIVO

<u>PASIVO CORRIENTE</u>		\$ 262.13
PROVEEDORES	<u>\$ 262.13</u>	

CAPITAL

<u>CAPITAL Y UTILIDAD</u>		\$ 11,137.38
Capital	\$ 8,606.50	
Utilidad del Ejercicio	<u>\$ 2,530.88</u>	
TOTAL PASIVO Y CAPITAL		<u>\$ 11,399.51</u>


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO

FERRETERIA RUDY
 CALLE PRINCIPAL # 419
 LOCAL No. 5, SAN SALVADOR


ELIAS MAXIMILIANO ULLOA
CONTADOR GENERAL



FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ANEXO AL BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018

ACTIVO

<u>CAJA Y BANCOS</u>	<u>\$ 3,123.01</u>
-----------------------------	---------------------------

Caja

<u>INVENTARIO</u>	<u>\$ 5,211.50</u>
--------------------------	---------------------------

Mercadería

<u>ACTIVO FIJO</u>	<u>\$ 3,310.00</u>
---------------------------	---------------------------

Equipo de Ofic. y Muebles

PASIVO

<u>PROVEEDORES</u>	<u>\$ 262.13</u>
---------------------------	-------------------------

Chemical Color, S. A. de C. V.

\$ 235.03

Freund, S. A. de C. V.

\$ 5.66

Jea, S. A. de C. V.

\$ 21.44

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018

VENTAS \$ 14,337.13

Menos:

COSTO DE VENTA \$ 11,081.98

Inventario Inicial \$ 4,550.10

Compras Netas \$ 11,743.38

\$ 16,293.48

Inventario Final \$ 5,211.50

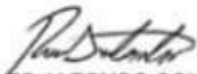
UTILIDAD BRUTA \$ 3,255.15

Menos:

GASTOS DE OPERACIÓN \$ 724.27

Gastos de Administración \$ 724.27

UTILIDAD DEL EJERCICIO \$ 2,530.88


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA

PROPIETARIO
FERRETERIA RUDY
CALLE PRINCIPAL # 419
LOCAL No. 5, SAN SALVADOR


ELIAS MAXIMILIANO ULLOA
CONTADOR GENERAL



FERRETERIA RUDY

RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA

ANEXO AL ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018

COMPRAS

\$ 11,743.38

GASTOS DE ADMINISTRACION

Honorarios

\$ 545.60

Energia Electrica

\$ 48.50

Agua

\$ 17.18

Impuestos Municipales

\$ 113.11

\$ 724.39

VENTAS

\$ 14,337.13

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019

ACTIVO

<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		\$ 9,205.78
EFFECTIVO Y SUS EQUIVAL	\$ 2,141.29	
INVENTARIO	\$ 6,810.70	
Mercadería		
PAGO A CUENTA	<u>\$ 253.79</u>	
 <u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		 \$ 2,784.25
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		
Equipo de Ofic. y Muebles	\$ 3,310.00	
Depreciación	<u>\$ (525.75)</u>	
 TOTAL ACTIVO		 <u>\$ 11,990.03</u>

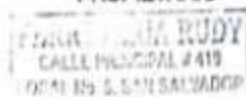
PASIVO

<u>PASIVO CORRIENTE</u>		\$ 282.22
CUENTAS POR PAGAR	<u>\$ 282.22</u>	

CAPITAL

<u>CAPITAL Y UTILIDAD</u>		\$ 11,707.81
Capital	\$ 8,606.50	
Utilidad del Ejercicio	<u>\$ 3,101.31</u>	
TOTAL PASIVO Y CAPITAL		<u>\$ 11,990.03</u>


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO




HELEN PATRICIA MARTINEZ MARROQUIN
CONTADOR GENERAL

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ANEXO AL BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019

ACTIVO

<u>CAJA Y BANCOS</u>	<u>\$ 2,141.29</u>
Caja	

<u>INVENTARIO</u>	<u>\$ 6,810.70</u>
Mercadería	

<u>ACTIVO FIJO</u>	<u>\$ 3,310.00</u>
Equipo de Ofic. y Muebles	

PASIVO

<u>CUENTAS POR PAGAR</u>		<u>\$ 282.22</u>
Chemical Color, S. A. de C. V.	\$ 235.03	
Freund, S. A. de C. V.	\$ 10.40	
Jea, S. A. de C. V.	\$ 21.44	
Debito Fiscal	<u>\$ 15.35</u>	

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019

VENTAS \$ 47,802.87

Menos:

COSTO DE VENTA \$ 44,217.40

Inventario Inicial

\$ 5,211.50

Compras Netas

\$ 45,816.60

\$ 51,028.10

Inventario Final

\$ 6,810.70

UTILIDAD BRUTA

\$ 3,585.47

Menos:

GASTOS DE OPERACIÓN

\$ 484.26

Gastos Generales

\$ 484.26

Honorarios

\$ 371.40

Impuestos Municipales

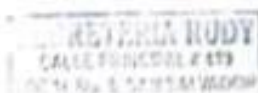
\$ 112.86

UTILIDAD DEL EJERCICIO

\$ 3,101.21


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO


HELEN PATRICIA MARTINEZ MARROQUIN
CONTADOR GENERAL



FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020

ACTIVO

<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		\$ 30,525.74
EFFECTIVO Y SUS EQUIVAL.	\$ 142.29	
INVENTARIO	\$ 25,960.50	
Credito Fiscal	\$ 3,642.81	
PAGO A CUENTA	<u>\$ 580.14</u>	
 <u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		 \$ 2,784.25
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		
Equipo de Ofic. y Muebles	\$ 3,310.00	
Depreciación	<u>\$ (525.75)</u>	
 TOTAL ACTIVO		 <u>\$ 33,309.99</u>

PASIVO

<u>PASIVO CORRIENTE</u>		\$ 59.97
Pago a Cuenta	<u>\$ 59.97</u>	

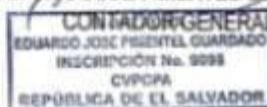
CAPITAL

<u>CAPITAL Y UTILIDAD</u>		\$ 33,250.02
Capital	\$ 43,252.13	
Perdida del Ejercicio	<u>\$ (10,002.11)</u>	
TOTAL PASIVO Y CAPITAL		<u>\$ 33,309.99</u>


 RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
 PROPIETARIO




 EDUARDO JOSE PIMENTEL GUARDADO



FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020

VENTAS \$ 29,724.92

Menos:
COSTO DE VENTA \$ 38,102.14

Inventario Inicial \$ 6,810.70

Compras Netas \$ 57,399.44 \$ 57,251.94

Reb. Y Dev. S / Compras \$ (147.50) \$ 64,062.64

Inventario Final \$ 25,960.50

Perdida Bruta \$ (8,377.22)

Menos:
GASTOS DE OPERACIÓN \$ 1,624.89

Gastos Administracion \$ 1,624.89

Honorarios

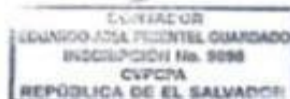
Impuestos Municipales

PERDIDA DEL EJERCICIO \$ (10,002.11)


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO




EDUARDO JOSE PIMENTEL GUARDADO
CONTADOR GENERAL



FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ANEXO AL ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020

<u>COMPRAS</u>		<u>\$ 57,251.94</u>
Rev s/ Compras	\$ 147.50	

<u>GASTOS DE ADMINISTRACION</u>		<u>\$ 1,624.89</u>
Honorarios	\$ 74.28	
Repuestos y Accesorios	\$ 44.24	
Combustible y Lubricantes	\$ 1,387.84	
Impuestos Municipales	<u>\$ 118.53</u>	

<u>VENTAS</u>		<u>\$ 29,724.92</u>
---------------	--	---------------------

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ANEXO AL BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020

ACTIVO

<u>CAJA Y BANCOS</u>	<u>\$ 142.29</u>
Caja	

<u>INVENTARIO</u>	<u>\$ 25,960.50</u>
mercadería	

<u>ACTIVO FIJO</u>	<u>\$ 3,310.00</u>
Equipo de Ofic. y Muebles	

PASIVO

<u>Pago a Cuenta</u>	<u>\$ 59.97</u>
----------------------	-----------------

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021

EXPRESADO EN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

ACTIVO

<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		\$ 32,765.56
EFFECTIVO Y SUS EQUIVAL.	\$ 28,689.44	
INVENTARIO	\$ 1,930.55	
Mercaderia		
PAGO A CUENTA	\$ 2,165.57	
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		\$ 2,536.00
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		
Equipo de Ofic. y Muebles	\$ 3,310.00	
Depreciación	\$ (774.00)	
TOTAL ACTIVO		\$ 35,301.56

