



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN COMISARIATO EN EL
CANTÓN YACUAMBI PROVINCIA DE ZAMORA
CHINCHIPE.”**

TESIS PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO DE
INGENIERO COMERCIAL

AUTORES:

Sarango Guallas José Stalin
Sedamano Rosario Andrés Geovanny

DIRECTOR:

Ing. Com. M.A.E. Juan Encalada Orozco.

LOJA - ECUADOR

2011

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. MAE

Juan Encalada Orozco

**CATEDRÁTICO DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

C E R T I F I C A:

Que el presente proyecto de tesis cuyo título es **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMISARIATO EN EL CANTÓN YACUAMBI PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.”** presentado por los estudiantes **Sr. José Sarango y Sr. Andrés Sedamanos**, fue dirigido, orientado y revisado en todas sus partes, cuyo informe se reporta a continuación en vista de que cumple con los requisitos de forma y fondo por lo que autorizo su presentación y defensa.

Loja, Septiembre de 2011

Atentamente,

Ing. Com. MAE. Juan Encalada Orozco

DIRECTOR DE TESIS.

AUTORÍA

Los criterios, definiciones, ideas y opiniones expuestas en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

José Sarango.

Andrés Sedamano.

DEDICATORIA

Dedicamos el presente trabajo investigativo a nuestros padres quienes con su esfuerzo y sacrificio han hecho posible que estemos a estas alturas de nuestra carrera, a nuestro docente quien ha orientado nuestro trabajo y ha contribuido a la obtención de nuevos y valiosos conocimientos que nos permiten formarnos como futuros profesionales y con ello servir a nuestra comunidad.

José Sarango

Andrés Sedamano.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica Social y Administrativa, Carrera de Administración de Empresas, en las personas de sus autoridades, directivos y personal docente.

En particular al Ing. Com. MAE. Juan Encalada Orozco, quien con gran sentido de responsabilidad y haciendo acopio de sus conocimientos profesionales dirigió el presente proyecto de Tesis.

Los Autores

a) TÍTULO

a) TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
COMISARIATO EN EL CANTÓN YACUAMBI PROVINCIA DE ZAMORA
CHINCHIPE.”**

b) RESUMEN

b) RESUMEN

El presente proyecto se desarrolló en el Cantón Yacuambi, debido a la necesidad de aprovechar los recursos que existen en dicho Cantón. Razón importante por la que se plantea un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COMISARIATO EN EL CANTÓN YACUAMBI PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**.

En el desarrollo de la tesis parte del análisis de los autoservicios, comisariatos, supermercados como parte de la economía de los países en América Latina y en particular en el cantón Yacuambi , ya que el objetivo principal es conocer la factibilidad en la creación de un comisariato, en base al estudio de mercado , estudio técnico, organización y la evaluación financiera, para lo cual se utilizó en primera instancia, la observación directa en el sector donde se pudo conocer que en el Cantón Yacuambi no cuenta con comisariatos, siendo de mucha importancia, en razón que la ciudadanía si le gustaría contar con este tipo de negocio porque les ofrecen la mayor variedad de productos nacionales e importados y también les permite acudir con sus familias a realizar sus compras en un ambiente, cómodo, seguro y agradable.

Se utilizó en primera instancia la consulta bibliográfica, la observación directa, la aplicación de encuestas y entrevistas a ofertantes indirectos, para la interpretación y discusión de resultados la utilización de métodos: El Método Deductivo, permitió realizar una descripción de la propuesta

para la creación de un comisariato en el cantón Yacuambi. El Método Inductivo que sirvió para determinar las demandas Potencial, Real y Efectiva y formular conclusiones y recomendaciones como resultado del trabajo realizado.

En el Estudio de Mercado se determinó tres tipos de demandas; una Demanda Potencial de 1.970 familias para el primer año, y para el quinto año un total de 2287 que posiblemente utilizarían los servicios del comisariato, se consideró la Demanda Real igual a la de la Demanda Potencial debido a que no existe en el cantón un tipo de negocio similar al que se propone, una Demanda Efectiva de 1200 familias que llegarían a ser nuestro mercado para la venta de los servicios que ofrecerá el comisariato. En el estudio del proyecto se determinó una Oferta indirecta, ya que se consideró a los distintos centros de abasto como posibles competidores.

Luego se desarrolla el estudio técnico en donde se presenta el tamaño del comisariato en relación a su capacidad instalada y utilizada, macro y micro localización, espacio físico, y flujogramas de proceso para la comercialización de los productos.

En el Estudio Económico se aprecia una inversión inicial de \$104.762,90 ctvs, para la ejecución del proyecto, el monto de la inversión que será solventada el 71% por fuente interna y el 29% por fuente externa.

Para obtener el precio unitario de cada producto y las utilidades, se tomó en consideración un porcentaje del 15%, y de esta manera obtener, los costos unitarios y los ingresos de venta de cada producto. .

Con el Estado de Pérdidas y Ganancias se demuestra la utilidad o perdida de la empresa es así que el primer año se obtiene una utilidad neta de \$ 68.714,20 ctvs. Y en el quinto año la utilidad neta es de \$ 106.064,84ctvs. De la misma forma se analizó el flujo de caja ya que es fundamental en el proyecto, obteniendo en el estudio un flujo de caja de \$72.275,08 ctvs. en el primer año, y en el quinto año se obtiene un efectivo en caja de \$113.792,00 ctvs.

La evaluación financiera VAN, RBC, PRC, TIR, se valoró el proyecto; llegando a determinar la rentabilidad positiva del mismo, se obtiene un VAN de \$274.188,14 ctvs., la Relación Beneficio Costo, es mayor que uno (1.12) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recibirá 0.12 ctvs. de dólar de utilidad, el PRC el tiempo a recuperar la inversión es de 1 año, 6 meses y 4 días y la Tasa Interna De Retorno supera a la Tasa Activa que es del 11,25 % y se obtiene una TIR en el proyecto de 73,68% siendo este valor satisfactorio para la ejecución del proyecto, el análisis de sensibilidad con un incremento en los costos de 7,32% y una disminución en los ingresos de 8,43% dando valores a uno, por lo tanto el proyecto será sensible hasta estos porcentajes.

En el estudio administrativo; el Comisariato será legalmente constituido será de responsabilidad limitada, y tendrá como razón social COMISARIATO “SAN JOSÉ” Cía. Ltda., con una vida útil de 5 años, la cual estará ubicada en las calles: Av. Miguel Díaz entre 10 de Marzo y Zamora en el Cantón Yacuambi.

La organización administrativa está estructurada de acuerdo a las necesidades requeridas, manteniendo niveles jerárquicos especificados en los organigramas propuestos en el proyecto y en manual de funciones correspondientes a las actividades establecidas para cada cargo, finalmente se concluye el trabajo indicando la bibliografía, y los anexos, que representa la base para interpretar de mejor manera el desarrollo de la tesis, en el cual consta , el formato de la encuesta que fue dirigida a las familias del cantón Yacuambi, presupuestos proyectados de activos fijos rol de pagos etc.

ABSTRACT

This project was developed in the Canton Yacuambi, due to the need to utilize the resources that exist in that Canton. Important reason that poses a "feasibility project for a commissary BUILDING IN THE CANTON Yacuambi Zamora Chinchipe Province."

In developing the thesis of the analysis of the supermarket, commissaries, supermarkets as part of the economies of countries in Latin America and particularly in the canton Yacuambi, since the main objective is to determine the feasibility of creating a commissary , based on market research, technical study, organization and financial evaluation, for which we used in the first instance, direct observation in the area where it was known that in the Canton Yacuambi has no commissaries, being of great importance , because you citizenship if you would like to have this kind of business because they offer the widest range of domestic and imported products and also provides them with their families to shop in an environment, comfortable, safe and enjoyable.

Was used in the first instance the consultation literature, direct observation, conducting surveys and interviews with indirect bidders, for the interpretation and discussion of results the use of methods: the deductive method, allowed a description of the proposal for the creation of a commissary in the canton Yacuambi. The inductive method was used to

determine the potential demand, real and effective and to make findings and recommendations as a result of work done.

The market survey identified three types of claims, a potential demand of 1,970 families for the first year, and for the fifth year a total of 2287 potentially used commissary services, consider the real demand is equal to that of the Potential demand because the city does not exist in a business type similar to that proposed, an effective demand for 1200 families who would become our market for the sale of the services offered by the commissary. In the study of the project was determined indirectly offer, as they consider the various supply centers as potential competitors.

Then he develops the technical study is presented where the size of the commissary in relation to their capacity and use, macro and micro location, space, and process flow charts for the marketing of products.

In the Economic Survey can be seen an initial investment of \$ 104,762.90 cents, to implement the project, the investment amount will be 71% solved the internal source and 29% by external source.

For the unit price of each product and profits, was taken into account a percentage of 15%, and thus obtain unit costs and sales revenue for each product. .

With the State Income demonstrates the usefulness or loss of the company so that the first year you get a net income of \$ 68,714.20 cents. And in the fifth year net income is \$ 106,064.84 cents. In the same way we

analyzed the cash flow because it is central to the project, obtaining in the study a cash flow of \$ 72,275.08 cents. in the first year, and in the fifth year you get a cash on hand of \$ 113,792.00 cents.

VAN financial evaluation, RBC, PRC, TIR, we evaluated the project coming to determine the outperformance of the same, you get a NPV of \$ 274,188.14 cents., Benefit Cost Ratio is greater than one (1.12) indicator supports the project, this means that for every dollar invested will receive 0.12 cents. dollar value of the PRC the payback time is 1 year, 6 months and 4 days and the internal rate of return exceeds the lending rate is 11.25% and you get an IRR in the draft 73.68% for being this successful project implementation, the sensitivity analysis with an increase in costs of 7.32% and a decrease in revenues of 8.43% giving values to one, therefore the project be sensitive to these percentages.

In the management study, the legally constituted Commissary will be limited, and will name Commissariat "SAN JOSE" Cia. Ltd., with a lifespan of five years, which will be located in the streets: Av. Miguel Diaz between March 10 and Zamora in the Canton Yacuambi.

The administrative organization is structured according to the required needs, maintaining specified levels in the organizational hierarchy proposed in the project and operating manual for the activities provided for each office, he finally concludes the paper indicating the bibliography, and annexes, base representing the best way to interpret the development of

the thesis, which has the format of the survey was addressed to the families of the canton Yacuambi, budgets, projected payroll assets and so on.

C) INTRODUCCIÓN

c) INTRODUCCIÓN

En la actualidad la sociedad se desarrolla alrededor de las economías globalizadas, las mismas que juegan un papel muy importante en la creación de empresas competitivas; es por ello que se hace necesaria la implementación de proyectos que ayuden al desarrollo empresarial a través de ideas innovadoras que permitan un desarrollo sustentable.

La finalidad de la empresa es obtener beneficios a través de la ejecución de prestación de servicios, creando fuentes de trabajo y contribuyendo a mejorar la economía de la localidad, propiciando el desarrollo empresarial e incentivando a las personas a tener espíritu emprendedor e involucrarnos en la actividad comercial y de esta manera satisfacer nuestras necesidades logrando un desarrollo sustentable.

Para el desarrollo del proceso investigativo hemos partido desde la estructura del tema que es **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMISARIATO EN EL CANTÓN YACUAMBI PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.”**

El tema que hemos seleccionado es muy importante porque trata de la creación de una empresa que prestara servicios al cantón Yacuambi.

El presente trabajo parte de una revisión de literatura, donde se encuentra las diferentes definiciones de los temas relacionado al trabajo. Para la realización de la tesis se tomó como base métodos y técnicas que

permitieron identificar la población en estudio, y conocer a través de la aplicación de las encuestas la factibilidad que tendrá el comisariato,

El presente trabajo parte desde el estudio de mercado, en donde se determina la población objeto de estudio, así como el tamaño de la muestra al cual fue aplicada las encuestas, constan la tabulación, análisis e interpretación de las mismas y luego establecemos el análisis de la oferta y la demanda. Además figura el plan de comercialización en el que hacemos un análisis del Marketing Mix.

Dentro del Estudio Técnico detallamos el tamaño en el cual se determina la capacidad instalada y utilizada, así también la localización con su macro y micro localización, la ingeniería con el componente tecnológico, el proceso de comercialización el flujograma de procesos; es decir todos los componentes tanto físicos, geográficos y técnicos que permitan la operatividad para el proyecto de inversión.

A continuación se encuentra el Estudio Organizacional con el detalle de la estructura organizativa y legal de la empresa; es decir el acta constitutiva, el reglamento interno, los organigramas y manuales de funciones.

Finalmente se encuentra el Estudio Financiero donde se resume las inversiones en activos fijos, diferidos y corrientes, están detallados los cuadros de presupuestos para cada rubro, depreciaciones, amortizaciones, costos de producción, costos de operación e ingresos totales, así también se determina el punto de equilibrio y la determinación

del estado de pérdidas y ganancias. Además se ubican los indicadores de evaluación financiera como el flujo de caja, Valor Actual Neto, Periodo de recuperación del capital, Relación Beneficio Costo, Tasa Interno de Retorno y análisis de sensibilidad.

Adicionamos la Bibliografía como referente de las fuentes teóricas consultadas que representan el sustento para nuestro proyecto.

d) REVISION DE LITERATURA

d) REVISIÓN DE LITERATURA

d.1) ANTECEDENTES DEL COMISARIATO.

AUTOSERVICIOS.- Establecimiento que se dedica a la distribución y venta de artículos de consumo a un determinado público.

El manejo de una tienda de autoservicio o economato está compuesto por varios elementos sin los cuales la misma no podría funcionar correctamente:¹

ÁREA DE PERECEDEROS.- Como su nombre lo indica, es toda aquella mercancía que tiene una caducidad, que se echa a perder, y que se le debe dar la debida rotación antes de que se pudra y se haga no apta para la venta, o bien, que se convierta en merma.

PISO DE VENTA.- Como su nombre lo indica, es el lugar dentro de la tienda de autoservicio donde se negocia, se trata o se produce la venta de las mercancías entre la tienda y su clientela.

GÓNDOLAS EN UN SUPERMERCADO.- Existen tres clases de muebles en piso de venta.

- La góndola. Es el tipo de mueble que se encuentra dentro de los pasillos divididos en baldas, anaqueles, módulos, ganchos y divisiones.

¹*DICCIONARIO.wikipedia.org*

- La cabecera de góndola. Es el extremo de un mueble tradicional, el cual puede ser otorgado por un gerente al departamento que tiene ese mismo mueble o a un departamento alternativo (ventas cruzadas).
- La isla. Es el tipo de mueble que se encuentra exhibido en medio de los pasillos principales donde la gente transita con sus carros de autoservicio.
- Muebles refrigerados para productos frescos o congelados.²

AREA DE CAJA.- Es el área donde los clientes que finalmente han escogido su mercancía, pueden pagarla. En esta área, los cajeros son los que se encargan de cobrárselas, y son ayudados por sus supervisores de cajas.

EL CHECADO.- El checado es la mercancía no comprada. Donde la clientela que ya no quiere comprar cierto producto, deposita ese producto que se regresa a cierta parte del área de cajas en forma de mercancía.

ATENCIÓN AL CLIENTE.- Es el lugar donde se entregan las garantías de los artículos adquiridos o se les da alguna orientación al cliente con referencia a los artículos que se venden en el establecimiento o a la ubicación de los mismos dentro de la tienda, o se atiende cualquier tipo de reclamo o sugerencia por parte del cliente y los clientes insatisfechos

²*DICCIONARIO.wikipedia.org*

por los productos, pueden pedir ya sea su cambio físico (cambio de una mercancía por otra) o la devolución de su dinero.

PAQUETERÍA.- Es el área que se encarga de recoger los paquetes o las pertenencias de los clientes, que son ajenas a la mercancía de la tienda de autoservicio, esto para evitar que se confundan con la mercancía ya existente para la venta. Algunas tiendas manejan la paquetería y la atención al cliente como un mismo departamento, en otras son módulos separados.

MESA DE CONTROL.- Es la parte de la tienda de autoservicio, que se encarga del control del correcto y adecuado manejo y mantenimiento de las mercancías que se localizan dentro de tienda. De aquí provienen los cambios de precios, los pedidos automáticos, los conteos cíclicos, y los controles de merma, las transferencias departamentales o de tienda.

CACHEO O REVISIÓN.- Es la parte de la tienda en la cual, el personal de seguridad se encarga de evitar que los empleados, los promotores y las demostradoras se roben mercancía de la tienda, esto es por medio de una revisión corporal para asegurarse que no nadie lleve en sus bolsillos mercancía extraída ilegalmente.³

MONITORES.- Es la parte de la tienda que controla las cámaras de vigilancia, las cuales son utilizadas por personal de seguridad, para evitar

³*DICCIONARIO.wikipedia.org*

que se sustraigan ilegalmente mercancía de venta perteneciente a la tienda de autoservicio.

CARRITO.- Es un vehículo de carga, se puede encontrar en supermercados y grandes superficies para que los clientes puedan transportar sus compras.

CÓDIGO DE BARRAS.- Es un código basado en la representación mediante un conjunto de líneas paralelas verticales de distinto grosor y espaciado que en su conjunto contienen una determinada información. De este modo, el código de barras permite reconocer rápidamente un artículo en un punto de la cadena logística y así poder realizar inventario o consultar sus características asociadas.

NOMENCLATURA BÁSICA

- Módulo:** Es la unidad mínima o básica de un código. Las barras y espacios están formados por un conjunto de módulos.
- Barra:** El elemento oscuro dentro del código. Se hace corresponder con el valor binario 1.
- Espacio:** El elemento claro dentro del código. Se hace corresponder con el valor binario (cero).
- Carácter:** Formado por barras y espacios. Normalmente se corresponde con un carácter alfanumérico.

Proyecto.- Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. (BACA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Edit. McGraw-Hill, Bogotá - Colombia, 1996. Pág. 14 y 18.)

Estudio de Mercado.- "Se denomina así a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización"

D.2) ESTUDIO DE MERCADO.- Tiene por objetivo identificar la oferta, demanda y demanda insatisfecha. (Ibídem. Pág. 23 y 24. Año 1999).

Segmentación de Mercado.- "Separación del mercado de un artículo en las categorías de localización, personalidad; entre otras características" (JM. ROSEMBERG, "Diccionario de Administración y Finanzas". Año 1992)

Mercado.- "Se entiende por mercado al área en que confluye las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados"⁴.

Demanda.- Es la cantidad de un bien o servicio, que los demandantes adquieren a un precio determinado.

Oferta.- Cantidad de bien o servicio ofrecido por un grupo de ofertantes en el mercado.

⁴ BACA URBINA, Gabriela, Op., 24 y 25.

Consumidor.- Lo constituyen todos los individuos y familias que compran o adquieren bienes y servicios para consumo personal.

Plaza.- "Localidad en que se puede efectuar operaciones financieras o económicas- Las operaciones financieras pueden decidirse en cualquier lugar, pero su realización material sólo puede efectuarse en ciertas ciudades.

Generalmente se da el nombre de plaza a las localidades en las cuales: debido a la existencia de equipamiento o de un mercado organizado e importante, se puedan realizar fácilmente operaciones y arbitraje económicos y financieros" (JM. ROSEMBERG, Op., Pág. 4 y 5. Año 1992)

Canales de Distribución.- "Es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria". (Y BERNARD J.C. COLLI, "Diccionario Económico y Financiero". Pág. 40 y 41.)