PASIVO

<u>PASIVO CORRIENTE</u>		\$ 3,321.50
PAGO A CUENTA	\$ 280.13	
DEBITO FISCAL	\$ 46.36	
PROVEEDORES	\$ 2,198.21	
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	\$ 796.80	

CAPITAL

<u>CAPITAL Y UTILIDAD</u>		\$ 31,980.06
Capital	\$ 23,250.02	
Utilidad del Ejercicio	\$ 8,730.04	
TOTAL PASIVO Y CAPITAL		\$ 35,301.56


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO


EDUARDO JOSE PIMENTEL GUARDADO
CONTADOR GENERAL



FERRETERIA RUDY
 RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
 ANEXO AL BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021

ACTIVO

<u>CAJA Y BANCOS</u>	<u>\$ 28,669.44</u>
Caja	
 <u>INVENTARIO</u>	 <u>\$ 1,930.55</u>
Mercadería	
 <u>ACTIVO FIJO</u>	 <u>\$ 3,310.00</u>
Equipo de Ofic. y Muebles	

PASIVO

<u>PROVEEDORES</u>		<u>\$ 2,198.21</u>
J Y M Lotificaciones, S.A. DE C.V.	\$ 88.50	
Pronegocios , S.A. DE C.V.	\$ 32.69	
Chemical Color , S.A. DE C.V.	<u>\$ 2,077.02</u>	

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021
EXPRESADO EN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

VENTAS \$ 130,786.04

Menos:

COSTO DE VENTA \$ 120,202.32

Inventario Inicial \$ 25,960.50

Compras netas \$ 96,172.37

Compras. \$96,908.64

Reb y Dv. S/ Compras \$736.27

\$ 122,132.87

Inventario Final \$ 1,930.55

PERDIDA BRUTA \$ 10,583.72

Menos:

GASTOS DE OPERACIÓN \$ 1,056.88

Gastos de Administración \$ 1,056.88

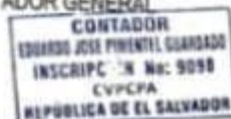
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA \$ 9,526.84

Impuesto sobre la Renta \$ 796.80

UTILIDAD DEL IMPUESTO \$ 8,730.04


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO


EDUARDO JOSÉ PIMENTEL GUARDADO
CONTADOR GENERAL



FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ANEXO AL ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021

COMPRAS

\$ 96,172.37

GASTOS DE ADMINISTRACION

\$ 1,056.88

Honorarios	\$ 397.12
Depreciación	\$ 248.25
Luz eléctrica	\$ 66.62
Impuesto Municipales	\$ 316.87
Mantenimiento de Equipo de Transporte	<u>\$ 28.02</u>

VENTAS

\$ 130,786.04

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022

ACTIVO

<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		\$ 20,799.88
EFFECTIVO Y SUS EQUIVAL.	\$ 14,442.98 ✓	
INVENTARIO - mercadería	\$ 3,960.50	
CREDITO FISCAL	\$ 674.94 ✓	
PAGO A CUENTA	\$ 1,721.46 ✓	
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		\$ 2,536.00
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		
Equipo de Ofic. y Muebles	\$ 3,310.00 ✓	
Depreciación	\$ (774.00)	
TOTAL ACTIVO		\$ 23,335.88

PASIVO

<u>PASIVO CORRIENTE</u>		\$ 1,082.91
PAGO A CUENTA	\$ 94.40 ✓	
PROVEEDORES	\$ 345.16 ✓	
IMPUESTO S/RENTA	\$ 643.35	

CAPITAL

<u>CAPITAL Y UTILIDAD</u>		\$ 22,252.97
Capital	\$ 14,519.98 ✓	
Utilidad del Ejercicio	\$ 7,732.99	
TOTAL PASIVO Y CAPITAL		\$ 23,335.88

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ANEXO AL BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022

ACTIVO

<u>CAJA Y BANCOS</u>	<u>\$ 14,442.98</u>
Caja	

<u>INVENTARIO</u>	<u>\$ 3,960.50</u>
Mercadería	

<u>ACTIVO FIJO</u>	<u>\$ 3,310.00</u>
Equipo de Ofic. y Muebles	

PASIVO

<u>PROVEEDORES</u>	<u>\$ 345.16</u>
Suministros Zacamil, S. A. DE C.V. → 2130-24	\$ 43.54 ✓
Banco Agrícola → 2130-25	\$ 15.00 ✓
Tablemas, S. A. de C. V. → 2130-26	\$ 88.45 ✓
Inversiones Lemus, S. A. de C. V. → 2130-06	\$ 102.08 X
Maria Transito Figueroa → 2130-27	\$ 33.50 ✓
Inversiones Maren, S. A. de C. V. 2130-28	<u>\$ 62.59 ✓</u>

FERRETERIA RUDY

RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA

ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022

VENTAS \$ 98,368.63

Menos:

COSTO DE VENTA \$ 88,800.96

Inventario Inicial \$ 1,930.55

Compras \$ 90,830.91 /

Compras totales \$ 90,873.54

Reb. Y Dev. s/Compras \$ (42.63) /

\$ 92,761.46

Inventario Final \$ 3,960.50

PERDIDA BRUTA \$ 9,567.67

Menos:

GASTOS DE OPERACIÓN \$ 1,191.33

Gastos de Administración \$ 1,191.33

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO \$ 8,376.34

Impuesto s/Renta \$ 643.35

UTILIDAD DEL EJERCICIO \$ 7,732.99

RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO

EDUARDO JOSE PIMENTEL GUARDADO
CONTADOR GENERAL

FERRETERIA RUDY

RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA

ANEXO AL ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022

<u>COMPRAS</u>	\$ <u>90,830.91</u>
----------------	---------------------

<u>GASTOS DE ADMINISTRACION</u>	\$ <u>1,191.33</u>
---------------------------------	--------------------

Honorarios	\$ 445.68
Impuestos Municipales	\$ 400.00
Repuestos de Vehículo	\$ 37.87
Combustible y Lubricantes	\$ 287.82
Luz Eléctrica	\$ 3.06
Transporte de Carga	\$ <u>16.90</u>

<u>VENTAS</u>	\$ <u>98,368.63</u>
---------------	---------------------

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023

ACTIVO

<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		\$ 30,047.44
EFFECTIVO Y SUS EQUIVAL.	\$ 534.23	
INVENTARIO - mercadería	\$ 26,055.14	
CREDITO FISCAL	\$ 2,066.91	
PAGO A CUENTA	\$ 1,374.16	
PERCEPCIONES	\$ 17.00	
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		\$ 2,536.00
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		
Equipo de Ofic. y Muebles	\$ 3,310.00	
Depreciación	\$ (774.00)	
TOTAL ACTIVO		\$ 32,583.44

PASIVO

<u>PASIVO CORRIENTE</u>		\$ 9,738.64
PAGO A CUENTA	\$ 63.21	
PROVEEDORES	\$ 9,675.43	

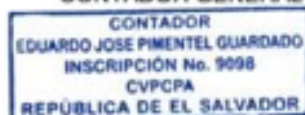
CAPITAL

<u>CAPITAL Y UTILIDAD</u>		\$ 22,844.80
Capital	\$ 19,252.97	
Utilidad del Ejercicio	\$ 3,591.83	
TOTAL PASIVO Y CAPITAL		\$ 32,583.44


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO




EDUARDO JOSE PIMENTEL GUARDADO
CONTADOR GENERAL



FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ANEXO AL BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023

ACTIVO

<u>CAJA Y BANCOS</u>	<u>\$ 534.23</u>
Caja	

<u>INVENTARIO</u>	<u>\$ 26,055.14</u>
Mercaderia	

<u>ACTIVO FIJO</u>	<u>\$ 3,310.00</u>
Equipo de Ofic. y Muebles	

PASIVO

<u>PROVEEDORES</u>	<u>\$ 9,675.43</u>
J y M Lotificaciones, S. A. de C. V.	\$ 15.93
Chemical Color, S. A. de C. V.	\$ 7,393.33
Suministros Zacamil, S. A. de C. V.	\$ 26.54
Tablemas, S. A. de C. V.	\$ 447.64
Cendife	\$ 252.72
TMB San Jose, S. A. de C. V.	\$ 14.60
Climaco Rogel Adonay de Jesus	\$ 12.77
Reales Morales Melvin Otoniel	\$ 82.92
Ferro Depot, S. A. de C. V.	\$ 366.38
Cementos El Progreso, S. A. de C. V.	<u>\$ 1,062.60</u>

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023

VENTAS \$ 78,523.57

Menos:

COSTO DE VENTA \$ 73,281.97

Inventario Inicial \$ 3,960.50

Compras \$ 95,376.61

\$ 99,337.11

Inventario Final \$ 26,055.14

UTILIDAD BRUTA \$ 5,241.60

Menos:

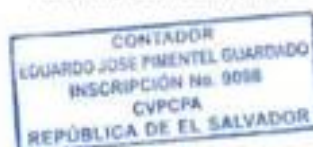
GASTOS DE OPERACIÓN \$ 1,649.77

Gastos de Administración \$ 1,649.77

UTILIDAD DEL EJERCICIO \$ 3,591.83


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO


EDUARDO JOSE PIMENTEL GUARDADO
CONTADOR GENERAL



FERRETERIA RUDY

RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA

ANEXO AL ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023

<u>COMPRAS</u>	\$ <u>95,376.61</u>
----------------	---------------------

<u>GASTOS DE ADMINISTRACION</u>	\$ <u>1,649.77</u>
---------------------------------	--------------------

Honorarios	\$ 805.69
Luz Eléctrica	\$ 226.47
Combustible y Lubricantes	\$ <u>617.61</u>

<u>VENTAS</u>	\$ <u>78,523.57</u>
---------------	---------------------

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2024

ACTIVO

<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		\$ 31,352.57
EFFECTIVO Y SUS EQUIVAL.	\$ 15,018.94	
INVENTARIO - mercaderia	\$ 14,550.00	
PAGO A CUENTA	\$ 1,783.63	

<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>		\$ 2,345.80
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		
Equipo de Ofic. y Muebles	\$ 2,536.00	
Depreciación	\$ (190.20)	
TOTAL ACTIVO		\$ 33,698.37

PASIVO

<u>PASIVO CORRIENTE</u>		\$ 4,548.96
DEBITO FISCAL	\$ 51.33	
PAGO A CUENTA	\$ 83.34	
IMPUESTO S/RENTA	\$ 1,088.39	
PROVEEDORES	\$ 3,325.90	

CAPITAL

<u>CAPITAL Y UTILIDAD</u>		\$ 29,149.41
Capital	\$ 19,252.97	
Utilidad del Ejercicio	\$ 9,896.44	
TOTAL PASIVO Y CAPITAL		\$ 33,698.37


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO




EDUARDO JOSE PIMENTEL GUARDADO



FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ANEXO AL BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2024

ACTIVO

<u>CAJA Y BANCOS</u>	<u>\$ 15,018.94</u>
----------------------	---------------------

Caja

<u>INVENTARIO</u>	<u>\$ 14,550.00</u>
-------------------	---------------------

Mercaderia

<u>PAGO A CUENTA</u>	<u>\$ 1,783.63</u>
----------------------	--------------------

<u>ACTIVO FIJO</u>	<u>\$ 2,536.00</u>
--------------------	--------------------

Equipo de Ofic. y Muebles

PASIVO

<u>PAGO A CUENTA</u>	<u>\$ 83.34</u>
----------------------	-----------------

<u>DEBITO FISCAL</u>	<u>\$ 51.33</u>
----------------------	-----------------

<u>IMPUESTO S/RENTA</u>	<u>\$ 1,088.39</u>
-------------------------	--------------------

<u>PROVEEDORES</u>	<u>\$ 3,325.89</u>
--------------------	--------------------

JYM Lotificaciones, S. A. de C. V	\$ 46.98
-----------------------------------	----------

Chemical Color, S. A. de C. V.	\$ 2,613.11
--------------------------------	-------------

Table Mas S. A. de C. V.	\$ 200.84
--------------------------	-----------

H & C Internacional, S. A: de C. V.	\$ 355.23
-------------------------------------	-----------

Agrolac, S. A. de C. V.	<u>\$ 109.73</u>
-------------------------	------------------

FERRETERIA RUDY
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2024

VENTAS \$ 139,200.74

Menos:

COSTO DE VENTA \$ 127,014.23

Inventario Inicial \$ 26,055.14

Compras \$ 115,509.09

\$ 141,564.23

Inventario Final \$ 14,550.00

UTILIDAD BRUTA \$ 12,186.51

Menos:

GASTOS DE OPERACIÓN \$ 1,201.68

Gastos de Administración \$ 1,176.73

Gastos de Venta \$ 16.46

Gastos Financieros \$ 8.49

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO \$ 10,984.83

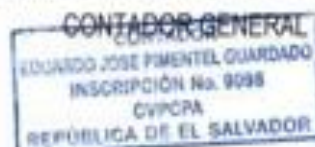
Impuesto s/Renta \$ 1,088.39

UTILIDAD DEL EJERCICIO \$ 9,896.44


RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
PROPIETARIO




EDUARDO JOSE PIMENTEL GUARDADO



FERRETERIA RUDY

RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA

ANEXO AL ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2024

<u>COMPRAS</u>	<u>\$ 115,509.09</u>
----------------	----------------------

<u>GASTOS DE ADMINISTRACION</u>	<u>\$ 1,176.73</u>
---------------------------------	--------------------

Honorarios	\$ 445.62
Impuestos Municipales	\$ 446.71
Depreciaciones	\$ 190.20
Mantenimiento de Equipo de Transporte	<u>\$ 94.20</u>

<u>GASTOS DE VENTA</u>	<u>\$ 16.46</u>
------------------------	-----------------

Combustibles y Lubricantes	<u>\$ 16.46</u>
----------------------------	-----------------

<u>GASTOS FINANCIEROS</u>	<u>\$ 8.49</u>
---------------------------	----------------

Gastos Bancarios	
------------------	--

<u>VENTAS</u>	<u>\$ 139,200.74</u>
---------------	----------------------

Anexo No. 16 Planilla de colaboradores

EMPLEADOS			
NOMBRE	CARGO	SALARIO	BONIFICACION
Daniel Sebastián Larios Contreras	Encargado de tienda (Casa Matriz)	\$450.00	Por meta de venta
Andy Josué Méndez Contreras	Vendedor (Casa Matriz)	\$365.00	Por meta de venta
Walter Moisés Pérez	Vendedor (Casa Matriz)	\$365.00	Por meta de venta
Gabriela Patricia Chávez	Vendedor (Casa Matriz)	\$365.00	Por meta de venta
Oscar Ulises Quintanilla	Encargado de tienda (Cima III)	\$450.00	Por meta de venta
José David González	Vendedor (Cima III)	\$365.00	Por meta de venta
Rodolfo Emmanuel Cortez	Vendedor (Cima III)	\$365.00	Por meta de venta
Oscar de Jesús Peña	Bodeguero	\$365.00	
Rodolfo Alfonso Contreras Córdova	Gerente general	\$1,500	

Anexo No. 17 Filosofía de Ferretería Rudy

FERRETERIA RUDY

VISIÓN

Ser una ferretería líder en la comercialización de materiales para la construcción, decoración y creaciones de nuestros clientes, ofreciéndoles precio accesibles y estándares de calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.

MISIÓN

Proporcionar a nuestros clientes los materiales necesarios para la construcción y decoración para todo tipo de inmuebles con precios competitivos y el mejor servicio a través del personal altamente calificado.

VALORES

- Calidad: Brindar productos y un excelente servicio cumpliendo los estándares que garanticen a nuestros clientes seguridad y confianza.
- Honestidad: Cumplir con los compromisos y actuar con sinceridad en cada una de nuestras acciones y responsabilidades.
- Confianza: La capacidad que tenemos para realizar los acuerdos con nuestros clientes.
- Respeto: El buen trato que brindamos al interactuar con las personas que nos visitan.

Anexo No 18 Ilustración Publicación en Facebook Ferretería Rudy



Anexo No 19 Ilustración publicación en Facebook Ferretería Rudy

**Ferretería Rudy**

6 ene 2023 · 🌐

¡Para que puedas empezar el año nuevo con pie derecho, te traemos una super promoción de pintura Megacolor!

Incluye:

- ✓ Un rodillo con bandeja
- ✓ Cubeta de pintura base de agua.
- ✓ Galón de pintura base de agua.... [Ver más](#)



AQUI TENEMOS LA PINTURA PARA AÑO NUEVO

PROMOCIÓN.
Cubeta de agua + Galón de Pintura+ Rodillo
\$38.50

Ferretería Rudy
Lo mejor para el hogar

[f](#) Ferretería Rudy [ig](#) ferreteria.rudy_

Anexo No 20 Ilustración Brochure

FERRETERIA RUDY

LO MEJOR PARA EL HOGAR
DETALLE Y MAYOREO
ADEMAS SOMOS DISTRIBUIDORES
DE PINTURA MEGACOLOR



¡TE OFRECEMOS LO MEJOR!

- ✓ Material Eléctrico
- ✓ Fontanería
- ✓ Pintura y Diluyentes
- ✓ Madera
- ✓ Herramientas
- ✓ Clavos y Tornillos
- ✓ Otros.



ESTAMOS UBICADOS:

COTIZA CON NOSOTROS, SERÁ UN PLACER ATENDERTE
7648-9113  • **6103-8707** 

Fuente: Elaboración por equipo de investigación

Anexo No. 21 Cuadro población del Barrio San Jacinto Año 2024

Centro poblacional	Habitantes	N.º Familias
Residencial San Ernesto	180	60
Reparto Costa Rica	75	25
Residencial Altura de Holanda 2º Etapa	102	34
Residencial San José	51	17
Condominios Holanda 2000	110	35
Reparto Santa Clara (Col. Costa Rica)	15	5
Reparto Santa Marta Pasaje Santa Ana (Col. Costa Rica)	100	25
Condominio Las Arboledas	384	128
Reparto Santa Rosa	36	12
Condominio Génova	120	36
Condominio San Martín	130	23
Condominio San Diego	230	62
Condominio Novel	114	38
Condominio San Francisco	300	70
Residencial San Jacinto	50	10
Condominio Pórtico San Jacinto	48	16
Condominio Palmeras	40	13
Condominio Barcelona	32	8
Condominio San Julián	82	27
Condominio Las Vegas	150	35
Condominio Los Diplomáticos	65	18
Colonia Esmeralda	870	290
Colonia Menjívar	520	130
Colonia Santa Carlota 3	1,840	460
Colonia Buenos Aires	2,500	625
Pórticos de San Jacinto	60	15
Villa de Santa Clara	100	25
Colonia Santa Carlota 1 y 2	1,000	250
Colonia Santa Carlota 4	120	26

Colonia Gallegos 1	460	115
Colonia Davidson	182	45
Colonia Harrison step	900	270
Colonia El Carmen	1,800	450
Comunidad Tiembla Tierra	220	75
Comunidad Cuscatlán	192	48
Comunidad Santa Carlota	78	26
Comunidad Ojos de Agua	250	81
Comunidad Felipe Soto	70	18
Urbanización Guerrero 2	240	70
Lotificación San Martin	198	68
Mesón Josefina	31	12
Condominio Hábitat El Carmen	180	48
Condominio Villas Miranda	100	28
Residencial Jardín de la Vega	840	210
Condominio Apartamentos La Vega	38	10
Pasaje Julia Isabel Quinta Mansión	99	36
Residencial Las Mercedes	128	32
Condominio Los Ángeles	75	75
Residencial Las Acacias	305	67
Condominio San Jorge	80	18
Pasaje Letona	176	44
Condominio Las Acacias	60	60
Calle Las Oscuranas	480	120
Altos de la Vega	28	7
Comunidad San Francisco	1,006	260
Comunidad Roque Amalla	128	43
Pasaje Las Mercedes	72	14
Colonia las Margaritas	415	167
Colonia Florida	331	74
Colonia Altos de Miraflores	342	95
Colonia Miraflores Zona Baja	501	167

Colonia Miraflores	1,892	473
Residencial Cumbres de San Margarita	293	137
Residencial El Tejar	59	27
Urbanización Miraflores 2	147	63
Pasaje 21	67	32
Condominios El Milagro 1	116	51
Condominios El Milagro 2	95	54
Condominio Santa Marta Bella Vista	1,015	310
Condominios Flor de María	42	27
Condominio Santa Marta	968	270
Condominio El Tejar 1	940	235
Condominio El Tejar 2	204	51
Condominios Jerusalén	95	33
Condominios Altos de Santa Marta 1	290	96
Condominios Altos de Santa Marta 2	369	123
Comunidad El Arenal	54	17
Comunidad La Esperanza	93	41
Comunidad 10 de octubre	125	63
Comunidad EL Milagro	315	105
Pasaje 21 Los Almendros	46	23
Reparto Santa Marta 1ª Etapa	711	237
Reparto Santa Marta 2ª Etapa	2,691	897
Reparto Santa Marta #1	669	223
Reparto Cuscatlán	415	127
Reparto Las Castillejas 1 y 2	414	138
Reparto Fray Martin de Porres	159	50
Comunidad El Campito	200	65
Comunidad américa	70	25
Urbanización Las Conchas	2,500	500
Comunidad El Oyó	25	4
Comunidad San Antonio	40	12
Colonia Benjamín Orosco	250	85

Residencial San Jacinto Oriente	250	80
Residencial Terranova	2,500	350
Comunidad Novo américa	80	40
Condominio Santa Rita	95	40
Condominio Altos de américa	2,000	370
Colonia América Pasaje San Luis	70	20
Colonia América Pasaje Santo Domingo	300	100
Colonia América Pasaje Providencia	80	30
Colonia América Pasaje Alarcón	40	20
Colonia América Pasaje Marengo	27	10
Colonia Militar	250	70
Colonia Monte Cristo	200	50
Residencial Monte Cristo	250	50
Residencial Altamira	100	40
Residencial Linda Vista	68	17
Condominio Las Conchas	150	44
Condominio Residencial San Jacinto (Loma Alta)	300	150
Condominio Jardines de San Jacinto	120	40
Condominio Terranova	88	22
Comunidad Terranova	48	12
Condominio Residencial américa	4	1
Residencial américa	50	15
Residencial Las Palmas	40	10
Quinta Figueroa	200	72
Colonia Tablas Mineros Pasaje San Jacinto	21	5
Residencial Las Mercedes	24	7
Residencial Arcos de San Jacinto 1	150	50
Residencial Arcos de San Jacinto 2	240	60
Brisas de San Jacinto	500	100
Altos de San Roque	900	200
Colonia Buena Vista	3,300	600
Colonia Posada	250	50

Reparto Santa Clara Sur	2,375	500
Colonia Manzano	3,500	550
Reparto Jaime	270	67
Residencial Mexicali	228	57
Residencial EL Porvenir	280	70
Pasaje Arango	140	30
Condominio Marconi	200	40
Condominio San Francisco	160	40
Condominio Manzano	150	30
Condominio Xcumcane	180	50
Mesón Cataluña	40	8
Condominio Cataluña	45	15
Residencial Villa Santa Clara	353	37
Mesón San Sebastián	40	10
Condominio Vista del Cerro	320	80
Condominio Flor de Ioto	180	45
TOTAL	55,954	14,319

Fuente: información brindada por Distrito 5 de la Alcaldía de San Salvador Centro.

Anexo No 22 Forma de desembolso préstamo CAMETRO 2023

CAJA DE CRÉDITO METROPOLITANA

SAN SALVADOR, DIECIOCHO DE DICIEMBRE DEL AÑO DOS MIL VEINTITRES

N° Préstamo	036200054340
Cliente	94542

Estimado señor:
RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA

Tenemos el agrado de comunicarle que su solicitud de crédito ha sido aprobada en Nivel 2 Sesión de fecha 15-12-23 bajo las condiciones siguientes:

Monto: \$5,500.00
Plazo: 360 DIAS
Destino: CAPITAL DE TRABAJO PARA FERRETERIA
Tasa de interés corriente: 3.58% MENSUAL
Tasa de interés moratorio: 5%
Fuente de fondos: PROPIOS
Fecha y forma de retiro: 18-12-23 DEPOSITO EN CUENTA DE AHORRO 620301-023463
Forma de pago: MENSUAL

Garantía:

AHORROS ACUMULADOS POR \$ 4,580.68

Para su información el desembolso se detallara de la siguiente manera:

SERVICIOS JURIDICOS	\$	10.00
	\$	
TOTAL	\$	10.00

CONDICIONES GENERALES DEL CREDITO:

SEGUROS:

- A) El Deudor declara que no ha sido objeto de imposición, de parte de la Caja para suscribir con la compañía SISA VIDA la póliza de seguro de deuda decreciente colectiva VIDA-501055 (siempre que cumpla con los requisitos de asegurabilidad de la póliza) que cubre los saldos insolutos del monto original, que se refiere ésta escritura, por lo que libera y exonera a la Caja de toda responsabilidad derivada de la aplicación del Artículo veinte literal a) de la Ley de Protección al Consumidor.