Comercialización.- "Es la actividad que- permita al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar." (BACA URBINA, Gabriel, Op. Cit. Pág. 15. Año 1995)

Competencia.- "Son aquellas que venden mercancías comparables al mismo tipo de clientela y proporciona servicios similares".⁵

⁵ DORR, Eugene, "Ventas al Detalle, Proceso de Compra y Determinación de Precios". Pág. 8 y 10.

Producto.- "Comprende todos los bienes y servicios resultantes de la actividad económica de un individuo, empresa, industria o nación".

(SELDON, Arthur, F.G. PENNANCE. Op. Cit. Páginas 13 y 15. Año 1995)

Marca.- "Nombre, señal o símbolo usado para identificar artículos o servicios de los vendedores y que los diferencia de los artículos de los competidores" (J.M. ROSEMBERG, Op., Cit., Páginas 5 y 6. Año 1992)

Calidad.- "Es un grado de excelencia por medio de la cual juzgamos la capacidad de las cosas para satisfacer una necesidad"⁶

Control de Calidad.- "Cualquier de las políticas y procedimientos, especialmente los relacionados con las características de diseño de una planta y la inspección de la operación, utilizados para determinar y conservar un nivel deseado y satisfactorio en las operaciones o en los productos". (KITLER, Eric. "Diccionario para contadores", páginas 10 y 11. Año 1995)

Precio.- "Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio"

(SELDON, Art., F.G. PENNANCE, Op. Cit. páginas 5 y 6. Año 1992)

Coste.- Es un valor cedido a fin de obtener una mercancía en la cantidad requerida y transportada al lugar deseado.

Promoción.- "Fomento de la demanda de un artículo realizado mediante el empleo de publicidad y de campañas que atraigan a consumidores"⁶.

⁶ J.M. ROSEMBERG, Op. páginas 24 y 25.

Publicidad.- "Conjunto de actividades dirigidas a promover las ventas de una empresa, ampliar o crear la necesidad de sus productos y a mantener o perfeccionar la imagen de la empresa en el ámbito del consumidor"⁷.

Medios Publicitarios.- "Definimos los medios publicitarios como los instrumentos a través de los cuales es posible llevar el mensaje publicitario a la audiencia objetiva".

Proceso de Producción.- "Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de éstos para convertirlos en productos, mediante una determinada función de producción.

Materia Prima Directa.- "Todos los materiales que forman parte integral de los bienes terminados y que pueden ser asignados de forma conveniente a unidades físicas específicas.

Materia Prima Indirecta.- "Estos forman parte auxiliar en la presentación del proyecto terminado, sin ser el producto en sí aquí se incluyen envases primarios, secundarios y etiquetas.

Mano de Obra Directa.- Es la que se utiliza para transformar a la materia prima en producto terminado. Se puede identificar en virtud de que su monto varía casi proporcionalmente con el número de unidades producidas.

⁷ Y. BERNARD J.C. COLLI, Op. Cit. páginas 30 y 31.

Mano de Obra Indirecta.- Es aquella necesaria en el departamento de producción, pero que no interviene directamente en la transformación de las materias primas.

D.3) ESTUDIO TÉCNICO

Capacidad de Producción.- Capacidad Máxima de unidades capaces de ser producidas en un período de tiempo determinado y con maquinaria adecuada.

Capacidad Óptima.- Número absoluto máximo de unidades capaces de ser producidas en una operación determinada, sin contar las interrupciones ni las reparaciones por averías.

Departamentalización.- Se refiere a agrupar a las tareas comunes o relacionadas entre sí para formar puestos.

Tamaño de la planta.- El tamaño del proyecto no es otra cosa que determinar los factores que intervienen directamente en la capacidad instalada, es decir la demanda, la oferta, los costos, etc. El tamaño deberá estar analizado desde el punto de vista de la oferta y demanda, la maquinaria, el proceso de producción, las fuentes de financiamiento, la infraestructura existente, etc.

Localización del proyecto.- Se refiere a los elementos de sitio y lugar, específicamente el entorno respecto al lugar de operaciones en los que se desenvolverá su actividad.

Se debe analizar la infraestructura necesaria, de los diferentes lugares, la mano de obra disponible, materias primas y tecnología adecuada.

D.4) ESTUDIO ECONÓMICO

Punto de equilibrio.- Es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los costos variables, por tanto no existen ni pérdidas ni ganancias, por lo que sirve para calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias, éstas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

Estado de Pérdidas y Ganancias.- Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones de un negocio. Este documento permite mostrar que progreso ha tenido la empresa en el aspecto financiero. La finalidad es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son el beneficio real de la operación de la planta, y que obtienen restando a los ingresos todos los costos que incurran en la planta y los impuestos que debe pagar.

Evaluación Financiera.- Representa a la transformación del activo fijo en activo disponible, tales fondos no habrán de ser reinvertidos en nuevos

activos fijos, hasta que los existentes lleguen a su nuevo rendimiento aceptable.

El Valor Actual neto.- es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo- La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos de inversión no deben efectuarse.

Criterios para evaluar

- Si el VAN es negativo no se deben realizar el proyecto.
- Si el VAN es igual a cero es indiferente el proyecto.
- Sí el VAN es positivo se debe ejecutar el proyecto.

Relación Beneficio Costo.- Llamado a menudo índice del valor actual, es utilizado fundamentalmente en los proyectos que cubren circunstancias de carácter social, es decir de beneficio a la colectividad, sin embargo también es usado en los proyectos de decisión para invertir.

Criterios para evaluar:

- Si B/C es menor a uno no se debe poner en marcha el proyecto

- Si B/C es igual a uno es indiferente el proyecto
- Si B/C es mayor a uno significa que por cada dólar invertido la empresa ganará X cantidad de dinero.

Tasa Interna de Rentabilidad.- Es una tasa de descuento (r) que es el rendimiento del proyecto calculado en el tiempo de vida útil del mismo.

Criterios para evaluar

- Si la TIR es menor que el costo del capital no es viable
- Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente el proyecto
- Si la TIR es mayor a la tasa de costo del capital el proyecto es rentable.

Periodo de Recuperación del Capital.- El período de Recuperación de Capital que fuera invertido para iniciar las actividades de la empresa mediante las entradas de efectivo que produce el proyecto.

Las mejores inversiones son aquellas que tienen un período de recuperación más corto.

Análisis de Sensibilidad

Sirve para calcular hasta qué punto puede soportar el proyecto una disminución de los ingresos y aumento en los costos.

Otorga también seguridad al proyectista respecto de los márgenes de error, en las estimaciones y entrega de información útil para la administración del proyecto durante las etapas de instalaciones y funcionamiento. Se calcula la rentabilidad haciendo variar cada componente de ingreso y costo y se observa en qué medida se altera la tasa de rentabilidad normal del proyecto.

Criterios para evaluar:

- Si el resultado de la Sensibilidad es mayor a uno el proyecto es sensible
- Si el resultado de la Sensibilidad es igual a uno el proyecto es indiferente
- Si el resultado de la Sensibilidad es menor a uno el proyecto no es sensible.

Organización.-

Es aquella en la cual dos o más personas naturales o jurídicas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles o participar de sus utilidades.

- Compañías en nombre colectivo.
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones

- Compañía de responsabilidad limitada.
- Compañía anónima.
- Compañía de economía mixta...⁸

d.5) ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA.

La implementación del presente proyecto, contemplará una organización técnico administrativa que permitirá contar con los siguientes niveles administrativos: Nivel Legislativo, Nivel Ejecutivo, Nivel Operativo, Nivel de Apoyo.

⁸ CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, Ley de Compañías.

e) MATERIALES Y MÉTODOS

e) MATERIALES Y MÉTODOS.

Para el desarrollo y elaboración del proyecto se utilizaron algunos materiales, métodos, técnicas e instrumentos de investigación las cuales describimos a continuación:

e.1) RECURSOS MATERIALES

Para realizar el siguiente trabajo investigativo se utilizó los siguientes materiales.

- Calculadora.
- Computadora.
- Flash Memory.
- Transporte.
- Internet.
- Esferos.
- Cuadernos.
- Impresora
- Calculadora.

e.2) METODOS

Método Deductivo

Nos permitió determinar la problemática siguiente y la necesidad de la implementación de un comisariato en el Cantón Yacuambi.

Método Inductivo

Con este método se determinó mediante el estudio de mercado la Demanda Potencial, Demanda Actual, y Demanda Efectiva, estudios que permitieron segmentar el mercado objetivo y conocer a los usuarios del servicio.

Método Matemático

Este método de acuerdo con la planificación del trabajo, se utilizó para realizar los cálculos correspondientes al estudio y evaluación financiera.

Método Estadístico

Este método permitió procesar la información y representarla mediante las diferentes herramientas indicadoras, como también nos sirvió para determinar el tamaño de la muestra y en base a ello se recopiló la información necesaria para este proyecto.

e.3) TECNICAS

Se utilizó técnicas tales como:

Encuesta

Se aplicó a las familias del cantón Yacuambi mediante el cual nos permitió conocer el grado de aceptación del proyecto.

Entrevista

Se aplicó a los propietarios de los centros de abasto, con la finalidad de conocer la oferta indirecta en el sector.

e.4) PROCEDIMIENTO.

En primera instancia, para realizar el análisis de mercado se hizo necesaria la investigación directa en el INEC, para conocer la población del cantón Yacuambi de la Provincia de Zamora Chinchipe, luego con la información obtenida se aplicó la fórmula del muestreo estadístico y por consiguiente la proyección de la población a continuación se detalla.

Cabe mencionar que a cada una de las variables existentes en la fórmula, se le aplicará un valor como se demuestra a continuación:

Cuadro N° 01

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN YACUAMBI			
Período	años	Población (3,8%)	Nº de familias 4
0	2001	5229	1307
1	2002	5428	1357
2	2003	5634	1408
3	2004	5848	1462
4	2005	6070	1518
5	2006	6301	1575
6	2007	6540	1635
7	2008	6789	1697
8	2009	7047	1762
9	2010	7315	1829
10	2011	7592	1898

Fuente: INEC

Elaboración: los Autores

*3.8% Tasa de crecimiento poblacional.

FORMULA:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población 7592 /4=1898

e = error, se aplica el 5%

DESARROLLO DE LA FÓRMULA

$$n = \frac{1898}{1 + (0.05)^2 (1898)}$$

$$n = \frac{1898}{5,75}$$

$$n = 330 \text{ encuestas}$$

CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DE DEMANDANTES

Se utilizó la siguiente fórmula:

Formula: $P_n = P_o (1 + i)^n$
 $P_n = 1898(1+3.8\%)^5$
 $P_n = 1898 (1+0.038)^5$
 $P_n = 1898 (1.0380)^5$
 $P_n = 1898 (1.0208)^5$
Pn= 2287 FAMILIAS

Cuadro N° 02

PERIÓDO	AÑOS	POBLACIÓN *(3.8%)	Nº DE FAMILIAS 4
0	2011	7593	1898
1	2012	7881	1970
2	2013	8181	2045
3	2014	8491	2123
4	2015	8814	2204
5	2016	9149	2287

Fuente: INEC-CENSO 2001

Diseño: LOS AUTORES.

***Tasa de crecimiento poblacional.**

e.5) PROCESO LÓGICO DEL DESARROLLO DEL TRABAJO

Primeramente se consultó en el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), en dónde se obtuvo datos referente a la población del año 2001 que es de 5229hbt y una tasa de crecimiento poblacional de 3.8% que proyectada para el año 2011 es de 7592 hbt, a este valor se lo ha dividido para cuatro, ya que las familias del cantón Yacuambi están conformados en un promedio de cuatro integrantes, mediante la cual se obtuvo 1898 familias, dato con el cual determinaremos la muestra respectiva.

A este dato se le aplicó una fórmula, cuyo procedimiento determinó el número de encuestas a aplicar en el Cantón Yacuambi, que corresponde a 330 encuestas, se formuló un cuestionario de preguntas, las mismas que permitieron conocer los gustos, preferencias y lugares de compras de

los consumidores, también se recurrió a entrevistar a tiendas y bodegas quienes ofertan productos de consumo masivo en el Cantón.

- ✓ El estudio de mercado proporcionó información del servicio dentro del mercado, la demanda, competencia, canal de comercialización, precio, entre otros aspectos. Inicia determinando la muestra la cual se seleccionara del universo poblacional.
- ✓ El estudio técnico, estableció el tamaño óptimo y la utilización eficiente de los recursos disponibles por medio de la ingeniería de proyecto, entre otros aspectos.
- ✓ El estudio financiero, determino las inversiones que se necesitaron en el proyecto por medio del punto de equilibrio, cuadro de financiamientos, presupuestos, estado de pérdidas y ganancias.
- ✓ El estudio organizacional de la nueva empresa propuesta, se emplearon técnicas y procedimientos dados por las ciencias administrativas.

f) RESULTADOS

f) RESULTADOS

f.1) INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

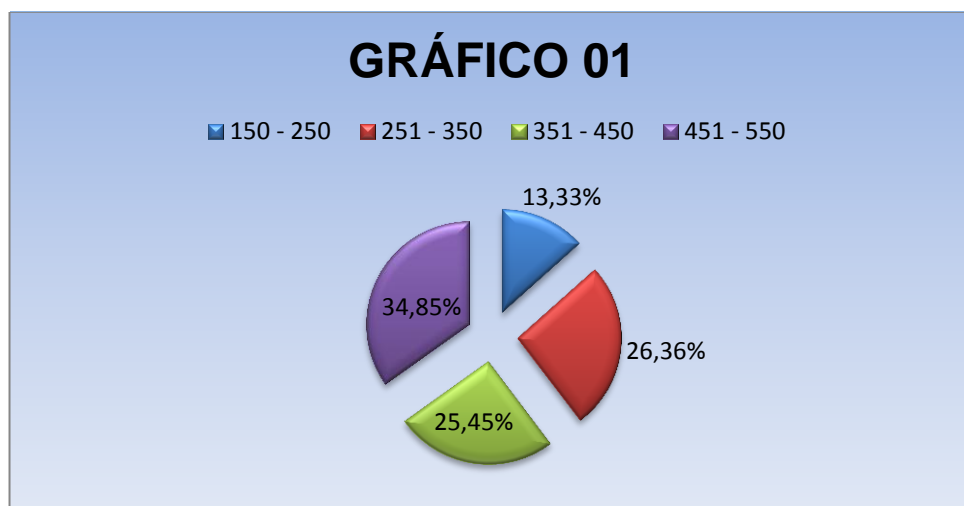
1. ¿En qué rango se encuentra su ingreso? Marque con una X una sola opción.

CUADRO # 03

INGRESOS				
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	X_m	$f.X_m$
150 - 250	44	13,33	200	26,67
251 - 350	87	26,36	300,50	79,22
351 - 450	84	25,45	400,50	101,95
451 - 550	115	34,85	500,50	174,42
TOTAL	330	100,00		382,25

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO: Los Autores



INTERPRETACIÓN:

De las 330 encuestas aplicadas a los consumidores, 44 personas que representan el 13,33% indican que sus ingresos promedio es de 200 dólares, 87 encuestados que constituyen el 26,36% manifestaron que sus ingresos son de 300,50 ctvs., 84 encuestados que corresponde al 25,45% señalan que sus ingresos es de 400,50 ctvs., en tanto que 115 personas que representan el 34,85% indican que los ingresos que perciben son de 500,50 ctvs.

FÒRMULA PARA CALCULAR EL INGRESO PROMEDIO

$$\text{Ingreso Promedio} = \frac{\sum F (X_m)}{N}$$

$$\text{Ingreso Promedio} = \frac{\sum 44 (200)}{330}$$

$$\text{Ingreso Promedio} = 26,67\%$$

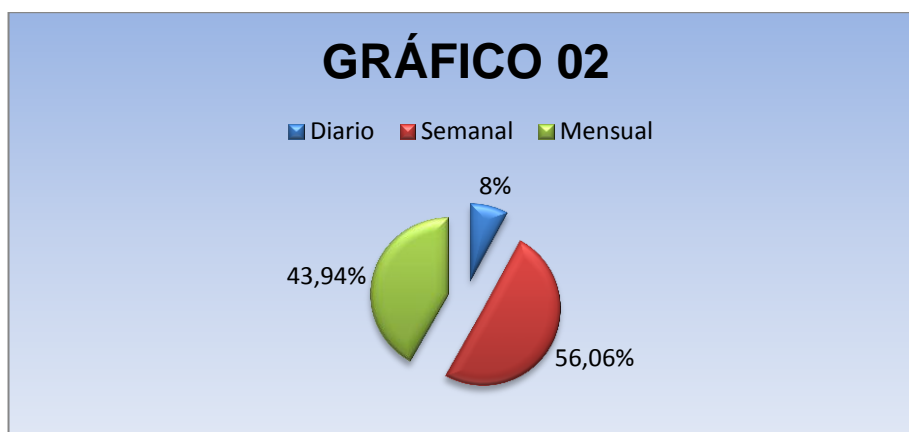
2. ¿Con que frecuencia adquiere productos de la canasta básica familiar? Marque con una X una sola opción.

CUADRO # 04

FRECUENCIA DE CONSUMO		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	26	7,88
Semanal	166	50,30
Mensual	138	41,82
TOTAL	330	100,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO: Los Autores



INTERPRETACIÓN:

De las 330 encuestas aplicadas a los consumidores, 26 encuestados que componen el 7,88% respondieron que su frecuencia de consumo es de forma diaria, así mismo 166 encuestados que representan el 50,30% manifiestan que adquieren los productos de la canasta familiar de forma semanal, mientras que 138 personas que constituyen el 41,82% adquieren los productos de la canasta básica mensualmente.

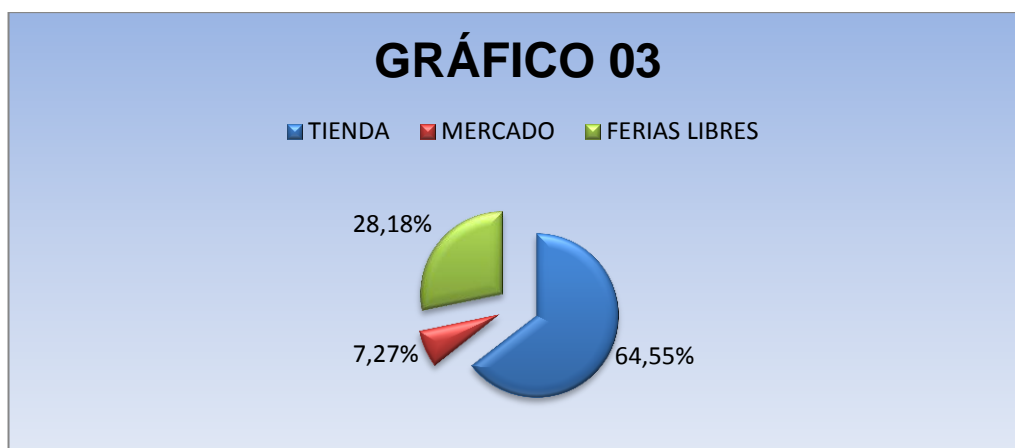
3. En qué lugares usted adquiere los productos de la canasta básica familiar. Marque con una X una sola opción.

CUADRO # 05

LUGARES DE COMPRA		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TIENDA	213	64,55
MERCADO	24	7,27
FERIAS LIBRES	93	28,18
TOTAL	330	100,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO: Los Autores



INTERPRETACIÓN:

De las 330 encuestas aplicadas a los consumidores, 213 personas que representan el 64,55% señalan que adquieren los productos de la canasta básica en tiendas de la localidad; 24 encuestados que corresponden al 7,27% manifiestan que adquieren los productos en mercados; mientras que 93 personas que representan el 28,18% indican que adquieren los productos de la canasta básica en las ferias libres que realizan en el sector.

4. Marque con una X los productos que usted adquiere en los centros de abasto del Cantón Yacuambi.

CUADRO # 06

PRODUCTOS		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Arroz	330	100,00
Azúcar	330	100,00
Fideos	330	100,00
Jabón	307	93,03
Arveja	312	94,55
Lenteja	323	97,88
Leche	302	91,52
Huevos	330	100,00
Avena	316	95,76
Aceite	330	100,00
Atún	330	100,00
Sardina	305	92,42
Harina	321	97,27
Pasta dental	315	95,45
Detergente	319	96,67
Shampoo	307	93,03
Cloro	304	92,12
Papel higiénico	330	100,00
Sal	330	100,00
Café	319	96,67
Mantequilla	297	90,00
Carne de res	330	100,00
Carne chancho	314	95,15
Carne de pollo	327	99,09
Funda de horchatas	195	59,09
Mortadela de pollo	179	54,24
Jamón	183	55,45
Salchichas	299	90,61
Gaseosas	302	91,52
Servilletas	228	69,09
Cera para pisos	39	11,82

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los consumidores se pudo determinar que los productos considerados como principales para la alimentación son: arroz, azúcar, fideos, arveja, lenteja, leche, huevos, avena, aceite, atún, sardina, harina, sal, café, mantequilla, carne de res, carne de chanco, carne de pollo, fundas de horchata, mortadela, jamón, salchichas, gaseosas y otros productos, como: jabón, pasta dental, detergente, shampoo, cloro, papel higiénico, servilletas, cera para pisos.

5. Sírvase indicar la cantidad de productos de primera necesidad que consume en forma diaria, semanal y mensual.

Cuadro # 07

Producto	ARROZ Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	**CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		*2		6		14		20				
Diario	23	13	26	6	36	3	42	1	20	124	5,39	45260
Semanal	172	33	66	27	162	75	1050	37	740	2018	11,73	104936
Mensual	135	7	14	18	108	43	602	67	1340	2064	15,29	24768
TOTALES	330											174964
Consumo Anual por Familia. ***												530,19

Fuente: Los Encuestados.

Elaboración: Los Autores.

*El valor del subtotal se lo obtiene calculando del valor de: $13 \times 2 = 26$

**El consumo promedio se lo obtiene del total del consumo que es: $124/23 = 5,39$

$124 \times 365 = 45260$.

*** El total del consumo anual por familia se calcula de la siguiente forma: $174964/330 = 530,19$

Producto	AZUCAR Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	23	11	22	7	42	4	56	1	20	140	6,09	51100
Semanal	172	21	42	42	252	62	868	47	940	2102	12,22	109304
Mensual	135	17	34	26	156	35	490	57	1140	1820	13,48	21840
TOTALES	330										31,79	182244
Consumo Anual por Familia.												552,25

Producto	FIDEOS Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	23	8	16	7	42	6	84	2	40	182	7,91	66430
Semanal	172	29	58	31	186	67	938	45	900	2082	12,10	108264
Mensual	135	11	22	31	186	42	588	51	1020	1816	13,45	21792
TOTALES	330											196486
Consumo Anual por Familia.												595,41

Producto	JABÓN Unidades									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	12	8	16	2	12	1	14	1	20	62	5,17	22630
Semanal	128	62	124	47	282	13	182	6	120	708	5,53	36816
Mensual	167	77	154	43	258	31	434	16	320	1166	6,98	13992
TOTALES	307											73438
Consumo Anual por Familia.												239,21

Producto	ARVEJA Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	16	9	18	3	18	3	42	1	20	98	6,13	35770
Semanal	119	53	106	43	258	16	224	7	140	728	6,12	37856
Mensual	177	66	132	55	330	37	518	19	380	1360	7,68	16320
TOTALES	312											89946
Consumo Anual por Familia.												288,29

Producto	LENTEJA Libras									TOTALES			
Unidad													
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL	
		2		6		14		20					
Diario	36	21	42	7	42	5	70	3	60	214	5,94	78110	
Semanal	92	41	82	35	210	11	154	5	100	546	5,93	28392	
Mensual	195	69	138	67	402	40	560	19	380	1480	7,59	17760	
TOTALES	323											124262	
Consumo Anual por Familia.													384,71

Producto	LECHE Litros									TOTALES			
Unidad													
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL	
		2		6		14		20					
Diario	49	25	50	13	78	7	98	4	80	306	6,24	111690	
Semanal	76	38	76	21	126	11	154	6	120	476	6,26	24752	
Mensual	177	33	66	74	444	49	686	21	420	1616	9,13	19392	
TOTALES	302											155834	
Consumo Anual por Familia.													516,01

Producto	HUEVOS Unidades									TOTALES			
Unidad													
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL	
		2		6		14		20					
Diario	23	11	22	7	42	3	42	2	40	146	6,35	53290	
Semanal	172	82	164	59	354	19	266	12	240	1024	5,95	53248	
Mensual	135	67	134	31	186	25	350	12	240	910	6,74	10920	
TOTALES	330											117458	
Consumo Anual por Familia.													355,93

Producto	AVENA Libras									TOTALES			
Unidad													
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL	
		2		6		14		20					
Diario	30	15	30	11	66	3	42	1	20	158	5,27	57670	
Semanal	144	71	142	45	270	16	224	12	240	876	6,08	45552	
Mensual	142	73	146	37	222	19	266	13	260	894	6,30	10728	
TOTALES	316											113950	
Consumo Anual por Familia.													360,60

Producto	ACEITE Litros									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	23	13	26	7	42	3	42	0	0	110	4,78	40150
Semanal	172	93	186	67	402	12	168	0	0	756	4,40	39312
Mensual	135	89	178	35	210	11	154	0	0	542	4,01	6504
TOTALES	330											85966
Consumo Anual por Familia.												260,50

Producto	ATÚN Unidades									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	23	16	32	7	42	0	0	0	0	74	3,22	27010
Semanal	172	79	158	70	420	22	308	1	20	906	5,27	47112
Mensual	135	87	174	35	210	12	168	1	20	572	4,24	6864
TOTALES	330											80986
Consumo Anual por Familia.												245,41

Producto	SARDINA Unidades									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	32	19	38	11	66	2	28	0	0	132	4,13	48180
Semanal	137	71	142	62	372	3	42	1	20	576	4,20	29952
Mensual	136	81	162	25	150	29	406	1	20	738	5,43	8856
TOTALES	305											86988
Consumo Anual por Familia.												285,21

Producto	HARINA Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	29	12	24	9	54	6	84	2	40	202	6,97	73730
Semanal	132	75	150	31	186	19	266	7	140	742	5,62	38584
Mensual	160	77	154	51	306	23	322	9	180	962	6,01	11544
TOTALES	321											123858
Consumo Anual por Familia.												385,85

Producto	PASTA DENTAL Unidades									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	40	19	38	13	78	5	70	3	60	246	6,15	89790
Semanal	130	66	132	35	210	19	266	10	200	808	6,22	42016
Mensual	145	69	138	38	228	23	322	15	300	988	6,81	11856
TOTALES	315											143662
Consumo Anual por Familia.												456,07

Producto	DETERGENTE Unidades									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	28	17	34	9	54	2	28	0	0	116	4,14	42340
Semanal	126	67	134	38	228	18	252	3	60	674	5,35	35048
Mensual	165	75	150	49	294	25	350	16	320	1114	6,75	13368
TOTALES	319											90756
Consumo Anual por Familia.												284,50

Producto	SHAMPOO Unidades									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	12	9	18	3	18	0	0	0	0	36	3,00	13140
Semanal	128	70	140	39	234	19	266	0	0	640	5,00	33280
Mensual	167	81	162	57	342	26	364	3	60	928	5,56	11136
TOTALES	307											57556
Consumo Anual por Familia.												187,48

Producto	CLORO Unidades									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	17	11	22	4	24	2	28	0	0	74	4,35	27010
Semanal	131	67	134	35	210	27	378	2	40	762	5,82	39624
Mensual	156	72	144	52	312	29	406	3	60	922	5,91	11064
TOTALES	304											77698
Consumo Anual por Familia.												255,59

Producto	PAPEL HIGIENICO Unidades									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 o mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	23	12	24	7	42	3	42	1	20	128	5,57	46720
Semanal	172	75	150	61	366	31	434	5	100	1050	6,10	54600
Mensual	135	68	136	44	264	17	238	6	120	758	5,61	9096
TOTALES	330											110416
Consumo Anual por Familia.												334,59

Producto	SAL Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 o mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	23	16	32	5	30	1	14	1	20	96	4,17	35040
Semanal	172	77	154	60	360	34	476	1	20	1010	5,87	52520
Mensual	135	65	130	46	276	21	294	3	60	760	5,63	9120
TOTALES	330											96680
Consumo Anual por Familia.												292,97

Producto	CAFE Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	28	13	26	8	48	6	84	1	20	178	6,36	64970
Semanal	126	55	110	39	234	31	434	1	20	798	6,33	41496
Mensual	165	71	142	56	336	36	504	2	40	1022	6,19	12264
TOTALES	319											118730
Consumo Anual por Familia.												372,19

Producto	MANTEQUILLA Unidades									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	13	10	20	3	18	0	0	0	0	38	2,92	13870
Semanal	118	44	88	40	240	33	462	1	20	810	6,86	42120
Mensual	166	71	142	60	360	33	462	2	40	1004	6,05	12048
TOTALES	297											68038
Consumo Anual por Familia.												229,08

Producto	CARNE DE RES Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	23	11	22	7	42	3	42	2	40	146	6,35	53290
Semanal	172	75	150	52	312	36	504	9	180	1146	6,66	59592
Mensual	135	67	134	42	252	23	322	3	60	768	5,69	9216
TOTALES	330											122098
Consumo Anual por Familia.												369,99

Producto	CARNE DE CHANCHO Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	30	16	32	8	48	5	70	1	20	170	5,67	62050
Semanal	152	60	120	54	324	33	462	5	100	1006	6,62	52312
Mensual	132	63	126	43	258	20	280	6	120	784	5,94	9408
TOTALES	314											123770
Consumo Anual por Familia.												394,17

Producto	CARNE DE POLLO Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	34	18	36	10	60	5	70	1	20	186	5,47	67890
Semanal	165	71	142	53	318	34	476	7	140	1076	6,52	55952
Mensual	131	61	122	44	264	18	252	8	160	798	6,09	9576
TOTALES	330											133418
Consumo Anual por Familia.												404,30

Producto	FUNDA DE HORCHATAS Paquetes									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	29	13	26	9	54	5	70	2	40	190	6,55	69350
Semanal	53	29	58	17	102	5	70	2	40	270	5,09	14040
Mensual	113	48	96	45	270	11	154	9	180	700	6,19	8400
TOTALES	195											91790
Consumo Anual por Familia.												470,72

Producto	MORTADELA DE POLLO Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	14	9	18	5	30	0	0	0	0	48	3,43	17520
Semanal	52	29	58	21	126	2	28	0	0	212	4,08	11024
Mensual	113	51	102	48	288	9	126	5	100	616	5,45	7392
TOTALES	179											35936
Consumo Anual por Familia.												200,76

Producto	JAMON Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	18	11	22	6	36	1	14	0	0	72	4,00	26280
Semanal	58	31	62	23	138	3	42	1	20	262	4,52	13624
Mensual	107	47	94	44	264	11	154	5	100	612	5,72	7344
TOTALES	183											47248
Consumo Anual por Familia.												258,19

Producto	SALCHICHAS Libras									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	33	19	38	11	66	3	42	0	0	146	4,42	53290
Semanal	110	57	114	40	240	12	168	1	20	542	4,93	28184
Mensual	156	72	144	62	372	17	238	5	100	854	5,47	10248
TOTALES	299											91722
Consumo Anual por Familia.												306,76

Producto	GASEOSAS Unidades									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	49	31	62	13	78	4	56	1	20	216	4,41	78840
Semanal	76	42	84	21	126	11	154	2	40	404	5,32	21008
Mensual	177	85	170	68	408	19	266	5	100	944	5,33	11328
TOTALES	302											111176
Consumo Anual por Familia.												368,13

Producto	SEVILLETAS Paquetes									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	36	22	44	9	54	4	56	1	20	174	4,83	63510
Semanal	82	43	86	27	162	10	140	2	40	428	5,22	22256
Mensual	110	51	102	35	210	19	266	5	100	678	6,16	8136
TOTALES	228											93902
Consumo Anual por Familia.												411,85

Producto	CERA PARA PISOS Litros									TOTALES		
Unidad												
Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 0 mas	SUB TOTAL	TOTAL CONSUMO	CONSUMO PROMEDIO	CONSUMO TOTAL ANUAL
		2		6		14		20				
Diario	7	5	10	2	12	0	0	0	0	22	3,14	8030
Semanal	12	8	16	3	18	1	14	0	0	48	4,00	2496
Mensual	20	13	26	6	36	1	14	0	0	76	3,80	912
TOTALES	39											11438
Consumo Anual por Familia.												293,28

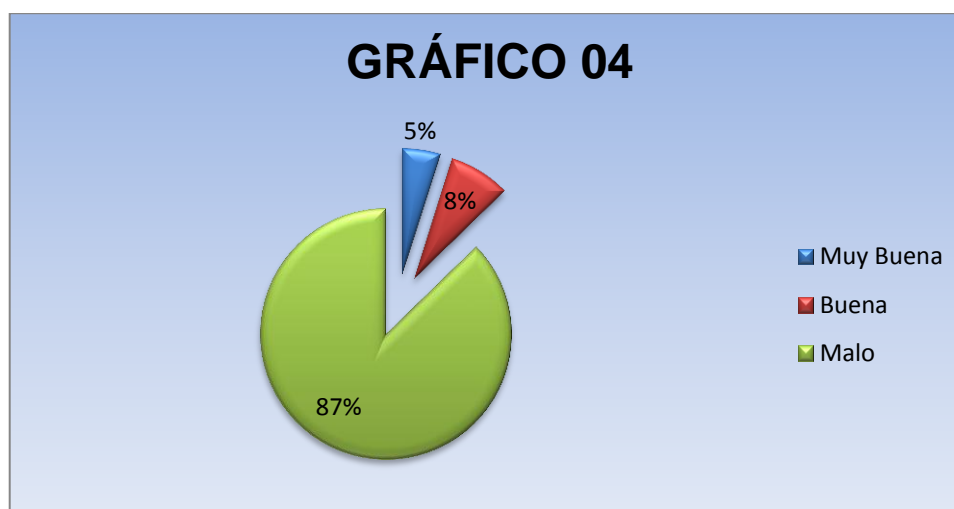
6. ¿Cómo califica el servicio de los centros de abasto del Cantón Yacuambi?

CUADRO # 08

Calidad de Servicio		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	16	4,85
Buena	26	7,88
Malo	288	87,27
TOTAL	330	100,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO: Los Autores



INTERPRETACIÓN

De los 330 encuestados, 16 que representan el 4,85% que la calidad del servicio en el cantón es Muy Buena de igual forma 26 personas equivalente al 7,88% manifestaron que es Buena y por último 288 personas que representa el 87,27% manifestaron que es malo el servicio.

7. En el caso de crearse un comisariato. ¿Compraría usted productos de primera necesidad en el mismo?

CUADRO # 09

IMPLEMENTACION DEL COMISARIATO		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	201	60,91
NO	129	39,09
TOTAL	330	100,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO: Los Autores



INTERPRETACIÓN:

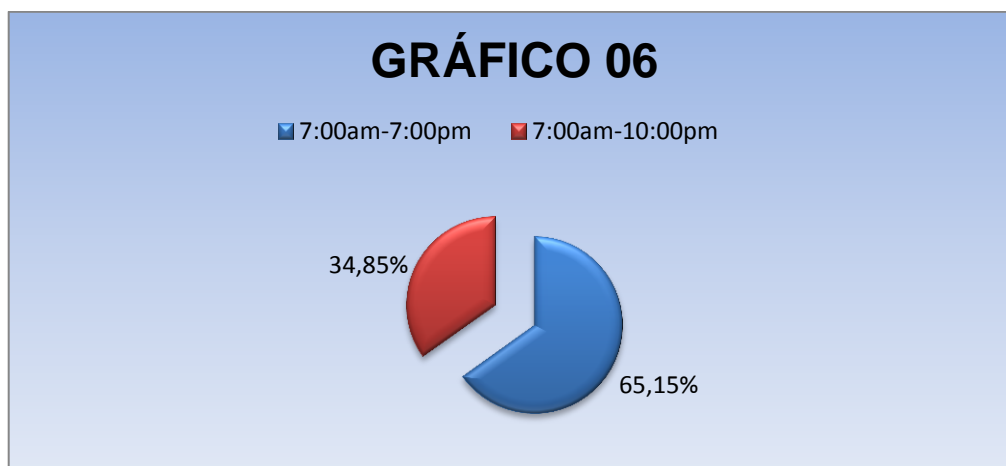
Las 330 encuestas aplicadas a los consumidores, nos permitieron constatar que 201 personas equivalente al 60,91%, manifiestan que si comprarían productos en el comisariato a crearse, en cambio 129 personas que representan el 39,09% manifiestan que no lo harían.

8. En caso de ser positiva su respuesta. ¿En qué horario prefiere usted ser atendido en el comisariato? Marque con una X una sola opción.

CUADRO # 10

HORARIOS DE ATENCIÓN		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7:00am-7:00pm	215	65,15
7:00am-10:00pm	115	34,85
TOTAL	330	100,00

FUENTE: Investigación de Campo
ELABORADO: Los Autores



INTERPRETACIÓN:

De las 330 encuestas aplicadas a los consumidores, 215 personas que representan el 65,15% manifiestan que preferirían que los horarios de atención del comisariato sea de 7:00am-7:00pm, en tanto que 115 personas que representan el 34,85% prefieren que el horario de atención del comisariato sea de 7:00am-10:00pm.