OTRAS CONDICIONES:

- A) Permitir que el Personal asignado por la Caja, verifique el destino del préstamo concedido. Dicha verificación podrá realizarse incluso mediante empresas o personas designadas para ello o por cualquier autoridad gubernamental competente que lo requiera.
- B) Autorizar a la Caja a investigar por cualquier medio lícito, su historial crediticio.
- C) Corren por cuenta del deudor, los honorarios y gastos que genere la elaboración de este contrato, así como los de su cancelación y cuantos otros hiciere "LA CAJA" en el cobro Judicial del presente crédito, inclusive los llamados gastos personales, aunque no fuere condenado en costas. También reconoce como obligaciones personales, el cobro administrativo hasta un 20% sobre el monto de capital en mora recuperado, quedando entendido que este recargo no tendrá efecto mientras el préstamo se encuentre al día.
- D) La aprobación y comunicación del crédito-aquí ofertado no compromete ni obliga a la CAJA a formalizarla de manera automática. El Deudor, declara que comprende que la operación que aquí se aprueba, así como su formalización y

PLAZA CENTRO

Anexo No 23 amortización de préstamo CAMETRO para inversión inicial a ferretería

Rudy

DATOS PRESTAMOS CAMETRO	
VALOR TOTAL DEL PRESTAMO	\$42,717.00
TASA DE INTERES MENSUAL	3.58%
TIEMPO AÑO	10
N.º CUOTAS	120

CUADRO DE AMORTIZACION DE PRESTAMO CAMETRO S.A DE C.V					
N.º	CUOTA	CAPITAL	INTERESES	SALDO	
0				\$	42,717.00
1	\$ 1,552.06	\$ 22.79	\$ 1,529.27	\$	42,694.21
2	\$ 1,552.06	\$ 23.61	\$ 1,528.45	\$	42,670.60
3	\$ 1,552.06	\$ 24.45	\$ 1,527.61	\$	42,646.14
4	\$ 1,552.06	\$ 25.33	\$ 1,526.73	\$	42,620.81
5	\$ 1,552.06	\$ 26.24	\$ 1,525.83	\$	42,594.58
6	\$ 1,552.06	\$ 27.18	\$ 1,524.89	\$	42,567.40
7	\$ 1,552.06	\$ 28.15	\$ 1,523.91	\$	42,539.25
8	\$ 1,552.06	\$ 29.16	\$ 1,522.91	\$	42,510.10
9	\$ 1,552.06	\$ 30.20	\$ 1,521.86	\$	42,479.90
10	\$ 1,552.06	\$ 31.28	\$ 1,520.78	\$	42,448.62
11	\$ 1,552.06	\$ 32.40	\$ 1,519.66	\$	42,416.22
12	\$ 1,552.06	\$ 33.56	\$ 1,518.50	\$	42,382.65
13	\$ 1,552.06	\$ 34.76	\$ 1,517.30	\$	42,347.89
14	\$ 1,552.06	\$ 36.01	\$ 1,516.05	\$	42,311.88
15	\$ 1,552.06	\$ 37.30	\$ 1,514.77	\$	42,274.59
16	\$ 1,552.06	\$ 38.63	\$ 1,513.43	\$	42,235.96
17	\$ 1,552.06	\$ 40.01	\$ 1,512.05	\$	42,195.94
18	\$ 1,552.06	\$ 41.45	\$ 1,510.61	\$	42,154.50
19	\$ 1,552.06	\$ 42.93	\$ 1,509.13	\$	42,111.57
20	\$ 1,552.06	\$ 44.47	\$ 1,507.59	\$	42,067.10
21	\$ 1,552.06	\$ 46.06	\$ 1,506.00	\$	42,021.04
22	\$ 1,552.06	\$ 47.71	\$ 1,504.35	\$	41,973.33
23	\$ 1,552.06	\$ 49.42	\$ 1,502.65	\$	41,923.91
24	\$ 1,552.06	\$ 51.19	\$ 1,500.88	\$	41,872.73

25	\$	1,552.06	\$	53.02	\$	1,499.04	\$	41,819.71
26	\$	1,552.06	\$	54.92	\$	1,497.15	\$	41,764.80
27	\$	1,552.06	\$	56.88	\$	1,495.18	\$	41,707.91
28	\$	1,552.06	\$	58.92	\$	1,493.14	\$	41,649.00
29	\$	1,552.06	\$	61.03	\$	1,491.03	\$	41,587.97
30	\$	1,552.06	\$	63.21	\$	1,488.85	\$	41,524.76
31	\$	1,552.06	\$	65.48	\$	1,486.59	\$	41,459.28
32	\$	1,552.06	\$	67.82	\$	1,484.24	\$	41,391.46
33	\$	1,552.06	\$	70.25	\$	1,481.81	\$	41,321.21
34	\$	1,552.06	\$	72.76	\$	1,479.30	\$	41,248.45
35	\$	1,552.06	\$	75.37	\$	1,476.69	\$	41,173.08
36	\$	1,552.06	\$	78.07	\$	1,474.00	\$	41,095.02
37	\$	1,552.06	\$	80.86	\$	1,471.20	\$	41,014.16
38	\$	1,552.06	\$	83.75	\$	1,468.31	\$	40,930.41
39	\$	1,552.06	\$	86.75	\$	1,465.31	\$	40,843.65
40	\$	1,552.06	\$	89.86	\$	1,462.20	\$	40,753.79
41	\$	1,552.06	\$	93.08	\$	1,458.99	\$	40,660.72
42	\$	1,552.06	\$	96.41	\$	1,455.65	\$	40,564.31
43	\$	1,552.06	\$	99.86	\$	1,452.20	\$	40,464.45
44	\$	1,552.06	\$	103.43	\$	1,448.63	\$	40,361.02
45	\$	1,552.06	\$	107.14	\$	1,444.92	\$	40,253.88
46	\$	1,552.06	\$	110.97	\$	1,441.09	\$	40,142.91
47	\$	1,552.06	\$	114.95	\$	1,437.12	\$	40,027.96
48	\$	1,552.06	\$	119.06	\$	1,433.00	\$	39,908.90
49	\$	1,552.06	\$	123.32	\$	1,428.74	\$	39,785.58
50	\$	1,552.06	\$	127.74	\$	1,424.32	\$	39,657.84
51	\$	1,552.06	\$	132.31	\$	1,419.75	\$	39,525.53
52	\$	1,552.06	\$	137.05	\$	1,415.01	\$	39,388.48
53	\$	1,552.06	\$	141.95	\$	1,410.11	\$	39,246.53
54	\$	1,552.06	\$	147.04	\$	1,405.03	\$	39,099.49
55	\$	1,552.06	\$	152.30	\$	1,399.76	\$	38,947.19
56	\$	1,552.06	\$	157.75	\$	1,394.31	\$	38,789.44
57	\$	1,552.06	\$	163.40	\$	1,388.66	\$	38,626.04
58	\$	1,552.06	\$	169.25	\$	1,382.81	\$	38,456.79
59	\$	1,552.06	\$	175.31	\$	1,376.75	\$	38,281.48
60	\$	1,552.06	\$	181.58	\$	1,370.48	\$	38,099.90
61	\$	1,552.06	\$	188.09	\$	1,363.98	\$	37,911.81
62	\$	1,552.06	\$	194.82	\$	1,357.24	\$	37,716.99
63	\$	1,552.06	\$	201.79	\$	1,350.27	\$	37,515.20
64	\$	1,552.06	\$	209.02	\$	1,343.04	\$	37,306.18
65	\$	1,552.06	\$	216.50	\$	1,335.56	\$	37,089.68
66	\$	1,552.06	\$	224.25	\$	1,327.81	\$	36,865.43
67	\$	1,552.06	\$	232.28	\$	1,319.78	\$	36,633.15

68	\$	1,552.06	\$	240.59	\$	1,311.47	\$	36,392.56
69	\$	1,552.06	\$	249.21	\$	1,302.85	\$	36,143.35
70	\$	1,552.06	\$	258.13	\$	1,293.93	\$	35,885.22
71	\$	1,552.06	\$	267.37	\$	1,284.69	\$	35,617.85
72	\$	1,552.06	\$	276.94	\$	1,275.12	\$	35,340.91
73	\$	1,552.06	\$	286.86	\$	1,265.20	\$	35,054.05
74	\$	1,552.06	\$	297.13	\$	1,254.94	\$	34,756.93
75	\$	1,552.06	\$	307.76	\$	1,244.30	\$	34,449.16
76	\$	1,552.06	\$	318.78	\$	1,233.28	\$	34,130.38
77	\$	1,552.06	\$	330.19	\$	1,221.87	\$	33,800.19
78	\$	1,552.06	\$	342.01	\$	1,210.05	\$	33,458.17
79	\$	1,552.06	\$	354.26	\$	1,197.80	\$	33,103.91
80	\$	1,552.06	\$	366.94	\$	1,185.12	\$	32,736.97
81	\$	1,552.06	\$	380.08	\$	1,171.98	\$	32,356.89
82	\$	1,552.06	\$	393.68	\$	1,158.38	\$	31,963.21
83	\$	1,552.06	\$	407.78	\$	1,144.28	\$	31,555.43
84	\$	1,552.06	\$	422.38	\$	1,129.68	\$	31,133.05
85	\$	1,552.06	\$	437.50	\$	1,114.56	\$	30,695.56
86	\$	1,552.06	\$	453.16	\$	1,098.90	\$	30,242.39
87	\$	1,552.06	\$	469.38	\$	1,082.68	\$	29,773.01
88	\$	1,552.06	\$	486.19	\$	1,065.87	\$	29,286.82
89	\$	1,552.06	\$	503.59	\$	1,048.47	\$	28,783.23
90	\$	1,552.06	\$	521.62	\$	1,030.44	\$	28,261.61
91	\$	1,552.06	\$	540.30	\$	1,011.77	\$	27,721.31
92	\$	1,552.06	\$	559.64	\$	992.42	\$	27,161.67
93	\$	1,552.06	\$	579.67	\$	972.39	\$	26,582.00
94	\$	1,552.06	\$	600.43	\$	951.64	\$	25,981.57
95	\$	1,552.06	\$	621.92	\$	930.14	\$	25,359.65
96	\$	1,552.06	\$	644.19	\$	907.88	\$	24,715.47
97	\$	1,552.06	\$	667.25	\$	884.81	\$	24,048.22
98	\$	1,552.06	\$	691.14	\$	860.93	\$	23,357.08
99	\$	1,552.06	\$	715.88	\$	836.18	\$	22,641.21
100	\$	1,552.06	\$	741.51	\$	810.56	\$	21,899.70
101	\$	1,552.06	\$	768.05	\$	784.01	\$	21,131.65
102	\$	1,552.06	\$	795.55	\$	756.51	\$	20,336.10
103	\$	1,552.06	\$	824.03	\$	728.03	\$	19,512.07
104	\$	1,552.06	\$	853.53	\$	698.53	\$	18,658.54
105	\$	1,552.06	\$	884.09	\$	667.98	\$	17,774.45
106	\$	1,552.06	\$	915.74	\$	636.33	\$	16,858.72
107	\$	1,552.06	\$	948.52	\$	603.54	\$	15,910.20
108	\$	1,552.06	\$	982.48	\$	569.59	\$	14,927.72
109	\$	1,552.06	\$	1,017.65	\$	534.41	\$	13,910.07
110	\$	1,552.06	\$	1,054.08	\$	497.98	\$	12,855.99

111	\$	1,552.06	\$	1,091.82	\$	460.24	\$	11,764.17
112	\$	1,552.06	\$	1,130.90	\$	421.16	\$	10,633.27
113	\$	1,552.06	\$	1,171.39	\$	380.67	\$	9,461.88
114	\$	1,552.06	\$	1,213.33	\$	338.74	\$	8,248.55
115	\$	1,552.06	\$	1,256.76	\$	295.30	\$	6,991.79
116	\$	1,552.06	\$	1,301.76	\$	250.31	\$	5,690.03
117	\$	1,552.06	\$	1,348.36	\$	203.70	\$	4,341.68
118	\$	1,552.06	\$	1,396.63	\$	155.43	\$	2,945.05
119	\$	1,552.06	\$	1,446.63	\$	105.43	\$	1,498.42
120	\$	1,552.06	\$	1,498.42	\$	53.64	\$	0.00

Anexo No 24 Amortización de préstamo Banco Azul

BancoAzul
 de El Salvador

Banco Azul de El Salvador
 SV0010412 Ag StaElena2

A.ALEJO/1203

Fecha : 29/11/2025 10:25:37
 No Referencia : FT25333YLKBR
 Nom. Cliente : RODOLFO ALFONSO CONTRERAS CORDOVA
 Cta. Prestamo : 10000002456549

Tasa de Interes: 16%
 Tasa Mora : 5%
 Monto Prestamo : USD 30,000.00

Seg.Vida Pr.....USD 0.00
 Seg.Daño Pr.....USD 0.00
 Iva Seg. Daño Pr USD 0.00
 Interes Pr.....USD 0.00
 Seg.Vida.....USD 16.50
 Seg.Daño.....USD 0.00
 Saldo Anterior...USD 19177.57

Iva Seg. Daño...USD 0.00
 Int Moratorio...USD 0.00
 Int Corrientes...USD 252.20
 Abono a Capital USD 611.30
 Otros Cargos....USD 0.00
 Total Pagado....USD 880.00
 Saldo Actual....USD 18,566.27

Efectivo: USD 880.00 Ch.Ajeno USD: 0.00 Ch.Propio USD: 0.00
 Concepto: CUOTA

RECIBIDO
 29 NOV. 2025
 AGENCIA AZUL SANTA ELENA
 CAJA 12-03

COPIA - CLIENTE

Datos Prestamos Banco Azul De El Salvador

Valor Total Del Préstamo	\$	42,717.00
Tasa De interés Anual		16.00%
Tiempo Año		10
N.º CUOTAS		120

Cuadro de amortización anual banco azul de el salvador

N.º	Cuota	Capital	Intereses	Saldo
0				\$ 42,717.00
1	\$ 8,586.79	\$ 1,886.44	\$ 6,700.35	\$ 40,830.56
2	\$ 8,586.79	\$ 2,211.42	\$ 6,375.37	\$ 38,619.14
3	\$ 8,586.79	\$ 2,592.38	\$ 5,994.41	\$ 36,026.76
4	\$ 8,586.79	\$ 3,038.97	\$ 5,547.82	\$ 32,987.79
5	\$ 8,586.79	\$ 3,562.50	\$ 5,024.29	\$ 29,425.29
6	\$ 8,586.79	\$ 4,176.21	\$ 4,410.58	\$ 25,249.07
7	\$ 8,586.79	\$ 4,895.65	\$ 3,691.14	\$ 20,353.42
8	\$ 8,586.79	\$ 5,739.03	\$ 2,847.76	\$ 14,614.39
9	\$ 8,586.79	\$ 6,727.70	\$ 1,859.09	\$ 7,886.69
10	\$ 8,586.79	\$ 7,886.69	\$ 700.10	\$ 0.00

Cuadro de amortización mensual de préstamo Banco Azul De El Salvador							
N.º	Cuota		Capital		Intereses		Saldo
0							\$ 42,717.00
1	\$	715.57	\$	146.01	\$	569.56	\$ 42,570.99
2	\$	715.57	\$	147.95	\$	567.61	\$ 42,423.04
3	\$	715.57	\$	149.93	\$	565.64	\$ 42,273.12
4	\$	715.57	\$	151.92	\$	563.64	\$ 42,121.19
5	\$	715.57	\$	153.95	\$	561.62	\$ 41,967.24
6	\$	715.57	\$	156.00	\$	559.56	\$ 41,811.24
7	\$	715.57	\$	158.08	\$	557.48	\$ 41,653.16
8	\$	715.57	\$	160.19	\$	555.38	\$ 41,492.97
9	\$	715.57	\$	162.33	\$	553.24	\$ 41,330.64
10	\$	715.57	\$	164.49	\$	551.08	\$ 41,166.15
11	\$	715.57	\$	166.68	\$	548.88	\$ 40,999.47
12	\$	715.57	\$	168.91	\$	546.66	\$ 40,830.56
13	\$	715.57	\$	171.16	\$	544.41	\$ 40,659.40
14	\$	715.57	\$	173.44	\$	542.13	\$ 40,485.96
15	\$	715.57	\$	175.75	\$	539.81	\$ 40,310.21
16	\$	715.57	\$	178.10	\$	537.47	\$ 40,132.11
17	\$	715.57	\$	180.47	\$	535.09	\$ 39,951.64
18	\$	715.57	\$	182.88	\$	532.69	\$ 39,768.76
19	\$	715.57	\$	185.32	\$	530.25	\$ 39,583.45
20	\$	715.57	\$	187.79	\$	527.78	\$ 39,395.66
21	\$	715.57	\$	190.29	\$	525.28	\$ 39,205.37
22	\$	715.57	\$	192.83	\$	522.74	\$ 39,012.54
23	\$	715.57	\$	195.40	\$	520.17	\$ 38,817.14
24	\$	715.57	\$	198.00	\$	517.56	\$ 38,619.14
25	\$	715.57	\$	200.64	\$	514.92	\$ 38,418.50
26	\$	715.57	\$	203.32	\$	512.25	\$ 38,215.18
27	\$	715.57	\$	206.03	\$	509.54	\$ 38,009.15
28	\$	715.57	\$	208.78	\$	506.79	\$ 37,800.37
29	\$	715.57	\$	211.56	\$	504.00	\$ 37,588.81
30	\$	715.57	\$	214.38	\$	501.18	\$ 37,374.43
31	\$	715.57	\$	217.24	\$	498.33	\$ 37,157.19
32	\$	715.57	\$	220.14	\$	495.43	\$ 36,937.05
33	\$	715.57	\$	223.07	\$	492.49	\$ 36,713.98
34	\$	715.57	\$	226.05	\$	489.52	\$ 36,487.93
35	\$	715.57	\$	229.06	\$	486.51	\$ 36,258.87
36	\$	715.57	\$	232.11	\$	483.45	\$ 36,026.76
37	\$	715.57	\$	235.21	\$	480.36	\$ 35,791.55
38	\$	715.57	\$	238.35	\$	477.22	\$ 35,553.21