9. ¿A qué medios de comunicación tiene acceso usted? Marque con una X una sola opción

CUADRO # 11

MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	308	93,33
PRENSA	22	6,67
TOTAL	330	100,00

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO: Los Autores



INTERPRETACIÓN:

De las 330 encuestas aplicadas a los consumidores, pudimos constatar que en lo que se refiere a los medios de comunicación, 308 personas que representan el 93,33% acceden con mayor frecuencia a la radio, en tanto que 22 personas que representan el 6,67% prefieren informarse a través de la prensa.

g) DISCUSIÓN

g) DISCUSIÓN

g.1) DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA ANUAL

g.1.1) DEMANDA POTENCIAL

Para determinar se tomó el total de las encuestas aplicadas a la familias del Cantón Yacuambi, ya que la Demanda Potencial se basa en los posibles consumidores a futuro y por ende se tomó en consideración el 100 % de las encuestas realizadas, y una tasa de crecimiento del 3,8% para la vida útil del proyecto, para la cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$Dp = N^{\circ} \text{ de Familias} \times \text{Porcentaje}$$

$$Dp = 1970 \times 100\% = 1970$$

Cuadro # 12

DEMANDA POTENCIAL				
Nº	Años	Familias	Porcentaje	Demanda Potencial
1	2012	1970	100%	1970
2	2013	2045	100%	2045
3	2014	2123	100%	2123
4	2015	2204	100%	2204
5	2016	2287	100%	2287

FUENTE: Estudio de Campo (Encuestas)

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.1.2) DEMANDA REAL

Son los consumidores que adquieren un determinado producto y servicio actualmente en el mercado. En el presente proyecto la Demanda Real se la puede considerar a la misma Demanda Potencial, debido a que no existe en el Cantón un tipo de negocio similar al que se propone.

g.1.3) DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la Demanda Efectiva se tomó los datos del Cuadro N° 09 de la pregunta número 07, se tomó en consideración el porcentaje extraído de las encuestas aplicadas a las familias del Cantón Yacuambi, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula.

$$De = Dp \times \text{Porcentaje}$$

$$De = 1970 \times 60,91\% = 1200$$

Cuadro # 13

DEMANDA EFECTIVA				
Nº	Años	Demanda Potencial	Porcentaje	Demanda Efectiva
1	2012	1970	60,91%	1200
2	2013	2045	60,91%	1246
3	2014	2123	60,91%	1293
4	2015	2204	60,91%	1342
5	2016	2287	60,91%	1393

FUENTE: Cuadro N# 09.

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.1.4) CONSUMO PROMEDIO

Para realizar el promedio consumo por familia utilizamos el Cuadro N° 07 y pregunta número 05, de las encuestas aplicadas.

Se anota la frecuencia y cantidad de productos de consumo masivo que consumen, estas cantidades las multiplicamos por el tiempo anual: Diarias 365 días al año, semanal 52 semanas que tiene el año y 12 meses al año. De esta manera obtenemos el consumo Diario, Semanal y Mensual, obteniendo una cantidad en cada uno de los productos, por lo tanto se determina el consumo de la demanda anual la cual se la divide para las 330 encuestas dándonos el siguiente resultado:

174964 (Libras)/330 (Encuestados)= 530 (Libras por familia).

Cuadro # 14

CONSUMO PROMEDIO ANUAL POR FAMILIA		
PRODUCTOS	UNIDAD	CONSUMO ANUAL POR FAMILIA
Arroz	libras	530
Azúcar	libras	552
Fideos	libras	595
Jabón	unidades	239
Arveja	libras	288
Lenteja	libras	385
Leche	litros	516
Huevos	unidades	356
Avena	libras	361
Aceite	litros	261
Atún	unidades	245
Sardina	unidades	285
Harina	libras	386
Pasta dental	unidades	456
Detergente	unidades	285
Shampoo	unidades	187
Cloro	unidades	256
Papel higiénico	unidades	335
Sal	libras	293
Café	unidades	372
Mantequilla	libras	229
Carne de res	libras	370
Carne chancho	libras	394
Carne de pollo	libras	404
Funda de horchatas	unidades	471
Mortadela de pollo	libras	201
Jamón	libras	258
Salchichas	libras	307
Gaseosas	unidades	368
Servilletas	paquetes	412
Cera para pisos	unidades	293

FUENTE: Cuadro N# 07

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.1.5) CANTIDADES DEMANDADAS

CUADRO # 15

CANTIDAD DEMANDADA					
PRODUCTOS	UNIDAD	CONSUMO ANUAL POR FAMILIA	DEMANDA EFECTIVA	* CANTIDAD AL MAYOREO O AÑO 1	UNIDAD
Arroz	libras	530	1200	6362	Qq
Azúcar	libras	552	1200	6627	Qq
Fideos	libras	595	1200	7145	Qq
Jabón	unidades	239	1200	2870	Cajas (100 u)
Arveja	libras	288	1200	3459	Qq
Lenteja	libras	385	1200	4616	Qq
Leche	litros	516	1200	619170	litros
Huevos	unidades	356	1200	427094	unidades
Avena	libras	361	1200	4327	Qq
Aceite	litros	261	1200	312585	litros
Atún	unidades	245	1200	294477	unidades
Sardina	unidades	285	1200	342227	unidades
Harina	libras	386	1200	4630	Qq
Pasta dental	unidades	456	1200	547251	unidades
Detergente	unidades	285	1200	341381	unidades
Shampoo	unidades	187	1200	224961	unidades
Cloro	unidades	256	1200	306684	unidades
Papel higiénico	unidades	335	1200	401488	unidades
Sal	libras	293	1200	3515	Qq
Café	unidades	372	1200	446606	unidades
Mantequilla	libras	229	1200	274884	libras
Carne de res	libras	370	1200	443966	libras
Carne chancho	libras	394	1200	472978	libras
Carne de pollo	libras	404	1200	485127	libras
Funda horchatas	unidades	471	1200	564827	unidades
Mortadela de pollo	libras	201	1200	240897	libras
Jamón	libras	258	1200	309804	libras
Salchichas	libras	307	1200	368093	libras
Gaseosas	unidades	368	1200	441732	unidades
Servilletas	paquetes	412	1200	494191	paquetes
Cera para pisos	unidades	293	1200	351917	unidades

FUENTE: Cuadro N# 14, Demanda Efectiva Cuadro N# 13

ELABORACIÓN: Los Autores.

* La cantidad al mayoreo se obtuvo de la siguiente forma: $530 \times 1200 / 100 = 6362$.

g.1.6) ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta se consideró aspectos elementales tales como:

- a) En el Cantón Yacuambi existen algunas tiendas, bodegas, mercado central, que ofrecen productos de primera necesidad, pero ninguno de ellos tiene el carácter de comisariato convirtiéndose en el primero y único en el Cantón.
- b) Los centros de abasto, tales como: (tiendas, bodegas, mercado central) constituyen una competencia de forma indirecta, para nuestra propuesta de comisariato, por ende se tomó en consideración como ofertantes a los ya mencionados.
- c) Para calcular la oferta se tomó en consideración los resultados de la entrevista realizadas a los propietarios de los centros de abasto en el cual se explica lo siguiente:

CUADRO # 16

OFERTA DEL CANTÓN YACUAMBI

PRODUCTOS	UNIDAD	TIENDA DON GODOY		COMERCIAL ZEAS		COMERCIAL LUIS GONZALES		TOTAL DE OFERTA ANUAL	TOTAL OFERTA AL MAYOREO	UNIDAD
		MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL			
Arroz	libras	2800	33600	2940	35280	3080	36960	105840	1058	Qq
Azúcar	libras	800	9600	840	10080	880	10560	30240	302	Qq
Fideos	libras	880	10560	924	11088	968	11616	33264	333	Qq
Jabón	unidades	576	6912	605	7258	634	7603	21773	218	Cajas (100 u)
Arveja	libras	200	2400	210	2520	220	2640	7560	76	Qq
Lenteja	libras	200	2400	210	2520	220	2640	7560	76	Qq
Leche	litros	96	1152	101	1210	106	1267	3629	3629	litros
Huevos	unidades	600	7200	630	7560	660	7920	22680	22680	unidades
Avena	libras	200	2400	210	2520	220	2640	7560	76	Qq
Aceite	litros	300	3600	315	3780	330	3960	11340	11340	litros
Atún	unidades	192	2304	202	2419	211	2534	7258	7258	unidades
Sardina	unidades	100	1200	105	1260	110	1320	3780	3780	unidades
Harina	libras	440	5280	462	5544	484	5808	16632	166,32	Qq
Pasta dental	unidades	100	1200	105	1260	110	1320	3780	3780	unidades
Detergente	unidades	100	1200	105	1260	110	1320	3780	3780	unidades
Shampoo	unidades	12	144	13	151	13	158	454	454	unidades
Cloro	unidades	48	576	50	605	53	634	1814	1814	unidades
Papel higiénico	unidades	576	6912	605	7258	634	7603	21773	21773	unidades
Sal	libras	80	960	84	1008	88	1056	3024	30	Qq
Café	unidades	100	1200	105	1260	110	1320	3780	3780	unidades
Mantequilla	libras	20	240	21	252	22	264	756	756	libras
Carne de res	libras	100	1200	105	1260	110	1320	3780	3780	libras
Carne chancho	libras	80	960	84	1008	88	1056	3024	3024	libras
Carne de pollo	libras	200	2400	210	2520	220	2640	7560	7560	libras
Funda de horchatas	unidades	200	2400	210	2520	220	2640	7560	7560	unidades
Mortadela de pollo	libras	80	960	84	1008	88	1056	3024	3024	libras
Jamón	libras	100	1200	105	1260	110	1320	3780	3780	libras
Salchichas	libras	20	240	21	252	22	264	756	756	libras
Gaseosas	unidades	200	2400	210	2520	220	2640	7560	7560	unidades
Servilletas	paquetes	100	1200	105	1260	110	1320	3780	3780	paquetes
Cera para pisos	unidades	12	144	20	240	17	204	588	588	unidades

FUENTE: Ofertantes del Cantón Yacuambi.

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.1.7) DETERMINACION DEL BALANCE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad. Se llama Demanda Insatisfecha aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta

Cuadro # 17

BALANCE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA			
PRODUCTO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Arroz	6362	1058	5304
Azúcar	6627	302	6324
Fideos	7145	333	6812
Jabón	2870	218	2653
Arveja	3459	76	3384
Lenteja	4616	76	4541
Leche	619170	3629	615541
Huevos	427094	22680	404414
Avena	4327	76	4251
Aceite	312585	11340	301245
Atún	294477	7258	287219
Sardina	342227	3780	338447
Harina	4630	166	4464
Pasta dental	547251	3780	543471
Detergente	341381	3780	337601
Shampoo	224961	454	224507
Cloro	306684	1814	304870
Papel higiénico	401488	21773	379716
Sal	3515	30	3485
Café	446606	3780	442826
Mantequilla	274884	756	274128
Carne de res	443966	3780	440186
Carne chancho	472978	3024	469954
Carne de pollo	485127	7560	477567
Funda de horchatas	564827	7560	557267
Mortadela de pollo	240897	3024	237873
Jamón	309804	3780	306024
Salchichas	368093	756	367337
Gaseosas	441732	7560	434172
Servilletas	494191	3780	490411
Cera para pisos	351917	588	351329

FUENTE: Cuadro N# 15 y 16.

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.1.8) PLAN DE COMERCIALIZACION PARA EL COMISARIATO

g.1.8.1) PRODUCTO

El comisariato a instalarse tiene como objetivo finalidad prestar servicios al Cantón Yacuambi con productos de primera necesidad y de consumo masivo; es más, tomando en cuenta las preferencias por ellos mismo indicados en las siguientes encuestas.

Estos productos se constituyen necesarios y de consumo diario. Lo que obligara al administrador del comisariato cuidar de la calidad peso y presentación de los productos.

g.1.8.2) DISEÑO

Forma y tamaño que permite la identificación del producto o la empresa y, generalmente, configura la propia personalidad del mismo.

GRÁFICO 08



g.1.8.3) PRECIO

Se tiene ya un importante análisis para definir los precios que serán propuestos en la ejecución del proyecto, ya que para el efecto se tomará en consideración; los costos totales del servicio y operación, un margen de utilidad, la capacidad de pago de los consumidores y la competencia.

g.1.8.4) PLAZA

El mercado potencial para la comercialización de los productos estará constituido por los habitantes del Cantón Yacuambi. En el caso particular del presente proyecto, utilizamos un canal indirecto, que se explica en el siguiente gráfico.



g.1.8.5) PUBLICIDAD

Para realizar una cuña radial se tomó en consideración la información de la pregunta N° 09 del cuadro número 11 de las encuestas aplicadas. Para ello se diseñó lo siguiente.

Cuadro # 18

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	MEDIOS	DURACIÓN	NUMERO DE INSERCIONES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Radio.	Radio laser estero	60 seg.	40 mensuales en segmento noticiero	1,00	40,00

Fuente: Radio Laser Estéreo.
Elaboración: Los Autores.

g.1.8.6) PROVEEDORES

Para suministrar a nuestros consumidores, la empresa se abastecerá de los siguientes proveedores:

- ROMAR (Calle 18 de Noviembre y José Antonio Eguiguren)
- Calva & Calva (Av. Universitaria y Azuay)
- Comercial Pineda. (Mayorista)

g.2) ESTUDIO TÉCNICO

g.2.1) TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Para determinar el tamaño óptimo de la empresa se consideró dos aspectos importantes como son la demanda insatisfecha y la capacidad que tendrá para comercializar los productos.

g.2.1.1) CAPACIDAD INSTALADA DEL SERVICIO

La capacidad instalada significa el cien por ciento de las posibilidades que tiene la empresa para poder comercializar los productos .En el presente caso está definido por el total de productos a comercializar, por el espacio físico y por las características mismas del proyecto. Cabe indicar que la empresa cubrirá del 7% al 13% de la Demanda Insatisfecha, debido al espacio físico disponible y al volumen de los productos, ya que la empresa contara con un empleado más una cajera para su operatividad.

La empresa estará en capacidad de adquirir 29 quintales de arroz al mes, los cuales constituirán un total de 346 quintales al Año, cabe indicar que se ha seguido el mismo procedimiento para los productos a comercializarse en el comisariato de acuerdo al cuadro que se indica a continuación.

Cuadro # 19

CAPACIDAD INSTALADA DEL COMISARIATO				
PRODUCTOS	CANTIDAD DEMANDA A	PARTICIPACIÓN DE MERCADO	CAPACIDAD INSTALADA	UNIDADES
Arroz	5304	7%	346	Qq
Azúcar	6324	12%	760	Qq
Fideos	6812	12%	816	Qq
Jabón	2653	10%	258	Cajas (100 u)
Arveja	3384	12%	412	Qq
Lenteja	4541	13%	584	Qq
Leche	615541	12%	76103	litros
Huevos	404414	12%	47389	unidades
Avena	4251	13%	532	Qq
Aceite	301245	12%	37313	litros
Atún	287219	13%	36864	unidades
Sardina	338447	12%	41604	unidades
Harina	4464	12%	536	Qq
Pasta dental	543471	13%	69941	unidades
Detergente	337601	13%	43488	unidades
Shampoo	224507	13%	28551	unidades
Cloro	304870	12%	37942	unidades
Papel higiénico	379716	12%	44322	unidades
Sal	3485	13%	468	Qq
Café	442826	13%	57475	unidades
Mantequilla	274128	12%	33641	libras
Carne de res	440186	13%	59159	libras
Carne chancho	469954	13%	60373	libras
Carne de pollo	477567	13%	62929	libras
Funda de horchatas	557267	8%	42115	unidades
Mortadela de pollo	237873	7%	16456	libras
Jamón	306024	7%	21734	libras
Salchichas	367337	12%	45483	libras
Gaseosas	434172	12%	51808	unidades
Servilletas	490411	9%	45061	paquetes
Cera para pisos	351329	2%	5425	unidades

FUENTE: Cuadro N# 17 Demanda Insatisfecha.

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.2.1.2) CAPACIDAD UTILIZADA

Para determinar la capacidad utilizada se consideró un porcentaje que cubrirá la empresa, de acuerdo a las condiciones que técnicamente se adoptan para iniciar el negocio.

En el primer año la empresa comercializará con el 80% de su capacidad; para el segundo la empresa utilizará el 85% de su capacidad; en el tercer año la empresa estará en condiciones de comercializará el 90%; para el cuarto año 95%, y para el quinto año el 100%% de los productos que se venderán de acuerdo a lo establecido en el estudio.

La Capacidad Utilizada es de para el primer año es de 277 quintales de Arroz, que corresponde al 80% de la Capacidad Instalada, de igual forma se calculó para todos los productos.

A continuación se demuestra la cantidad de los productos que serán comercializados en los diferentes años y en los porcentajes señalados.

Cuadro # 20

CAPACIDAD UTILIZADA DE ATENCIÓN DEL COMISARIATO CON PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD PARA LA VIDA ÚIL DEL PROYECTO.						
PRODUCTOS	CAPACIDAD INSTALADA	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
		80%	85%	90%	95%	100%
Arroz	346	277	294	311	329	346
Azúcar	760	608	646	684	722	760
Fideos	816	653	694	734	775	816
Jabón	258	206	219	232	245	258
Arveja	412	330	350	371	392	412
Lenteja	584	467	496	526	555	584
Leche	76103	60882	64688	68493	72298	76103
Huevos	47389	37911	40281	42650	45020	47389
Avena	532	426	452	479	505	532
Aceite	37313	29850	31716	33582	35447	37313
Atún	36864	29491	31334	33178	35021	36864
Sardina	41604	33283	35363	37444	39524	41604
Harina	536	429	456	482	509	536
Pasta dental	69941	55953	59450	62947	66444	69941
Detergente	43488	34790	36965	39139	41314	43488
Shampoo	28551	22841	24268	25696	27123	28551
Cloro	37942	30354	32251	34148	36045	37942
Papel higiénico	44322	35458	37674	39890	42106	44322
Sal	468	374	398	421	445	468
Café	57475	45980	48854	51728	54601	57475
Mantequilla	33641	26913	28595	30277	31959	33641
Carne de res	59159	47327	50285	53243	56201	59159
Carne chancho	60373	48298	51317	54336	57354	60373
Carne de pollo	62929	50343	53490	56636	59783	62929
Funda de horchatas	42115	33692	35798	37904	40009	42115
Mortadela de pollo	16456	13165	13988	14810	15633	16456
Jamón	21734	17387	18474	19561	20647	21734
Salchichas	45483	36386	38661	40935	43209	45483
Gaseosas	51808	41446	44037	46627	49218	51808
Servilletas	45061	36049	38302	40555	42808	45061
Cera para pisos	5425	4340	4611	4883	5154	5425

FUENTE: Cuadro N# 19 Capacidad Instalada.

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.2.2) LOCALIZACIÓN

El estudio de la localización tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel de beneficio para los usuarios y para la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condicionantes. En este punto detallaremos la ubicación geográfica de la planta principal así como la de otras plantas u oficinas de la empresa, si lo hubiere

g.2.2.1) MACROLOCALIZACIÓN

Tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. El comisariato estará ubicado en el Cantón Yacuambi-Provincia de Zamora Chinchipe porque se trata de una empresa única en el sector.