39	\$	715.57	\$	241.52	\$	474.04	\$	35,311.68
40	\$	715.57	\$	244.74	\$	470.82	\$	35,066.94
41	\$	715.57	\$	248.01	\$	467.56	\$	34,818.93
42	\$	715.57	\$	251.31	\$	464.25	\$	34,567.62
43	\$	715.57	\$	254.66	\$	460.90	\$	34,312.95
44	\$	715.57	\$	258.06	\$	457.51	\$	34,054.89
45	\$	715.57	\$	261.50	\$	454.07	\$	33,793.39
46	\$	715.57	\$	264.99	\$	450.58	\$	33,528.41
47	\$	715.57	\$	268.52	\$	447.05	\$	33,259.89
48	\$	715.57	\$	272.10	\$	443.47	\$	32,987.79
49	\$	715.57	\$	275.73	\$	439.84	\$	32,712.06
50	\$	715.57	\$	279.41	\$	436.16	\$	32,432.65
51	\$	715.57	\$	283.13	\$	432.44	\$	32,149.52
52	\$	715.57	\$	286.91	\$	428.66	\$	31,862.62
53	\$	715.57	\$	290.73	\$	424.83	\$	31,571.89
54	\$	715.57	\$	294.61	\$	420.96	\$	31,277.28
55	\$	715.57	\$	298.54	\$	417.03	\$	30,978.74
56	\$	715.57	\$	302.52	\$	413.05	\$	30,676.23
57	\$	715.57	\$	306.55	\$	409.02	\$	30,369.68
58	\$	715.57	\$	310.64	\$	404.93	\$	30,059.04
59	\$	715.57	\$	314.78	\$	400.79	\$	29,744.26
60	\$	715.57	\$	318.98	\$	396.59	\$	29,425.29
61	\$	715.57	\$	323.23	\$	392.34	\$	29,102.06
62	\$	715.57	\$	327.54	\$	388.03	\$	28,774.52
63	\$	715.57	\$	331.91	\$	383.66	\$	28,442.61
64	\$	715.57	\$	336.33	\$	379.23	\$	28,106.28
65	\$	715.57	\$	340.82	\$	374.75	\$	27,765.47
66	\$	715.57	\$	345.36	\$	370.21	\$	27,420.11
67	\$	715.57	\$	349.96	\$	365.60	\$	27,070.14
68	\$	715.57	\$	354.63	\$	360.94	\$	26,715.51
69	\$	715.57	\$	359.36	\$	356.21	\$	26,356.15
70	\$	715.57	\$	364.15	\$	351.42	\$	25,992.00
71	\$	715.57	\$	369.01	\$	346.56	\$	25,623.00
72	\$	715.57	\$	373.93	\$	341.64	\$	25,249.07
73	\$	715.57	\$	378.91	\$	336.65	\$	24,870.16
74	\$	715.57	\$	383.96	\$	331.60	\$	24,486.20
75	\$	715.57	\$	389.08	\$	326.48	\$	24,097.11
76	\$	715.57	\$	394.27	\$	321.29	\$	23,702.84
77	\$	715.57	\$	399.53	\$	316.04	\$	23,303.32
78	\$	715.57	\$	404.85	\$	310.71	\$	22,898.46
79	\$	715.57	\$	410.25	\$	305.31	\$	22,488.21

80	\$	715.57	\$	415.72	\$	299.84	\$	22,072.48
81	\$	715.57	\$	421.27	\$	294.30	\$	21,651.22
82	\$	715.57	\$	426.88	\$	288.68	\$	21,224.34
83	\$	715.57	\$	432.57	\$	282.99	\$	20,791.76
84	\$	715.57	\$	438.34	\$	277.22	\$	20,353.42
85	\$	715.57	\$	444.19	\$	271.38	\$	19,909.23
86	\$	715.57	\$	450.11	\$	265.46	\$	19,459.12
87	\$	715.57	\$	456.11	\$	259.45	\$	19,003.01
88	\$	715.57	\$	462.19	\$	253.37	\$	18,540.82
89	\$	715.57	\$	468.35	\$	247.21	\$	18,072.46
90	\$	715.57	\$	474.60	\$	240.97	\$	17,597.86
91	\$	715.57	\$	480.93	\$	234.64	\$	17,116.94
92	\$	715.57	\$	487.34	\$	228.23	\$	16,629.60
93	\$	715.57	\$	493.84	\$	221.73	\$	16,135.76
94	\$	715.57	\$	500.42	\$	215.14	\$	15,635.34
95	\$	715.57	\$	507.09	\$	208.47	\$	15,128.24
96	\$	715.57	\$	513.86	\$	201.71	\$	14,614.39
97	\$	715.57	\$	520.71	\$	194.86	\$	14,093.68
98	\$	715.57	\$	527.65	\$	187.92	\$	13,566.03
99	\$	715.57	\$	534.69	\$	180.88	\$	13,031.34
100	\$	715.57	\$	541.81	\$	173.75	\$	12,489.53
101	\$	715.57	\$	549.04	\$	166.53	\$	11,940.49
102	\$	715.57	\$	556.36	\$	159.21	\$	11,384.13
103	\$	715.57	\$	563.78	\$	151.79	\$	10,820.35
104	\$	715.57	\$	571.29	\$	144.27	\$	10,249.06
105	\$	715.57	\$	578.91	\$	136.65	\$	9,670.15
106	\$	715.57	\$	586.63	\$	128.94	\$	9,083.52
107	\$	715.57	\$	594.45	\$	121.11	\$	8,489.06
108	\$	715.57	\$	602.38	\$	113.19	\$	7,886.69
109	\$	715.57	\$	610.41	\$	105.16	\$	7,276.28
110	\$	715.57	\$	618.55	\$	97.02	\$	6,657.73
111	\$	715.57	\$	626.80	\$	88.77	\$	6,030.93
112	\$	715.57	\$	635.15	\$	80.41	\$	5,395.78
113	\$	715.57	\$	643.62	\$	71.94	\$	4,752.16
114	\$	715.57	\$	652.20	\$	63.36	\$	4,099.95
115	\$	715.57	\$	660.90	\$	54.67	\$	3,439.05
116	\$	715.57	\$	669.71	\$	45.85	\$	2,769.34
117	\$	715.57	\$	678.64	\$	36.92	\$	2,090.70
118	\$	715.57	\$	687.69	\$	27.88	\$	1,403.01
119	\$	715.57	\$	696.86	\$	18.71	\$	706.15
120	\$	715.57	\$	706.15	\$	9.42	\$	0.00

Anexo No 25 amortización de préstamo Banco Cuscatlán

Datos Prestamos Banco Cuscatlán		
Valor Total Del Préstamo	\$	42,717.00
Tasa De interés Anual		9.50%
Tiempo Año		10
No. Cuotas		120

Cuadro de amortización de banco Cuscatlán					
N.º	Cuota	Capital	Intereses		Saldo
0				\$	42,717.00
1	\$ 6,632.97	\$ 2,689.98	\$ 3,942.99	\$	40,027.02
2	\$ 6,632.97	\$ 2,956.96	\$ 3,676.02	\$	37,070.06
3	\$ 6,632.97	\$ 3,250.43	\$ 3,382.54	\$	33,819.64
4	\$ 6,632.97	\$ 3,573.02	\$ 3,059.95	\$	30,246.62
5	\$ 6,632.97	\$ 3,927.64	\$ 2,705.33	\$	26,318.98
6	\$ 6,632.97	\$ 4,317.44	\$ 2,315.53	\$	22,001.53
7	\$ 6,632.97	\$ 4,745.94	\$ 1,887.03	\$	17,255.59
8	\$ 6,632.97	\$ 5,216.96	\$ 1,416.01	\$	12,038.63
9	\$ 6,632.97	\$ 5,734.74	\$ 898.24	\$	6,303.89
10	\$ 6,632.97	\$ 6,303.89	\$ 329.08	\$	-0.00

Cuadro de amortización de préstamo banco Cuscatlán					
N.º	Cuota	Capital	Intereses		Saldo
0				\$	42,717.00
1	\$ 552.75	\$ 214.57	\$ 338.18	\$	42,502.43
2	\$ 552.75	\$ 216.27	\$ 336.48	\$	42,286.16
3	\$ 552.75	\$ 217.98	\$ 334.77	\$	42,068.18
4	\$ 552.75	\$ 219.71	\$ 333.04	\$	41,848.47
5	\$ 552.75	\$ 221.45	\$ 331.30	\$	41,627.02
6	\$ 552.75	\$ 223.20	\$ 329.55	\$	41,403.82
7	\$ 552.75	\$ 224.97	\$ 327.78	\$	41,178.85
8	\$ 552.75	\$ 226.75	\$ 326.00	\$	40,952.11
9	\$ 552.75	\$ 228.54	\$ 324.20	\$	40,723.56
10	\$ 552.75	\$ 230.35	\$ 322.39	\$	40,493.21
11	\$ 552.75	\$ 232.18	\$ 320.57	\$	40,261.03
12	\$ 552.75	\$ 234.01	\$ 318.73	\$	40,027.02
13	\$ 552.75	\$ 235.87	\$ 316.88	\$	39,791.15
14	\$ 552.75	\$ 237.73	\$ 315.01	\$	39,553.42
15	\$ 552.75	\$ 239.62	\$ 313.13	\$	39,313.80