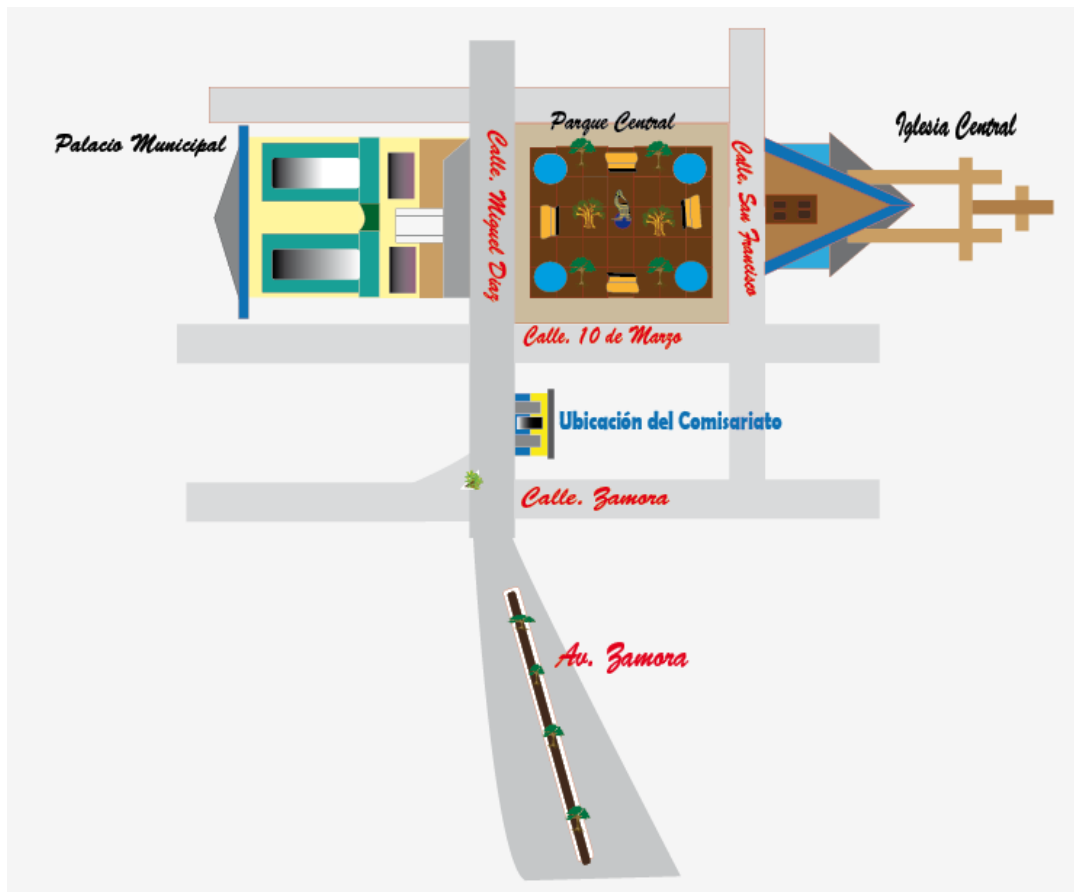
GRÁFICO 09



g.2.2.2) MICROLOCALIZACIÓN

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la empresa, siendo este el sitio que permite cumplir con los objetivos de lograr la mayor rentabilidad. Por tal motivo el comisariato estará ubicado en las calles; Miguel Díaz entre Diez de marzo y Zamora.

Gráfico 10



g.2.3) DISEÑO DE INGENIERIA

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es el de resolver todo lo concerniente a la instalación y puesta en marcha de la empresa, desde la descripción del proceso para el servicio, selección de tecnología a utilizar, maquinaria y equipos, distribución optima de planta , hasta determinar las inversiones requeridas.

g.2.3.1) DESCRIPCION DE LOS PRODUCTOS

Los productos de la canasta básica familiar representan un consumo mínimo de alimentos para una familia u hogar de referencia Integrado por un conjunto de alimentos básicos, expresados en cantidades apropiadas y suficientes, para satisfacer por lo menos las necesidades energéticas y proteínicas de la familia u hogar de referencia.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PARA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Para realizar la comercialización de los productos en el comisariato, hemos ejecutado los siguientes pasos:

- **ADQUISICION DE PRODUCTOS.**

Los productos que el comisariato expenderá, serán adquiridos directamente a través de convenios con los productores, se realizará un estricto control tanto a la calidad, elaboración y fechas de caducidad etc. para dar mayor seguridad a nuestros consumidores.

- **ALMACENAMIENTO.**

Para evitar los riesgos derivados de la caída o desplazamiento de los productos es importante que sean almacenados con las adecuadas medidas de seguridad. En este apartado se ordenara de la siguiente manera:

- Los sacos se deben disponer en capas transversales, con la boca del saco mirando hacia el centro de la pila, se envolverá el conjunto de sacos y cajas mediante lámina de plástico retráctil lo que contribuye a mejorar sustancialmente la estabilidad.
- Las cajas o recipientes de capacidad igual o inferior a 50 libras se almacenaran contra la pared o en forma piramidal, no debiendo superarse los niveles de escalonamiento marcados por el proveedor ni una altura de 5 metros.
- Las pequeñas piezas se almacenara en contenedores o cestones.
- Los bidones y recipientes cilíndricos, se almacenara a cierta altura, se deben depositar convenientemente asegurados sobre pallets.

- **SELECCIÓN**

Una vez que la mercancía nueva ha ingresado a la tienda se seleccionará y se enviará, ya sea, a la bodega de abarrotes, a la bodega de líneas generales, o a las cámaras de congelación de perecederos según corresponda

- **PESAJE Y EMBALAJE**

Se realizara exclusivamente a productos que se expenderá por kilos y a granel.

- **UBICACIÓN**

La ubicación dependerá la rotación y eventos especiales. Para ordenar se tomara en consideración tanto la fecha de caducidad y por orden alfabético.











- **COMERCIALIZACION**

Es el área donde los clientes que finalmente han escogido su mercancía, pueden pagarla. En esta área, los cajeros son los que se encargan de cobrárselas, y son ayudados por sus supervisores de cajas.

g.2.3.2) FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS.

Para representar el proceso de comercialización de los productos que la empresa ofrecerá existen varios métodos pero el más utilizado es el siguiente:

GRÁFICO N° 12

N°	PROCESO	ACTIVIDADES						RESPONSABLE
								
1	Adquisición de los productos.							Gerente y Bodeguero
2	Almacenamiento de los productos.							Bodeguero
3	Control y selección de los productos.							Bodeguero
4	Pesaje y Embalaje.							Bodeguero
5	Ubicación en las perchas.							Obreros
6	Entrega a los productos al cliente.							Cajera y Bodeguero

g.2.4) DISTRIBUCIÓN FISICA

La distribución física de la infraestructura del proyecto es una de las estrategias que promueven la eficiencia de la operación del proyecto a largo plazo. Una buena distribución de las instalaciones tiene como propósito satisfacer al menor costo los requisitos de calidad del ambiente laboral, capacidad de cada sección de la planta, y equipo que se va a instalar.⁹

El comisariato “San José” estará ubicado en el cantón Yacuambi la misma que contará con una planta de 168 m² en la cual se subdivide en:

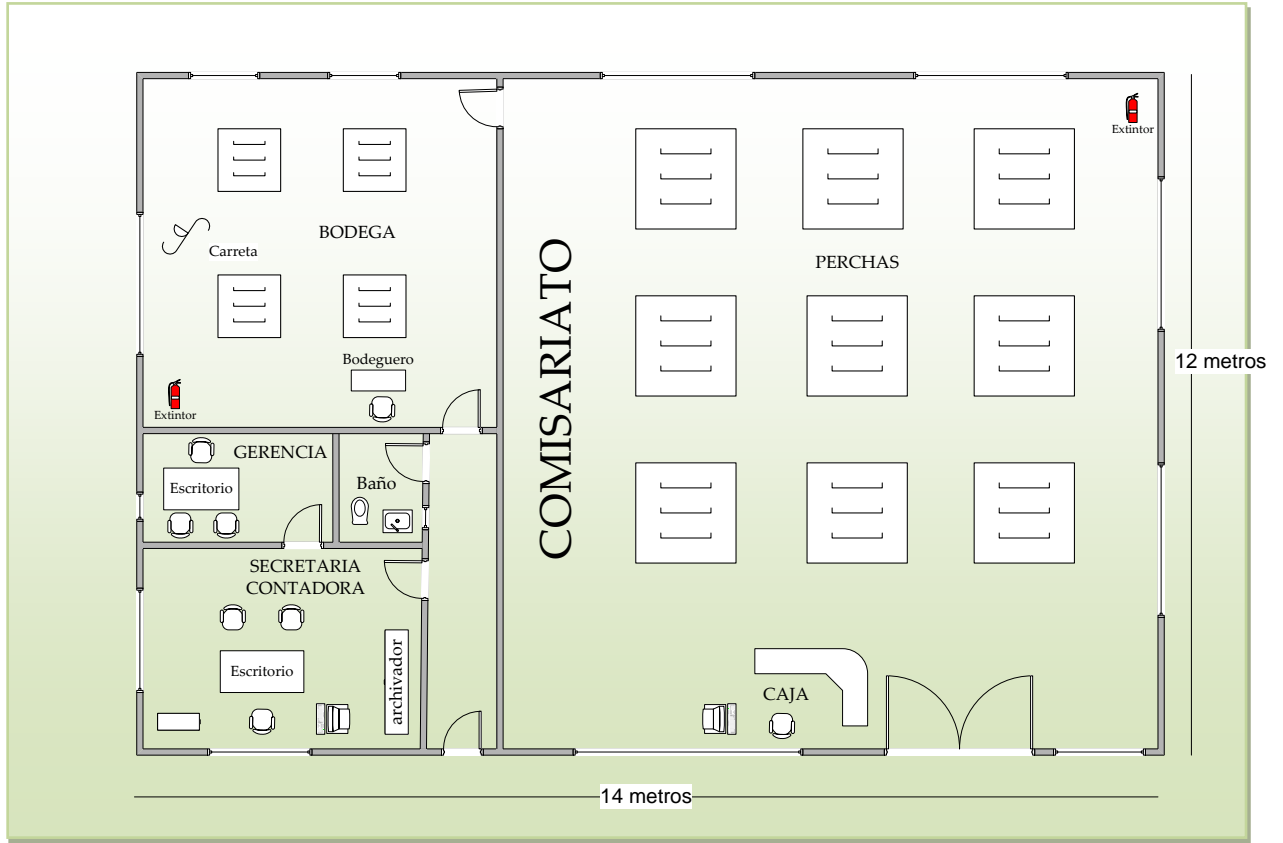
Instalaciones para el proceso de Comercialización (8 m x 12 m = 96 m²).

Finanzas y Gerencia (6 m x 6 m = 36 m²).

Bodega (6 m x 6 m = 36 m²).

⁹CORDOBA,P, Marcel, “Formulación y Evaluación de Proyectos”

GRÁFICO Nº 13



g.3) ESTUDIO FINANCIERO.

g.3.1) INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ADECUACIONES E INSTALACIONES.

Comprende la adecuación del comisariato en donde funcionarán sus instalaciones respectivas para ofrecer un servicio eficiente y con la comodidad que demanda actualmente este tipo de negocios. A continuación los detalles.

Cuadro N° 21

GÓNDOLAS (PERCHERIAS)			
(Valor en USD)			
DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Góndolas centrales (1,65 x 1,00 m)	10	240	2400
Góndolas Laterales (1,65 x 0,50 m)	16	155	2480
Total			4880

FUENTE: Ochoa Hnos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

EQUIPOS DE OPERACIÓN PARA EL COMISARIATO.

Los equipos necesarios para el funcionamiento adecuado del comisariato, en la comercialización de los productos son detallados en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 22

EQUIPOS DE OPERACIÓN PARA EL COMISARIATO			
(Valor en USD)			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Frigorífico	1	1300	1300
Balanza	1	185	185
Carrito de supermercado	10	240	2400
Cortadora de cárnicos	1	730	730
Refrigeradora	1	998	998
Total			5613

FUENTE: Ochoa Hnos.

ELABORACIÓN: Los Autores.

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Tiene que ver con la computarización de los sistemas administrativos y los costos de estos equipos de computación, además hay que recalcar que estos equipos tienen una vida muy limitada a consecuencia de los cambios rápidos en su tecnología.

Cuadro N° 23

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
(Valor en USD)			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORAS	3	575	1725
Total			1725

FUENTE: Compucentro.

ELABORACIÓN: Los Autores.

MUEBLES Y ENSERES DE OPERACIÓN PARA EL COMISARIATO

También denominada Mobiliario, se refiere a las mesas, sillas, archivos y otros artículos usados en las diversas oficinas de la empresa.

Cuadro N° 24

MUEBLES Y ENSERES PARA ADMINISTRACIÓN			
(Valor en USD)			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	190	190
Escritorio de madera	1	150	150
Sillas tipo Secretaria	3	120	360
Archivador de Aluminio	1	200	200
Total			900

FUENTE: Metálicas Carrión.

ELABORACIÓN: Los Autores.

EQUIPOS PARA AMINISTRACIÓN Y VENTAS

El requerimiento de equipo necesario para el área de administración y ventas, se puede observar en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 25

EQUIPOS PARA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS			
(Valor en USD)			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sumadoras	2	45	90
Teléfono	1	45	45
Perforadoras	2	12	24
Impresoras	1	75	75
Lector Sybol	1	180	180
Impresora Zetro Etiquetas	1	500	500
Software de Facturación	1	800	800
Caja Registradora	1	500	500
Total			2214

FUENTE: Compucentro y Gráficas Santiago.

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.3.2) INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

Son los gastos realizados por la empresa y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años.

Cuadro N° 26

ACTIVOS DIFERIDOS		
(Valor en USD)		
DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estudios preliminares	1000	1000
Permisos de funcionamiento	90	90
Constitución de la Compañía	450	450
Imprevistos 3%	50	50
Total		1590

FUENTE: Municipio de Yacuambi.

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.3.3) INVERSIONES EN CAPITAL DE OPERACIÓN.

El capital de operación, constituye los recursos necesarios con los que hay que contar para cubrir los costos iniciales para el funcionamiento del proyecto. Esta inversión ha sido estimada para 1 mes, ya que es un lapso suficiente para costear los gastos iniciales, si se considera que el comisariato generara ingresos desde el primer día de su apertura. El proyecto de esta inversión es de **\$ 104762,90**.

Cuadro N° 27

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	BODEGUERO	420,52	5046,29
1	CAJERA	420,52	5046,29
TOTAL		841,05	10092,58

ELABORACIÓN: Los Autores.

Cuadro N° 28

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA INDIRECTA				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
600 Unid.	FUNDAS	0,08	48,00	576,00
TOTAL			48,00	576,00

FUENTE: Ecuafundas Quito S.A.

ELABORADO: Los Autores

Cuadro N° 29

PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	GERENTE	591,32	7095,84
1	SECRE - CONTA	520,16	6241,86
1	ASCESOR JURI	80,00	80,00
TOTAL		1191,48	13417,70

FUENTE: Roles de pago Anexo #

ELABORACIÓN: Los Autores.

Cuadro N° 30

PRESUPUESTO DE UTILES DE OFICINA				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1 PAQ.	HOJAS PAPEL BOND	2,50	2,50	30,00
25 UNID.	CARPETAS	0,25	6,25	75,00
1 PAQ.	GRAPADORAS	0,25	0,25	3,00
100 UNID.	CLIPS	0,01	1,00	12,00
12 UNID.	ESFEROS	0,30	3,60	43,20
TOTAL			13,60	163,20

FUENTE: La Reforma.

ELABORACIÓN: Los Autores.

Cuadro N° 31

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
40	PUBLICIDAD	40,00	480,00
TOTAL		40,00	480,00

FUENTE: Radio Laser Estéreo.

ELABORACIÓN: Los Autores.

Cuadro N° 32

PRESUPUESTO DE ENERGIA ELECTRICA				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
730 KW/H	LUZ ELÉCTRICA	0,072	52,56	630,72
TOTAL			52,56	630,72

FUENTE: EERSSA.

ELABORACIÓN: Los Autores.

Cuadro N° 33

PRESUPUESTO DE AGUA				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
10 m ³	AGUA POTABLE	0,05	10,00	120,00
TOTAL			10,00	120,00

FUENTE: Municipio Yacuambi.

ELABORACIÓN: Los Autores.

Cuadro N° 34

PRESUPUESTO DE TELÉFONO				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
500 Minutos	TELÉFONO	0,025	25,00	300,00
TOTAL			25,00	300,00

FUENTE: Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

ELABORACIÓN: Los Autores.

Cuadro N° 35

PRESUPUESTO DE ARRIENDO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARRIENDO	250	3000
TOTAL	250	3000

FUENTE: Arrendatario.

ELABORACIÓN: Los Autores.

Cuadro N° 36

PRESUPUESTO DE UTILES DE ASEO				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
2 UNID.	ESCOBAS	2,50	5,00	60,00
2 UNID.	TRAPEADORES	5,00	10,00	120,00
5 UNID.	FRANELAS	1,00	5,00	60,00
4 LITROS.	DESINFECTANTES	3,00	12,00	144,00
FUNDA (400 1 Mlg.)	ESFEROS	3,80	3,80	45,60
TOTAL			35,80	429,60

FUENTE: Romar.

ELABORACIÓN: Los Autores.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los que provienen para realizar la función de administración en la empresa, a estos costos pertenecen sueldos del personal administrativo, gastos de oficina, depreciación de activos utilizados en estas funciones, amortización, servicios básicos y otros.

Cuadro N° 37

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUELDOS Y SALARIOS	1191,48	13417,70
ÚTILES DE OFICINA	13,60	163,20
PRESUPUESTO DE LUZ	52,56	630,72
PRESUPUESTO DE AGUA	10,00	120,00
PRESUPUESTO DE TELEFONO	25,00	300,00
ARRIENDO	250,00	3000,00
PRESUPUESTO DE UTILES DE ASEO	35,80	429,60
TOTAL	1578,44	18061,22

FUENTE: Cuadro # 29, 30, 32 - 36

ELABORACIÓN: Los Autores.

GASTOS DE VENTAS

Son los que se originan en las funciones de vender el producto al consumidor final, aquí están: gastos de oficina, servicios básicos, publicidad, investigación, capacitación, pruebas de mercado.

Cuadro N° 38

PRESUPUESTO DE GASTOS VENTAS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
PUBLICIDAD	40,00	480,00
TOTAL	40,00	480,00

FUENTE: Cuadro # 31

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.3.4) RESUMEN DE INVERSIÓN

Cuadro N° 39

RESUMEN DE LAS INVERSIONES		
DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
GÓNDOLAS (PERCHERÍA)	4.880	
EQUIPO DE OPERACIÓN	5.613,00	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.725,00	
MUEBLES Y ENSERES	900,00	
EQUIPO ADMINISTRACIÓN VENTAS	2.214,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		15.332,00
ACTIVOS NOMINALES O DIFERIDOS		
ESTUDIOS PRELIMINARES	1.000,00	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	90,00	
CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	450,00	
IMPREVISTOS	50,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		1.590,00
ACTIVOS CORRIENTES O CAPITAL DE TRABAJO (1 MES)		
PRODUCTOS PARA LA VENTA STOCK	85.333,42	
MANO DE OBRA DIRECTA	841,05	
MATERIA PRIMA INDIRECTA	48,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.578,44	
GASTO VENTAS	40,00	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		87.840,90
TOTAL DE LAS INVERSIONES		104.762,90

FUENTE: Cuadros # 21 – 28, 37 y 38, Anexo # 05 Costo de Mercadería.

ELABORACIÓN: Los autores.

g.3.5) FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Una vez establecida la inversión requerida, es necesario prever las fuentes de financiamiento, es decir de dónde se obtendrá los recursos que permitirán adquirir todo lo necesario para poner en marcha el proyecto.

Para ello se pretende obtener los recursos de dos clases de fuentes: con aporte propio un total de \$ 74762.90 y, a través de la solicitud de crédito por \$ 30.000. El préstamo a obtenerse tendrá un plazo de 5 años con una tasa de interés del 11,25%.

Cuadro N° 40

FINANCIAMIENTO	PORCENTAJE	TOTAL
CAPITAL PROPIO	71%	74.762,90
CAPITAL FINANCIADO	29%	30.000,00
TOTAL DE LAS INVERSIONES		104762,90

FUENTE: Cuadro # 39, Anexo #

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.3.6) PRESUPUESTOS PROYECTADOS

Para la instalación del comisariato, se ha elaborado un plan de desembolso durante los 5 años de vida útil del proyecto, esto responde a las posibilidades de inversión del comisariato.

En el cuadro que detallamos a continuación se presentan los cálculos correspondientes a los costos totales que demandara la implementación del comisariato.

Cuadro N° 41

PRESUPUESTO PROFORMADOS O PROYECTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DEL SERVICIO					
MATERIA DISPONIBLE PARA LA VENTA	1024001,05	1126081,15	1234052,46	1348202,31	1468830,94
MANO DE OBRA DIRECTA	10092,58	10445,82	10811,42	11189,82	11581,46
MATERIA PRIMA INDIRECTA	576,00	596,16	617,03	638,62	660,97
DEPRECIACIÓN DE GÓNDOLAS (PERCHERÍA)	439,20	439,20	439,20	439,20	439,20
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS PARA LA VENTA	199,26	199,26	199,26	199,26	199,26
TOTAL COSTO PARA EL SERVICIO	1035308,08	1137761,59	1246119,37	1360669,21	1481711,84
COSTO DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
SUELDOS Y SALARIOS	13417,70	13887,32	14373,38	14876,44	15397,12
ENERGIA ELÉCTRICA	630,72	652,80	675,64	699,29	723,77
TELÉFONO	300,00	310,50	321,37	332,62	344,26
CONSUMO DE AGUA	120,00	124,20	128,55	133,05	137,70
ÚTILES DE ASEO	429,60	444,64	460,20	476,31	492,98
ÚTILES DE OFICINA	163,20	168,91	174,82	180,94	187,28
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	383,33	383,33	383,33	399,55	399,55
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	318,00	318,00	318,00	318,00	318,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	15843,55	16370,70	16916,29	17497,19	18081,64
GASTO DE VENTAS					
PUBLICIDAD	480,00	496,80	514,19	532,18	550,81
ARRENDAMIENTO DEL LOCAL	3000,00	3105,00	3213,68	3326,15	3442,57
TOTAL GASTOS DE VENTAS	3480,00	3601,80	3727,86	3858,34	3993,38
GASTOS FINANCIEROS					
INTERÉS POR PRÉSTAMO	3.206,25	2.531,25	1.856,25	1.181,25	506,25
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	3.206,25	2.531,25	1.856,25	1.181,25	506,25
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	22.529,80	22.503,75	22.500,40	22.536,78	22.581,27
COSTOS TOTALES DEL SERVICIO	1057837,88	1160265,33	1268619,77	1383205,99	1504293,11

FUENTE: Cuadro N # 39, Anexo # 07, 08 y 09.

ELABORADO: Los Autores

g.3.7) COSTOS UNITARIOS

Los costos unitarios nos permiten tener una visión exacta de cuánto será el porcentaje de utilidad que los propietarios estarán en condiciones de incrementar el costo del producto y así poder determinar el precio de venta.

Cuadro N° 42

COSTO UNITARIO DE LOS PRODUCTOS					
PRODUCTOS	UNIDAD	CAPACIDAD UTILIZADA A AÑO 1	UNIDAD	PRODUCTO EN UNIDADES	COSTO UNITARIO
Arroz	Qq	277	libras	27.600	0,43
Azúcar	Qq	608	libras	60.800	0,42
Fideos	Qq	653	libras	65.300	0,47
Jabón	Cajas (100 u)	206	unidades	206	0,53
Arveja	Qq	330	libras	33.000	0,35
Lenteja	Qq	467	libras	46.700	0,60
Leche	litros	60.882	litros	60.882	0,96
Huevos	unidades	37911	unidades	37.911	0,08
Avena	Qq	426	libras	42.600	0,32
Aceite	litros	29.850	litros	29.850	1,85
Atún	unidades	29.491	unidades	29.491	0,98
Sardina	unidades	33.283	unidades	33.283	1,20
Harina	Qq	429	libras	42.900	0,44
Pasta dental	unidades	55.953	unidades	55.953	1,30
Detergente	unidades	34.790	unidades	34.790	0,52
Shampoo	unidades	22.841	unidades	22.841	5,50
Cloro	unidades	30.354	unidades	30.354	0,28
Papel higiénico	unidades	35.458	unidades	35.458	0,30
Sal	Qq	374	libras	37.500	0,14
Café	unidades	45.980	unidades	45.980	0,23
Mantequilla	libras	26.913	libras	26.913	0,95
Carne de res	libras	47.327	libras	47.327	2,00
Carne chancho	libras	48.298	libras	48.298	2,15
Carne de pollo	libras	50.343	libras	50.343	1,37
Funda de horchatas	unidades	33.692	unidades	33.692	0,39
Mortadela de pollo	libras	13.165	libras	13.165	1,50
Jamón	libras	17.387	libras	17.387	2,10
Salchichas	libras	36.386	libras	36.386	1,53
Gaseosas	unidades	41.446	unidades	41.446	0,30
Servilletas	paquetes	36.049	paquetes	36.049	0,26
Cera para pisos	unidades	4.340	unidades	4.340	1,69

FUENTE: Cuadro # 20 Capacidad Utilizada, Proveedores.

ELABORACIÓN: Los Autores

g.3.8) PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para obtener el P.V.P. de los diferentes productos que ofrecerá el comisariato a los usuarios se adoptara como política general un margen de utilidad del 15% sobre el precio de costo; porcentaje con el cual se aspira cubrir gastos generales, gastos de administración, ventas y gastos de financiamiento.

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo Total unitario} + \text{Margen de Utilidad}$$

Cuadro N° 43

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO				
PRODUCTOS	UNIDAD	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO
Arroz	libras	0,43	15%	0,49
Azúcar	libras	0,42	15%	0,48
Fideos	libras	0,47	15%	0,54
Jabón	unidades	0,53	15%	0,61
Arveja	libras	0,35	15%	0,40
Lenteja	libras	0,60	15%	0,69
Leche	litros	0,96	15%	1,10
Huevos	unidades	0,08	15%	0,09
Avena	libras	0,32	15%	0,37
Aceite	litros	1,85	15%	2,13
Atún	unidades	0,98	15%	1,13
Sardina	unidades	1,20	15%	1,38
Harina	libras	0,44	15%	0,51
Pasta dental	unidades	1,30	15%	1,50
Detergente	unidades	0,52	15%	0,60
Shampoo	unidades	5,50	15%	6,33
Cloro	unidades	0,28	15%	0,32
Papel higiénico	unidades	0,30	15%	0,35
Sal	libras	0,14	15%	0,16
Café	unidades	0,23	15%	0,26
Mantequilla	libras	0,95	15%	1,09
Carne de res	libras	2,00	15%	2,30
Carne chancho	libras	2,15	15%	2,47
Carne de pollo	libras	1,37	15%	1,58
Funda de horchatas	unidades	0,39	15%	0,45
Mortadela de pollo	libras	1,50	15%	1,73
Jamón	libras	2,10	15%	2,42
Salchichas	libras	1,53	15%	1,76
Gaseosas	unidades	0,30	15%	0,35
Servilletas	paquetes	0,26	15%	0,30
Cera para pisos	unidades	1,69	15%	1,94

FUENTE: Proveedores.

ELABORACIÓN: Los Autores.

g.3.9) INGRESOS POR VENTAS

El cuadro de ingresos nos permite conocer cuál es el dinero que se obtendrá por la venta de los productos.

Cabe recalcar que el costo se incrementa para el año 2, 3, 4, y 5, tomando en consideración la tasa de inflación de 3,5%, Para los años de vida útil del proyecto.

Los ingresos que se generan por la venta de cada uno de los productos, tiene como política institucional el 15% de margen de utilidad sobre el precio de costo de adquisición o costo histórico y por la capacidad utilizada. Ejemplo:

$$\text{Arroz} = \$ 43 \text{ (Costo)} \times 15\% \text{ (M.U.)} \times 277 \text{ (C.U.)} = 13672,73$$

Cuadro N° 44

CÁLCULO DE LOS INGRESOS POR VENTAS DURANTE LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO																					
PRODUCTOS	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	UTILIDAD 15%	CANTIDAD	AÑO 1 TOTAL ANUAL	PRECIO PROYECTO AÑO	UTILIDAD 15%	CANTIDAD	AÑO 2 TOTAL ANUAL	PRECIO PROYECTO AÑO	UTILIDAD 15%	CANTIDAD	AÑO 3 TOTAL ANUAL	PRECIO PROYECTO AÑO	UTILIDAD 15%	CANTIDAD	AÑO 4 TOTAL ANUAL	PRECIO PROYECTO AÑO 5	UTILIDAD 15%	CANTIDAD	AÑO 5 TOTAL ANUAL
Arroz	Qq	43,00	49,45	276	13672,73	44,51	51,18	294	15035,73	46,06	52,97	311	16477,39	47,67	54,83	328	18001,55	49,34	56,75	345,62	19612,21
Azúcar	Qq	41,50	47,73	608	29017,56	42,95	49,40	646	31910,25	44,46	51,12	684	34969,88	46,01	52,91	722	38204,6	47,62	54,77	760,02	41622,90
Fideos	Qq	47,00	54,05	653	35288,60	48,65	55,94	694	38806,43	50,35	57,90	734	42527,28	52,11	59,93	775	46461,05	53,93	62,02	816,11	50618,10
Jabón	unidades	0,53	0,61	207	125,96	0,55	0,63	220	138,52	0,57	0,65	232	151,80	0,59	0,68	245	165,8389	0,61	0,70	258,33	180,68
Anveja	Qq	35,00	40,25	330	13264,15	36,23	41,66	350	14586,42	37,49	43,12	371	15985,00	38,81	44,63	391	17463,61	40,16	46,19	411,93	19026,14
Lenteja	Qq	60,00	69,00	467	32209,75	62,10	71,42	496	35420,66	64,27	73,91	525	38816,88	66,52	76,50	554	42407,44	68,85	79,18	583,51	46201,79
Leche	litros	0,96	1,10	60882	67213,82	0,99	1,14	64687	73914,19	1,03	1,18	68492	81001,26	1,06	1,22	72297	88493,88	1,10	1,27	76102,60	96411,75
Huevos	unidades	0,08	0,09	37911	3487,83	0,08	0,10	40281	3835,52	0,09	0,10	42650	4203,28	0,09	0,10	45020	4592,086	0,09	0,11	47389,00	5002,96
Avena	Qq	32,00	36,80	426	15660,61	33,12	38,09	452	17221,77	34,28	39,42	479	18873,04	35,48	40,80	505	20618,8	36,72	42,23	531,95	22463,63
Aceite	litros	1,85	2,13	29850	63506,73	1,91	2,20	31716	69837,55	1,98	2,28	33582	76533,74	2,05	2,36	35447	83613,11	2,12	2,44	37313,00	91094,29
Atún	latas	0,98	1,13	29491	33236,76	1,01	1,17	31335	36550,05	1,05	1,21	33178	40054,56	1,09	1,25	35021	43759,6	1,12	1,29	36864,20	47674,94
Sardina	latas	1,20	1,38	33283	45930,82	1,24	1,43	35363	50509,54	1,29	1,48	37444	55352,52	1,33	1,53	39524	60472,63	1,38	1,58	41604,00	65883,33
Harina	Qq	44,00	50,60	429	21702,54	45,54	52,37	456	23866,01	47,13	54,20	483	26154,34	48,78	56,10	509	28573,62	50,49	58,06	536,13	31130,21
Pasta dental	unidades	1,30	1,50	55953	83649,44	1,35	1,55	59450	91988,24	1,39	1,60	62947	100808,29	1,44	1,66	66444	110133,1	1,49	1,72	69941,00	119987,06
Detergente	unidades	0,52	0,60	34790	20804,66	0,54	0,62	36965	22878,62	0,56	0,64	39139	25072,28	0,58	0,66	41314	27391,47	0,60	0,69	43488,00	29842,28
Shampoo	unidades	5,50	6,33	22841	144469,07	5,69	6,55	24269	158870,83	5,89	6,78	25696	174103,74	6,10	7,01	27124	190208,3	6,31	7,26	28551,20	207226,98
Cloro	1/4 litro	0,28	0,32	30353	9773,81	0,29	0,33	32251	10748,13	0,30	0,34	34148	11778,69	0,31	0,36	36045	12868,22	0,32	0,37	37941,80	14019,59
Papel higiénico	unidades	0,30	0,35	35457	12232,76	0,31	0,36	37673	13452,22	0,32	0,37	39889	14742,05	0,33	0,38	42106	16105,68	0,34	0,40	44321,60	17546,72
Sal	Qq	13,60	15,64	375	5859,12	14,08	16,19	398	6443,20	14,57	16,75	421	7060,99	15,08	17,34	445	7714,131	15,61	17,95	468,28	8404,34
Café	sachets	0,23	0,26	45980	12161,71	0,24	0,27	48854	13374,08	0,25	0,28	51728	14656,42	0,26	0,29	54601	16012,14	0,26	0,30	57475,00	17444,80
Mantequilla	libras	0,95	1,09	26913	29402,23	0,98	1,13	28595	32333,27	1,02	1,17	30277	35433,46	1,05	1,21	31959	38711,05	1,09	1,25	33641,00	42174,67
Carne de res	libras	2,00	2,30	47327	108852,56	2,07	2,38	50285	119703,80	2,14	2,46	53243	131181,28	2,22	2,55	56201	143315,6	2,30	2,64	59159,00	156138,52
Carne chanco	libras	2,15	2,47	48298	119417,79	2,23	2,56	51317	131322,26	2,30	2,65	54336	143913,74	2,38	2,74	57354	157225,8	2,47	2,84	60373,00	171293,33
Carne de pollo	libras	1,37	1,58	50343	79315,71	1,42	1,63	53490	87222,50	1,47	1,69	56636	95585,59	1,52	1,75	59783	104427,3	1,57	1,81	62929,00	113770,75
Funda de horchatas	unidades	0,39	0,45	33692	15110,86	0,40	0,46	35798	16617,23	0,42	0,48	37904	18210,52	0,43	0,50	40009	19895	0,45	0,51	42115,00	21675,08
Mortadela de pollo	libras	1,50	1,73	13165	22709,28	1,55	1,79	13988	24973,11	1,61	1,85	14810	27367,59	1,66	1,91	15633	29899,09	1,72	1,98	16456,00	32574,28
Jamón	libras	2,10	2,42	17387	41990,09	2,17	2,50	18474	46175,97	2,25	2,59	19561	50603,44	2,33	2,68	20647	55284,25	2,41	2,77	21734,00	60230,74
Salchichas	libras	1,53	1,76	36386	64021,87	1,58	1,82	38661	70404,05	1,64	1,88	40935	77154,56	1,70	1,95	43209	84291,35	1,76	2,02	45483,00	91833,21
Gaseosas	unidades	0,30	0,35	41446	14299,01	0,31	0,36	44037	15724,44	0,32	0,37	46627	17232,14	0,33	0,38	49218	18826,11	0,34	0,40	51808,00	20510,55
Servilletas	paquetes	0,26	0,30	36049	10778,59	0,27	0,31	38302	11853,08	0,28	0,32	40555	12989,58	0,29	0,33	42808	14191,12	0,30	0,34	45061,00	15460,85
Cera para pisos	litros	1,69	1,94	4340	8434,79	1,75	2,01	4611	9275,63	1,81	2,08	4883	10165,00	1,87	2,15	5154	11105,27	1,94	2,23	5425,00	12098,89
TOTAL					1177601,20				1294993,32				1419160,33				1550433				1689155,58

FUENTE: Capacidad Utilizada.

ELABORACIÓN: Los Autores

g.3.10) COSTOS FIJOS Y VARIABLES

La clasificación de los costos fijos y variables, se efectúa con la finalidad de poder calcular el punto de equilibrio.

La relación existente entre ellos determina la pendiente de la curva de ingresos de producción cuyo encuentro define el punto de equilibrio.

Debido a ello deben ser clasificados los costos dependiendo su incidencia en el proceso para el servicio, es decir aquellos que están influidos por las cantidades que se comercializaran se convierten en costos variable; y aquellos en los cuales la comercialización es indiferente a su egreso se convierten en costos fijos.

Cuadro N° 45

CLASIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO										
RUBRO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV	CF	CV
COSTO DEL SERVICIO										
MERCADERIA DISPONIBLE PARA LA VENTA		1.024.001,05		1.126.081,15		1.234.052,46		1.348.202,31		1.468.830,94
MANO DE OBRA DIRECTA		10.092,58		10.445,82		10.811,42		11.189,82		11.581,46
MATERIA PRIMA INDIRECTA		576,00		596,16		617,03		638,62		660,97
DEPRECIACION DE GÓNDOLAS PERCHERÍAS	439,20		439,20		439,20		439,20		439,20	
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS PARA LA VENTA	199,26		199,26		199,26		199,26		199,26	
TOTAL COSTO PARA EL SERVICIO	638,46	1.034.669,62	638,46	1.137.123,13	638,46	1.245.480,91	638,46	1.360.030,75	638,46	1.481.073,38
COSTO DE OPERACIÓN										
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN										
SUELDOS Y SALARIOS	13.417,70		13.887,32		14.373,38		14.876,44		15.397,12	
ENERGIA ELÉCTRICA	630,72		652,80		675,64		699,29		723,77	
TELÉFONO	300,00		310,50		321,37		332,62		344,26	
CONSUMO DE AGUA	120,00		124,20		128,55		133,05		137,70	
ÚTILES DE ASEO	429,60		444,64		460,20		476,31		492,98	
ÚTILES DE OFICINA	163,20		168,91		174,82		180,94		187,28	
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	81,00		81,00		81,00		81,00		81,00	
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	383,33		383,33		383,33		399,55		399,55	
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	318,00		318,00		318,00		318,00		318,00	
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	15.843,55		16.370,70		16.916,29		17.497,19		18.081,64	
GASTO DE VENTAS										
PUBLICIDAD	480,00		496,80		514,19		532,18		550,81	
ARRENDAMIENTO DEL LOCAL	3.000,00		3.105,00		3.213,68		3.326,15		3.442,57	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	3.480,00		3.601,80		3.727,86		3.858,34		3.993,38	
GASTOS FINANCIEROS										
INTERÉS POR PRÉSTAMO	3.206,25		2.531,25		1.856,25		1.181,25		506,25	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	3.206,25		2.531,25		1.856,25		1.181,25		506,25	
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	23.168,26	1.034.669,62	23.142,21	1.137.123,13	23.138,86	1.245.480,91	23.175,24	1.360.030,75	23.219,73	1.481.073,38
COSTOS TOTALES DEL SERVICIO	23.168,26	1.034.669,62	23.142,21	1.137.123,13	23.138,86	1.245.480,91	23.175,24	1.360.030,75	23.219,73	1.481.073,38
FUENTE:										
ELABORACION: Los Autores.										

g.3.11) ESTADO DE RESULTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

En este cuadro se indica que el primer año se obtendrá una utilidad neta de **\$68714,20** en tanto que en el quinto año será de **\$106064,84**.