16	\$	552.75	\$	241.51	\$	311.23	\$	39,072.29
17	\$	552.75	\$	243.43	\$	309.32	\$	38,828.86
18	\$	552.75	\$	245.35	\$	307.40	\$	38,583.51
19	\$	552.75	\$	247.29	\$	305.45	\$	38,336.22
20	\$	552.75	\$	249.25	\$	303.50	\$	38,086.96
21	\$	552.75	\$	251.23	\$	301.52	\$	37,835.74
22	\$	552.75	\$	253.21	\$	299.53	\$	37,582.52
23	\$	552.75	\$	255.22	\$	297.53	\$	37,327.30
24	\$	552.75	\$	257.24	\$	295.51	\$	37,070.06
25	\$	552.75	\$	259.28	\$	293.47	\$	36,810.79
26	\$	552.75	\$	261.33	\$	291.42	\$	36,549.46
27	\$	552.75	\$	263.40	\$	289.35	\$	36,286.06
28	\$	552.75	\$	265.48	\$	287.26	\$	36,020.58
29	\$	552.75	\$	267.58	\$	285.16	\$	35,752.99
30	\$	552.75	\$	269.70	\$	283.04	\$	35,483.29
31	\$	552.75	\$	271.84	\$	280.91	\$	35,211.45
32	\$	552.75	\$	273.99	\$	278.76	\$	34,937.46
33	\$	552.75	\$	276.16	\$	276.59	\$	34,661.30
34	\$	552.75	\$	278.35	\$	274.40	\$	34,382.96
35	\$	552.75	\$	280.55	\$	272.20	\$	34,102.41
36	\$	552.75	\$	282.77	\$	269.98	\$	33,819.64
37	\$	552.75	\$	285.01	\$	267.74	\$	33,534.63
38	\$	552.75	\$	287.27	\$	265.48	\$	33,247.36
39	\$	552.75	\$	289.54	\$	263.21	\$	32,957.83
40	\$	552.75	\$	291.83	\$	260.92	\$	32,665.99
41	\$	552.75	\$	294.14	\$	258.61	\$	32,371.85
42	\$	552.75	\$	296.47	\$	256.28	\$	32,075.38
43	\$	552.75	\$	298.82	\$	253.93	\$	31,776.56
44	\$	552.75	\$	301.18	\$	251.56	\$	31,475.38
45	\$	552.75	\$	303.57	\$	249.18	\$	31,171.81
46	\$	552.75	\$	305.97	\$	246.78	\$	30,865.84
47	\$	552.75	\$	308.39	\$	244.35	\$	30,557.45
48	\$	552.75	\$	310.83	\$	241.91	\$	30,246.62
49	\$	552.75	\$	313.30	\$	239.45	\$	29,933.32
50	\$	552.75	\$	315.78	\$	236.97	\$	29,617.54
51	\$	552.75	\$	318.28	\$	234.47	\$	29,299.27
52	\$	552.75	\$	320.79	\$	231.95	\$	28,978.47
53	\$	552.75	\$	323.33	\$	229.41	\$	28,655.14
54	\$	552.75	\$	325.89	\$	226.85	\$	28,329.25
55	\$	552.75	\$	328.47	\$	224.27	\$	28,000.77
56	\$	552.75	\$	331.07	\$	221.67	\$	27,669.70

57	\$	552.75	\$	333.70	\$	219.05	\$	27,336.00
58	\$	552.75	\$	336.34	\$	216.41	\$	26,999.66
59	\$	552.75	\$	339.00	\$	213.75	\$	26,660.66
60	\$	552.75	\$	341.68	\$	211.06	\$	26,318.98
61	\$	552.75	\$	344.39	\$	208.36	\$	25,974.59
62	\$	552.75	\$	347.12	\$	205.63	\$	25,627.47
63	\$	552.75	\$	349.86	\$	202.88	\$	25,277.61
64	\$	552.75	\$	352.63	\$	200.11	\$	24,924.98
65	\$	552.75	\$	355.42	\$	197.32	\$	24,569.55
66	\$	552.75	\$	358.24	\$	194.51	\$	24,211.31
67	\$	552.75	\$	361.07	\$	191.67	\$	23,850.24
68	\$	552.75	\$	363.93	\$	188.81	\$	23,486.31
69	\$	552.75	\$	366.81	\$	185.93	\$	23,119.49
70	\$	552.75	\$	369.72	\$	183.03	\$	22,749.77
71	\$	552.75	\$	372.65	\$	180.10	\$	22,377.13
72	\$	552.75	\$	375.60	\$	177.15	\$	22,001.53
73	\$	552.75	\$	378.57	\$	174.18	\$	21,622.97
74	\$	552.75	\$	381.57	\$	171.18	\$	21,241.40
75	\$	552.75	\$	384.59	\$	168.16	\$	20,856.81
76	\$	552.75	\$	387.63	\$	165.12	\$	20,469.18
77	\$	552.75	\$	390.70	\$	162.05	\$	20,078.48
78	\$	552.75	\$	393.79	\$	158.95	\$	19,684.69
79	\$	552.75	\$	396.91	\$	155.84	\$	19,287.78
80	\$	552.75	\$	400.05	\$	152.69	\$	18,887.73
81	\$	552.75	\$	403.22	\$	149.53	\$	18,484.51
82	\$	552.75	\$	406.41	\$	146.34	\$	18,078.09
83	\$	552.75	\$	409.63	\$	143.12	\$	17,668.47
84	\$	552.75	\$	412.87	\$	139.88	\$	17,255.59
85	\$	552.75	\$	416.14	\$	136.61	\$	16,839.45
86	\$	552.75	\$	419.44	\$	133.31	\$	16,420.02
87	\$	552.75	\$	422.76	\$	129.99	\$	15,997.26
88	\$	552.75	\$	426.10	\$	126.64	\$	15,571.16
89	\$	552.75	\$	429.48	\$	123.27	\$	15,141.68
90	\$	552.75	\$	432.88	\$	119.87	\$	14,708.81
91	\$	552.75	\$	436.30	\$	116.44	\$	14,272.50
92	\$	552.75	\$	439.76	\$	112.99	\$	13,832.75
93	\$	552.75	\$	443.24	\$	109.51	\$	13,389.51
94	\$	552.75	\$	446.75	\$	106.00	\$	12,942.76
95	\$	552.75	\$	450.28	\$	102.46	\$	12,492.48
96	\$	552.75	\$	453.85	\$	98.90	\$	12,038.63
97	\$	552.75	\$	457.44	\$	95.31	\$	11,581.19

98	\$	552.75	\$	461.06	\$	91.68	\$	11,120.12
99	\$	552.75	\$	464.71	\$	88.03	\$	10,655.41
100	\$	552.75	\$	468.39	\$	84.36	\$	10,187.02
101	\$	552.75	\$	472.10	\$	80.65	\$	9,714.92
102	\$	552.75	\$	475.84	\$	76.91	\$	9,239.08
103	\$	552.75	\$	479.60	\$	73.14	\$	8,759.48
104	\$	552.75	\$	483.40	\$	69.35	\$	8,276.07
105	\$	552.75	\$	487.23	\$	65.52	\$	7,788.85
106	\$	552.75	\$	491.09	\$	61.66	\$	7,297.76
107	\$	552.75	\$	494.97	\$	57.77	\$	6,802.79
108	\$	552.75	\$	498.89	\$	53.86	\$	6,303.89
109	\$	552.75	\$	502.84	\$	49.91	\$	5,801.05
110	\$	552.75	\$	506.82	\$	45.92	\$	5,294.23
111	\$	552.75	\$	510.83	\$	41.91	\$	4,783.39
112	\$	552.75	\$	514.88	\$	37.87	\$	4,268.52
113	\$	552.75	\$	518.96	\$	33.79	\$	3,749.56
114	\$	552.75	\$	523.06	\$	29.68	\$	3,226.50
115	\$	552.75	\$	527.20	\$	25.54	\$	2,699.29
116	\$	552.75	\$	531.38	\$	21.37	\$	2,167.91
117	\$	552.75	\$	535.58	\$	17.16	\$	1,632.33
118	\$	552.75	\$	539.82	\$	12.92	\$	1,092.50
119	\$	552.75	\$	544.10	\$	8.65	\$	548.41
120	\$	552.75	\$	548.41	\$	4.34	\$	-0.00