Cuadro N° 46

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	1.177.601,20	1.294.993,32	1.419.160,33	1.550.432,66	1.689.155,58
(-) COSTO PARA EL SERVICIO	1.035.308,08	1.137.761,59	1.246.119,37	1.360.669,21	1.481.711,84
(=) UTILIDAD BRUTA	142.293,12	157.231,74	173.040,96	189.763,45	207.443,74
(-) COSTO DE OPERACIÓN	22.529,80	22.503,75	22.500,40	22.536,78	22.581,27
(=) UTILIDAD EN OPERACIÓN	119.763,32	134.727,99	150.540,56	167.226,67	184.862,47
(-) 15% REPARTO EN UTILIDADES	17.964,50	20.209,20	22.581,08	25.084,00	27.729,37
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	101.798,82	114.518,79	127.959,48	142.142,67	157.133,10
(-) 25% IMPUESTO A AL RENTA	25.449,70	28.629,70	31.989,87	35.535,67	39.283,27
(=) UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	76.349,11	85.889,09	95.969,61	106.607,00	117.849,82
(-) 10% CAPITALIZACIÓN DE RESERVA	7.634,91	8.588,91	9.596,96	10.660,70	11.784,98
(=)UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO	68.714,20	77.300,18	86.372,65	95.946,30	106.064,84

FUENTE: Cuadro # 41 y 44

ELABORADO: Los Autores.

g.3.12) PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 2011

Es el volumen de ventas, ingresos o nivel de operación que no producirá utilidad ni pérdidas, son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

El punto de equilibrio se calcula mediante dos métodos; matemáticamente (en función de las ventas y en función de la capacidad de la planta); y a través de un gráfico.

MÉTODO MATEMÁTICO AÑO 2012

Cuadro N° 47

DATOS AÑO 1	
COSTOS FIJOS	23.168,26
COSTOS VARIABLES	1.034.669,62
COSTOS TOTALES	1.057.837,88
VENTAS TOTALES	1.177.601,20

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{CF}{1 - (CV/VT)}$$

$$PE = \frac{23.168,26}{1 - (1.034.669,62 / 1.177.601,20)}$$

$$PE = \frac{23.168,26}{0,12}$$

$$PE = 190.881,36$$

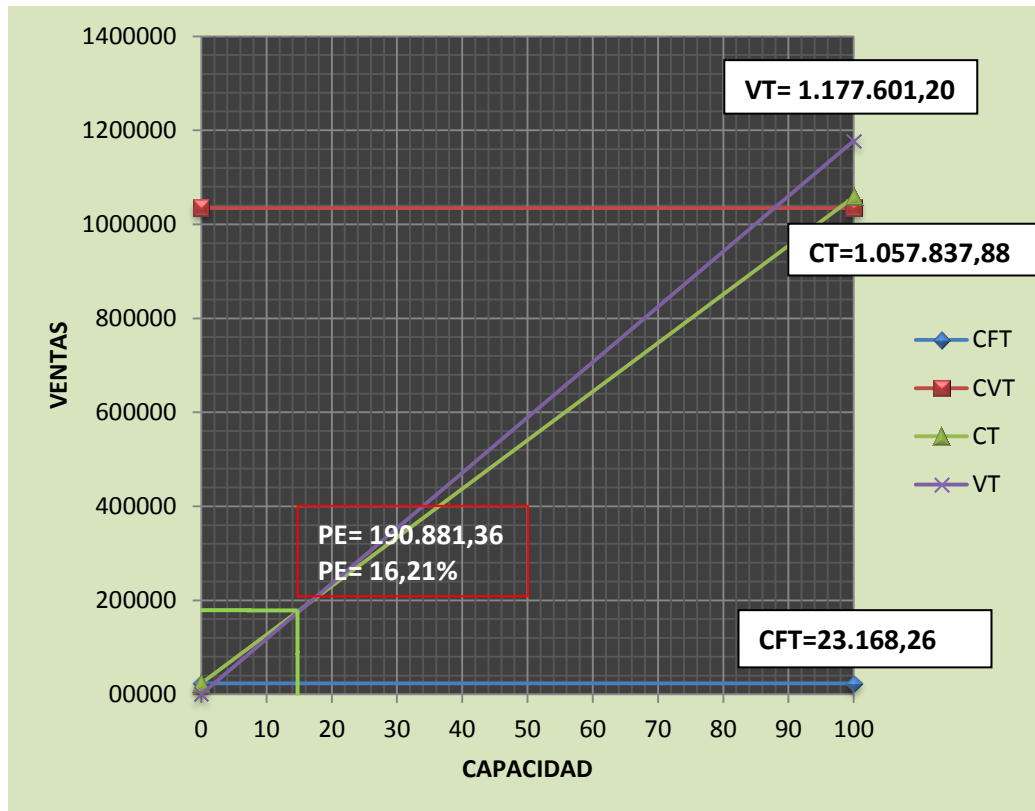
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{CF}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{23.168,26}{142.931,58} \times 100$$

$$PE = 16,21$$

MÉTODO GRÁFICO AÑO 2012
GRÁFICO 13



INTERPRETACION: Primer año significa que la empresa tendrá su punto de equilibrio teniendo ingresos de 190.881,36 y debería trabajar con una capacidad instalada del 16,21%, es decir, para que esté en la capacidad de cubrir los costos del servicio y operación de la empresa y así no existan ni pérdidas ni ganancias en la misma.

Mediante la aplicación del método matemático se calculó el punto de equilibrio en función de las ventas y en función de la capacidad de la planta, para la vida útil del proyecto, el cual se explica en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 48

PUNTO DE EQUILIBRIO CALCULADO PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO.					
AÑOS	1	2	3	4	5
FUNCIÓN VENTAS	190.881,36	189.833,19	189.071,07	188.714,76	188.491,58
FUNCIÓN CAPACIDAD INSTALADA	16,21%	14,66%	13,32%	12,17%	11,16%

g.3.13) EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera del proyecto es quizá la etapa más importante, puesto que de sus resultados dependerá la decisión de poner en marcha o no el proyecto. Para obtener los datos o información suficiente para la toma de decisiones, es necesario aplicar algunos indicadores que a través de los cuales se puede medir la rentabilidad del proyecto: Estos indicadores son: El Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Rentabilidad y la Relación Beneficio Costo. Adicionalmente, se desarrolla el cálculo del Periodo de Recuperación del Capital y el Análisis de Sensibilidad.

g.3.14) FLUJO DE CAJA

Nos permite determinar las necesidades reales del capital en las distintas etapas del desarrollo del comisariato, compara los ingresos efectivamente recibidos y los egresos efectivamente pagados.

Cuadro N° 49

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS						
VENTAS		1.177.601,20	1.294.993,32	1.419.160,33	1.550.432,66	1.689.155,58
CRÉDITO	30.000,00					
CAPITAL PROPIO	74.762,90					
VALOR RESIDUAL				575,00		8.482,72
TOTAL INGRESOS	104.762,90	1.177.601,20	1.294.993,32	1.419.735,33	1.550.432,66	1.697.638,30
2. EGRESOS						
ACTIVO FIJO	15.332,00					
ACTIVO DIFERIDO	1.590,00					
ACTIVO CIRCULANTE	87.840,90					
COSTO PARA EL SERVICIO		1.035.308,08	1.137.761,59	1.246.119,37	1.360.669,21	1.481.711,84
COSTO DE OPERACIÓN		22.529,80	22.503,75	22.500,40	22.536,78	22.581,27
REINVERSIÓN					1.797,97	
TOTAL EGRESOS	104.762,90	1.057.837,88	1160265,33	1268619,77	1.385.003,96	1.504.293,11
INGRESOS POR VENTAS		1.177.601,20	1294993,32	1419160,33	1.550.432,66	1.689.155,58
(-) COSTO PARA EL SERVICIO		1.035.308,08	1.137.761,59	1.246.119,37	1.360.669,21	1.481.711,84
(=) UTILIDAD BRUTA		142.293,12	157.231,74	173.040,96	189.763,45	207.443,74
(-) COSTO DE OPERACIÓN		22.529,80	22.503,75	22.500,40	22.536,78	22.581,27
(=) UTILIDAD EN OPERACIÓN		119.763,32	134.727,99	150.540,56	167.226,67	184.862,47
(-) 15% REPARTO EN UTILIDADES		17964,50	20.209,20	22.581,08	25.084,00	27.729,37
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		101.798,82	114.518,79	127.959,48	142.142,67	157.133,10
(-) 25% IMPUESTO A AL RENTA		25.449,70	28.629,70	31.989,87	35.535,67	39.283,27
(=) UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL		76.349,11	85.889,09	95.969,61	106.607,00	117.849,82
(+) AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO		318,00	318,00	318,00	318,00	318,00
(+) DÉPRECIACIONES		1.607,96	1.607,96	1.607,96	1.624,18	1.624,18
SUBTOTAL		78.275,08	87.815,06	97.895,57	108.549,18	119.792,00
(-) AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
FLUJO DE CAJA	0,00	72.275,08	81.815,06	91.895,57	102.549,18	113.792,00

FUENTE: Cuadro # 41 y 44, Anexo # 10.

ELABORADO: Los Autores.

g.3.15) VALOR ACTUAL NETO

Consiste en la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de actualización, (Tasa de oportunidad 6,49%), convirtiéndose así en valores actuales, lo que significa que se trasladan al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión.

Los criterios utilizados en el VAN son los siguientes:

- Si el VAN es mayor a cero se acepta el proyecto.
- Si el VAN es igual a cero el proyecto es indiferente.
- Si el VAN es menor a cero se rechaza el proyecto.

Cuadro N° 50

DATOS		
INVERSION	104.762,90	
CAPITAL FINANCIADO	30.000,00	29%
CAPITAL PROPIO	74.762,90	71%
TASA DE INTERES ACTIVA	11,25%	
TASA DE INTERES PASIVA	4,58%	
COSTO DE OPORTUNIDAD (i)	6,49%	

$$FA = \frac{1}{1+(i)^n}$$

$$FA = \frac{1}{(1+6,49\%)^1}$$

$$FA = \frac{1}{1,06}$$

$$FA = 0,939055070$$

Cuadro N° 51

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 6,49%	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	104.762,90		
1	72.275,08	0,939055070	67.870,28
2	81.815,06	0,881824424	72.146,52
3	91.895,57	0,828081695	76.097,04
4	102.549,18	0,777614314	79.743,71
5	113.792,00	0,730222664	83.093,50
TOTAL			378.951,04

FUENTE: Cuadro N# 49 Flujo de Caja.

ELABORADO: Grupo de Investigación

VAN=	SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS - INVERSIÓN
VAN=	378.951,04 – 104.762,90
VAN=	274.188,14

El presente proyecto se acepta ya luego de haber realizado los cálculos respectivos el resultado del VAN es positivo el cual representa la cantidad de **\$274.188,14** lo que significa que el valor del comisariato aumentara.

g.3.16) TASA INTERNA DE RETORNO

Representa la tasa máxima de rentabilidad que ofrece un proyecto así como también la tasa máxima que se podrá pagar por un crédito que financia la inversión.

El criterio de decisión que se utiliza para evaluar el proyecto es el siguiente:

- Si la TIR es menor a la tasa de interés se debe rechazar el proyecto.

- Si la TIR es igual a la tasa de interés es indiferente el proyecto.
- Si la TIR es mayor a la tasa de interés es rentable el proyecto.

Cuadro N° 52

Tasa Menor (Tm)	73,66%
Tasa Mayor (TM)	73,67%

Cuadro N° 53

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		73,66%		73,67%	
0	104.762,90		-104762,9		
1	72.275,08	0,575837844	41.618,73	0,575804687	41.616,33
2	81.815,06	0,331589223	27.128,99	0,331551038	27.125,87
3	91.895,57	0,190941623	17.546,69	0,190908641	17.543,66
4	102.549,18	0,109951413	11.275,43	0,109926091	11.272,83
5	113.792,00	0,063314184	7.204,65	0,063295958	7.202,57
TOTAL			104.774,48		104.761,26
			11,58		-1,64

FUENTE: Cuadro N # 49 Flujo de Caja.
ELABORADO: Los Autores.

$$TIR = \text{TASA MENOR} + \text{DIFERENCIA DE TASAS} \left[\frac{\text{VAN TASA MENOR}}{\text{VAN TASA MENOR} - \text{VAN TASA MAYOR}} \right]$$

$$TIR = 73,66 + 0,01 \left[\frac{11,58}{11,58 - (-1,64)} \right]$$

$$TIR = 73,66 + 0,01 \left[\frac{11,58}{13,22} \right]$$

$$TIR = 73,66 + 0,01 \left[0,8756 \right]$$

$$TIR = 73,67 + 0,008756025$$

$$TIR = 73,68$$

Realizado el cálculo de la Tasa Interna de Retorno para el presente proyecto esta nos ha permitido comprobar que el presente proyecto es factible y se recomienda su aceptación, puesto que la TIR es de 73,68%, mayor al costo de oportunidad, es decir se obtendrá un beneficio adicional del 73,68%.

g.3.17) RELACION BENEFICIO COSTO

El indicador beneficio costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido.

Tomando en cuenta a los criterios para evaluar se tiene lo siguiente.

- Si Beneficio costo es menor a 1 se rechaza el proyecto.
- Si Beneficio costo es igual a 1 es indiferente el proyecto.
- Si Beneficio costo es mayor a 1 se acepta el proyecto.

Cuadro N° 54

RELACIÓN BENEFICIO COSTO					
AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	1.177.601,20	1.057.837,88	0,939055070	1.105.832,38	993.368,03
2	1.294.993,32	1.160.265,33	0,881824424	1.141.956,74	1.023.150,31
3	1.419.735,33	1.268.619,77	0,828081695	1.175.656,84	1.050.520,81
4	1.550.432,66	1.385.003,96	0,777614314	1.205.638,63	1.076.998,91
5	1.697.638,30	1.504.293,11	0,730222664	1.239.653,96	1.098.468,92
TOTAL				5.868.738,55	5.242.506,97

FUENTE: Cuadro N # 49 Flujo de Caja.

ELABORADO: Los Autores.

RBC=	$\frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$
RBC=	$\frac{5.868.738,55}{5.242.506,97}$
RBC=	1,12

Este cálculo nos permitió determinar que los beneficios que se obtendrán con el presente proyecto son mayores a los costos, puesto que el resultado es mayor a 1, específicamente se determinó que se obtendrá un beneficio de 0,12 centavos de dólar por cada dólar invertido

g.3.18) PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es el número esperado de años que se requieren para recuperar la inversión original, consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Cuadro N° 55

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL			
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	104.762,90		
1	72.275,08	0,939055070	67.870,28
2	81.815,06	0,881824424	72.146,52
3	91.895,57	0,828081695	76.097,04
4	102.549,18	0,777614314	79.743,71
5	113.792,00	0,730222664	83.093,50
TOTAL			378.951,05

FUENTE: Cuadro N # 49 Flujo de Caja.

ELABORADO: Grupo de Investigación

AÑO QUE PRC= SUPERA LA INVERSIÓN +	INVERSIÓN-PRIMEROS FLUJOS FLUJO NETO DEL AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN
--	---

PRC= 2 +	104762,90	-	140016,80
			72146,52

PRC=	1,51
------	------

Cuadro N° 56

AÑOS	1	1	67.870,28
MESES	0,51 * 12	6	36.073,26
DÍAS	0,12 * 30	4	4.609,36
INVERSIÓN			108.552,90

El periodo de recuperación de capital en el presente proyecto será en 1 año, 6 meses y 4 días, esto determinado gracias al cálculo realizado mediante la fórmula del período de recuperación de capital.

g.3.19) ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan.

- Si el valor de Sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible.
- Si el valor de Sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible.
- Si el valor de Sensibilidad es igual a 1 es indiferente ante los cambios.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 7,32% EN LOS COSTOS

Cuadro N° 57

TASA DE INCREMENTO	7,32%
Tasa Menor (Tm)	42,37%
Tasa Mayor (TM)	42,38%

Cuadro N° 58

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		7,32%			42,37%		42,38%	
						-104.762,90		-104.762,90
1	1.057.837,88	1.135.271,62	1.177.601,20	42.329,58	0,70	29.732,10	0,70	29.730,01
2	1.160.265,33	1.245.196,75	1.294.993,32	49.796,57	0,49	24.567,58	0,49	24.564,13
3	1.268.619,77	1.361.482,73	1.419.735,33	58.252,59	0,35	20.186,44	0,35	20.182,19
4	1.383.205,99	1.484.456,67	1.550.432,66	65.975,99	0,24	16.058,76	0,24	16.054,25
5	1.504.293,11	1.614.407,37	1.697.638,30	83.230,94	0,17	14.229,59	0,17	14.224,59
						11,57		-7,73

FUENTE: Cuadro N # 41 y 44

ELABORADO: Los Autores.

NUEVA TIR

$$\text{TIR} = \text{TASA MENOR} + \text{DIFERENCIA DE TASAS} \left[\frac{\text{VAN TASA MENOR}}{\text{VAN TASA MENOR} - \text{VAN TASA MAYOR}} \right]$$

$$\text{TIR} = 42,37 + 0,01 \left[\frac{11,57}{369,63 - (-6,63)} \right]$$

$$\text{TIR} = 42,37 + 0,10 \left[0,5995 \right]$$

$$\text{TIR} = 42,37 + 0,059948675$$

$$\text{TIR} = 42,43$$

TIR RESULTANTE

$$\text{TIR RESULTANTE} = \text{TIR ORIGINAL} - \text{NUEVA TIR}$$

$$\text{TIR RESULTANTE} = 73,68 - 42,43$$

$$\text{TIR RESULTANTE} = 31,25$$

% DE VARIACIÓN

$$\% \text{ VARIACIÓN} = \frac{\text{TIR RESULTANTE}}{\text{TIR ORIGINAL}} \times 100$$

$$\% \text{ VARIACIÓN} = \frac{31,25}{73,68} \times 100$$

$$\% \text{ VARIACIÓN} = 42,41$$

SENSIBILIDAD

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \text{ VARIACIÓN}}{\text{NUEVA TIR}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{42,41}{42,43}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = 0,9996$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 8,43% EN LOS INGRESOS

Cuadro N° 59

TASA DE REDUCCIÓN	8,43%
Tasa Menor (Tm)	42,46%
Tasa Mayor (TM)	42,47%

Cuadro N° 60

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESOS ORIGINALES	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
			8,43%		42,46%		42,47%	
						-55.273,80		-55.273,80
1	1,057,837,88	1,177.601,20	1.078.329,42	20.491,54	0,701951	14.384,06	0,701902	14.383,05
2	1,160,265,33	1.294.993,32	1.185.825,39	25.560,05	0,492736	12.594,35	0,492667	12.592,59
3	1,268,619,77	1.419.735,33	1.300.051,64	31.431,87	0,345877	10.871,55	0,345804	10.869,26
4	1,383,205,99	1.550.432,66	1.419.731,19	36.525,19	0,242789	8.867,90	0,242720	8.865,41
5	1,504,293,11	1.697.638,30	1.554.527,39	50.234,28	0,170426	8.561,22	0,170366	8.558,21
						5,28		-5,28

FUENTE: Cuadros N # 41 y 44.

ELABORADO: Los Autores.

NUEVA TIR

$$\text{TIR} = \frac{\text{TASA MENOR} + \text{DIFERENCIA DE TASAS}}{\frac{\text{VAN TASA MENOR}}{\text{VAN TASA MENOR} - \text{VAN TASA MAYOR}}}$$

$$\text{TIR} = \frac{42,46 + 0,01}{\frac{5,28}{5,28 - (-5,28)}}$$

$$\text{TIR} = \frac{42,46 + 0,10}{0,5002}$$

$$\text{TIR} = \frac{42,46 + 0,050018248}{0,5002}$$

$$\text{TIR} = 42,51$$

TIR RESULTANTE

$$\text{TIR RESULTANTE} = \text{TIR ORIGINAL} - \text{NUEVA TIR}$$

$$\text{TIR RESULTANTE} = 73,68 - 42,51$$

$$\text{TIR RESULTANTE} = 31,17$$

% DE VARIACIÓN

$$\% \text{ VARIACIÓN} = \frac{\text{TIR RESULTANTE}}{\text{TIR ORIGINAL}} \times 100$$

$$\% \text{ VARIACIÓN} = \frac{31,17}{73,68} \times 100$$

$$\% \text{ VARIACIÓN} = 42,30$$

SENSIBILIDAD

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \text{ VARIACIÓN}}{\text{NUEVA TIR}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{42,30}{42,51}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = 0,9951$$

g.4) ESTUDIO ORGANIZACIONAL

g.4.1) BASE LEGAL

La Base Legal sirve para la constitución de una empresa ya que debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: OTORGANTES.- Concurren al otorgamiento de esta escritura los señores: JOSE STALIN SARANGO GUAILLAS con número de cédula 1900504448 y ANDRES GEOVANNY SEDAMANOS ROSARIO con número de cédula 1104310337, los comparecientes declaran ser ecuatorianos, mayores de edad y solteros todos, domiciliados en esta ciudad, sin impedimento legal para contratar.

SEGUNDA: CONSTITUCIÓN.- Las comparecientes convienen libre y voluntariamente, en constituir la compañía de Responsabilidad Limitada: "COMISARIATO SAN JOSÉ Cía. LTDA", la misma que se regirá por las leyes del Ecuador y por los siguientes estatutos.

TERCERA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA LIMITADA "COMISARIATO SAN JOSÉ CIA. LTDA".

CAPÍTULO PRIMERO: RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.

Art. 1.- La compañía que se constituye por el presente instrumento llevará la razón social de “COMISARIATO SAN JOSÉ Cía. LTDA”, debiendo en consecuencia, en todas sus operaciones y actividades actuar con este nombre.

Art. 2.- El domicilio principal de la Compañía es EL Cantón Yacuambi, Provincia de Zamora Chinchipe, República del Ecuador; y por resolución de la junta general de socios, podrá establecer sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país conforme a la ley.

Art. 3.-La compañía tiene como objeto principal, la comercialización de productos de consumo masivo. Podrá por tanto, realizar todos los actos y contratos civiles y mercantiles, relacionados con el objeto social principal.

Art. 4.- El plazo de duración de la compañía es de CINCO AÑOS, contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura en el Registro Mercantil, sin embargo, la junta general de socios podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO: DEL CAPITAL SOCIAL

Art. 5.- El capital social de la compañía es de DOS MIL DOLARES, dividido en 2 aportaciones de \$1.000 dólares por cada socio. El capital está íntegramente suscrito y pagado conforme se especifica en las declaraciones.

Art. 6.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta general de socios. Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento de capital en proporción de sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

Art. 7.- El pago del aumento de capital podrá hacerse en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de utilidades, por capitalización del superávit proveniente de la revalorización de activos fijos o por los demás medios previstos en la ley.

Art. 8.- La compañía puede reducir el capital social por resolución de la Junta general de socios, en la forma que ésta lo determine y de acuerdo a la ley.

Art. 9.- Las aportaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello, el consentimiento unánime de los socios que la cesión o venta se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones legales. Los socios tienen derecho preferente para adquirir las aportaciones de los otros socios a prorrata de los suyos, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

Art. 10.- Las resoluciones de aumento y reducción del capital, se tomarán con el consentimiento unánime de los socios; y las modificaciones correspondientes a la escritura constitutiva, se harán sujetándose a las solemnidades previstas por la ley para la formación de la compañía en nombre colectivo.

CAPÍTULO TERCERO: DE LOS SOCIOS, OBLIGACIONES Y DERECHOS

Art. 11.- Son obligaciones de los socios:

- a) Tomar a su cargo las funciones que le fueren encomendadas por la Junta general de socios, por el presidente administrativo o el gerente, según sus atribuciones;
- b) Cumplir con las encomiendas y deberes que le asignaren la Junta general de socios, el presidente administrativo o el gerente;
- c) Cumplir con las obligaciones de los socios previstas en la Ley de Compañías;
- d) Las demás que le señalen estos estatutos.

Art. 12.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- a) Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios y en las deliberaciones de la compañía, personalmente o mediante mandato a otro socio, con poder notarial o carta poder para cada sesión. El poder a un particular será necesariamente notariado. Cada socio tiene derecho a un voto cualquiera sea el monto de sus aportaciones;
- b) Elegir y ser elegido para cualquiera función en los organismos de administración y fiscalización;

- c) A percibir utilidades y beneficios a prorrata de las aportaciones pagadas, salvo que la Junta general de socios decida hacerlo en otra forma;
- d) Los demás previstos en la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 13.- La responsabilidad de los socios por las obligaciones sociales, es la que determine la ley. No se reconocerá a favor de los socios beneficios económicos especiales, ni intereses a sus aportes.

CAPÍTULO CUARTO: DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

Art. 14.- El gobierno y administración de la compañía se ejerce por medio de la Junta general de socios, el presidente administrativo y el gerente.

SECCIÓN UNO: DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Art. 15.- La Junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en número suficiente para formar quórum.

Art. 16.- Las sesiones de Junta general de socios son ordinarias y extraordinarias; se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de Junta universal; esto es, que la Junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y todos los asistentes, quienes deberán suscribir el acta y

bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la Junta, entendiéndose legalmente convocada y válidamente constituida.

Art. 17.- Las Juntas ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía; y, las extraordinarias en cualquier tiempo en que fueren convocadas, luego del referido lapso. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria; caso contrario, las resoluciones serán nulas.

Art. 18.- Las Juntas generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios y con ocho días por lo menos de anticipación al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, hora, orden del día y objeto de la sesión.

Art. 19.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del número de socios de la compañía; en segunda convocatoria se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá continuar válidamente sin el quórum establecido.

Art. 20.- Con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías, las resoluciones se tomarán con los votos favorables de la

mayoría absoluta de los socios concurrentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 21.- Las resoluciones de la Junta general de socios, tomadas con arreglo a la ley y a lo que disponen estos estatutos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto, estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

Art. 22.- Las sesiones de Junta general de socios, serán presididas por el presidente administrativo de la compañía, y a su falta, por la persona designada en cada sesión de entre los socios. Actuará de secretario o el socio que la Junta elija en cada caso.

Art. 23.- Las actas de las sesiones de Junta general de socios, se llevarán escritas a mano, en libro de actas, cuyas hojas deberán estar debidamente numeradas, escritas en el anverso y el reverso, las mismas que llevarán las firmas del presidente y secretario y serán rubricadas por los mismos en cada página. El presidente administrativo de la compañía resolverá los demás aspectos formales sobre las actas, dejando constancia de ello. De cada sesión de Junta se formará un expediente, el mismo que contendrá la copia del acta y de los documentos que adjudiquen que las convocatorias han sido hechas legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

Art. 24.- Son atribuciones privativas de la Junta general de socios:

- a) Resolver sobre el aumento o disminución del capital, la fusión o transformación de la compañía, la disolución anticipada, prórroga del plazo de duración; y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y estos estatutos;
- b) Nombrar al presidente administrativo y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y removerlos de sus funciones por causa debidamente justificada;
- c) Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores;
- d) Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
- e) Acordar la exclusión de socios, de acuerdo con las causas establecidas en la ley;
- f) Resolver el establecimiento de sucursales, oficinas y agencias;
- g) Resolver cualquier asunto que no sea de competencia privativa del presidente administrativo o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;
- h) Interpretar con el carácter de obligatorio en los casos de duda que se presenten, sobre las disposiciones de estos estatutos y sobre las convenciones que rijan la vida de la compañía;
- i) Reglamentar los estatutos;
- j) Fijar la clase y monto de las cauciones que tengan que rendir los empleados que manejen bienes y valores, calificar esas fianzas, aceptarlas y ordenar su cancelación cuando llegue el caso;

- k) Aprobar el presupuesto de la compañía;
- l) Resolver sobre las adquisiciones, préstamos e inversiones de más de MIL DÓLARES;
- m) Las demás que señalen estos estatutos y la Ley de Compañías.

Art. 25.- Las resoluciones de la Junta general de socios, son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

SECCIÓN DOS: DEL PRESIDENTE ADMINISTRATIVO

Art. 26.- El presidente administrativo de la compañía será nombrado por la Junta general, de entre los socios; durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Percibirá la remuneración que señale la Junta general de socios.

Art. 27.- Son deberes y atribuciones del presidente administrativo de la compañía:

- a) Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma; e informar a la junta general de socios, anualmente o cuando se le solicite;
- b) Convocar, presidir la Junta general de socios y suscribir las actas;
- c) Vigilar la contabilidad y la preparación de los informes a la Junta general de socios, sobre el estado económico y movimiento financiero y contable de la compañía;

- d) Subrogar al gerente por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias, mientras dure su ausencia; o, hasta que la Junta general de socios designe al sucesor y se haya inscrito su nombramiento; esto, aunque no se le hubiere encargado por escrito;
- e) Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;
- f) Inscribir su nombramiento en el Registro Mercantil;
- g) Ejercer las demás funciones, deberes y atribuciones que le señalen la Ley de Compañías, estos estatutos y la Junta general de socios.

SECCIÓN TRES: DEL GERENTE

Art. 28.- El gerente será un socio de la compañía, nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Recibirá la remuneración que señale la Junta general de socios-

Art. 29.- Son deberes y atribuciones de gerente de la compañía:

- a) Representará la compañía en forma legal, judicial y extrajudicialmente;
- b) Perseguir el cumplimiento del fin social de la compañía;
- c) Dirigir la cuestión económica financiera de la compañía;

- d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía;
- e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía y suscribir los documentos correspondientes;
- f) Realizar inversiones y adquisiciones hasta por el monto de MIL DÓLARES, sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley de Compañías;
- g) Firmar el nombramiento del presidente administrativo y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;
- h) Nombrar al personal administrativo y contratar el personal técnico que requiera la compañía, conjuntamente con el presidente;
- i) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;
- j) Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de Junta general de socios;
- k) Conferir copias y certificaciones de los actos de la Junta general de socios, del presidente y de la gerencia;
- l) Manejar cuentas bancarias de la compañía, según sus atribuciones;
- m) Hacer efectivos los ingresos de la compañía;
- n) Presentar a la Junta general de socios el informe administrativo y económico, balances, estado de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios, según lo dispuesto en estos

estatutos, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico;

- o) Resolver las observaciones, peticiones y reclamos de los socios y de terceros, interpuestos a la compañía por los canales administrativos y legales pertinentes;
- p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley y estos estatutos; y, las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO: DE LA FISCALIZACIÓN Y ASESORÍA

CONTABLE

Art. 30.- Los socios de la compañía nombrarán de entre ellos un interventor, para que vigile, inspeccione, controle y fiscalice los actos de los administradores y las operaciones sociales, con derecho ilimitado y sin dependencia de la administración. El interventor durará dos años en sus funciones y puede ser indefinidamente reelegido.

Art. 31.- Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, la Junta general de socios podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada.

CAPÍTULO SEXTO: DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 32.- La disolución y liquidación de la compañía, se regla por las disposiciones pertinentes en la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 33.- En la liquidación de la compañía, el remanente del patrimonio, será distribuido entre los socios, una vez cumplidas las obligaciones sociales, en proporción al aporte pagado de cada socio.

DISPOSICIÓN GENERAL

Todo lo no previsto en estos estatutos y en los reglamentos la compañía, será conocido y resuelto por la Junta general de socios.

SECCIÓN CUARTA: DECLARACIONES

- 1) El capital con que se constituye la compañía, ha sido suscrito y pagado en su totalidad. Los socios fundadores aportan a la compañía de las siguiente forma:
 - a) El señor José Stalin Sarango Guailas, suscribe y paga cien aportaciones de diez dólares cada una, numeradas del cero uno (01) al cien (100).
 - b) El señor Andrés Geovanny Sedamanos, suscribe y paga cien aportaciones de diez dólares cada una, numeradas del ciento uno (101) al doscientos (200) total: dos mil dólares. El aporte de los socios ha sido pagado en dinero efectivo de legal circulación y

depositado en una entidad bancaria a nombre de la compañía que hoy se constituye, a la cuenta de integración de capital.

- 2) Los socios fundadores de la compañía, por unanimidad, nombran al señor ANDRÉS GEOVANNY SEDAMANOS ROSARIO, gerente de la compañía "COMISARIATO SAN JOSE CIA. LTDA", para un período determinado en este estatuto y la autorizan para que realice los trámites y gestiones necesarias, encaminadas a la legalización y aprobación de la escritura de formación de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil; y todos los trámites de rigor para que pueda operar la compañía. Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se dignará agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente:

Ab. Raúl SandoyaChuquimarca.

g.4.2) ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial son los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado. Para seleccionar una estructura adecuada es necesario comprender que cada empresa es diferente, y puede adoptar la estructura empresarial que más se acomode a sus prioridades y necesidades.¹⁰

Nuestra Empresa contara con un organigrama estructural, funcional y de posición en donde se detalla los niveles jerárquicos de la misma.

g.4.3) NIVELES JERÁRQUICOS

Los niveles jerárquicos permiten definir el status o rango que posee cada trabajador dentro de una empresa, determinando de esta forma el grado de responsabilidad y autoridad asignadas para cada la posición. Dentro de los niveles tenemos:¹¹

NIVEL DIRECTIVO.- Su función básica es legislar y dirigir la política que debe seguir la organización. En nuestro proyecto la constituye la Junta General de Accionistas ya que es la encargada de normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones y decidir sobre aspectos de mayor importancia.

NIVEL EJECUTIVO.- Este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas ejerciendo autoridad para garantizar su fiel

¹⁰<http://www.gestiopolis.com/recursos4/docs/ger/estrorgorg.htm>

¹¹http://www.pasto.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=70&Itemid=68

cumplimiento. En la Empresa “Comisariato San José” este nivel lo dirigirá el Gerente que a su vez será su representante legal y este también es el encargado de planear orientar, dirigir y controlar la vida administrativa y es el responsable de ejecutar y dar cumplimiento de las actividades encomendadas dentro de la empresa a su mando.

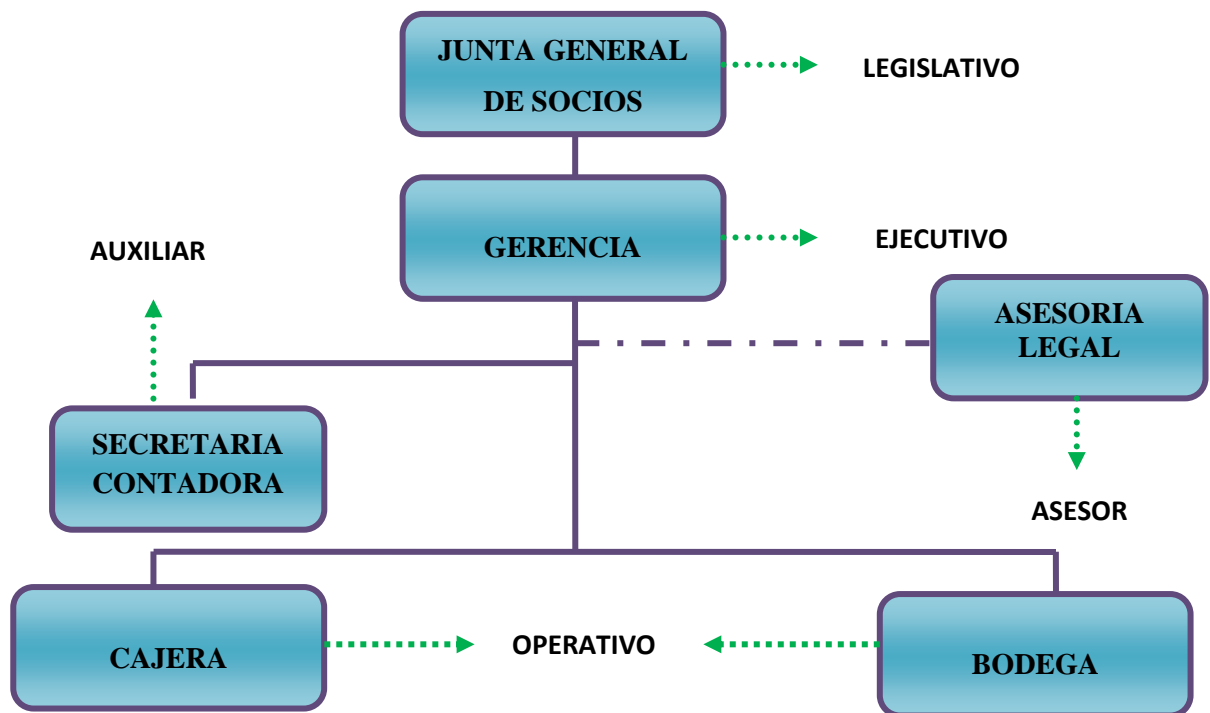
NIVEL ASESOR.- Este aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la empresa a la cual se está asesorando. En nuestro caso la empresa contará con un asesor legal que será requerido solo cuando la empresa lo necesite.




NIVEL OPERATIVO.- Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. La constituyen en este proyecto los departamentos de producción, de Ventas y Bodega ya que tienen a su cargo la comercialización, suministros de servicios (ventas) y al encargado de la distribución del producto. Este constituye el nivel técnico responsable de la vida misma de una organización que es su naturaleza o razón de ser.

NIVEL AUXILIAR.- Ayuda a los niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia. Este nivel de apoyo en nuestra empresa la constituye la secretaria que realiza labores encomendadas tanto ejecutivas, asesoras y operacionales.

g.4.3) ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.- Es un diagrama que representa jerárquicamente el cargo que ocupan en la compañía, señalan los puestos jerárquicos tanto de forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los que toman las decisiones.

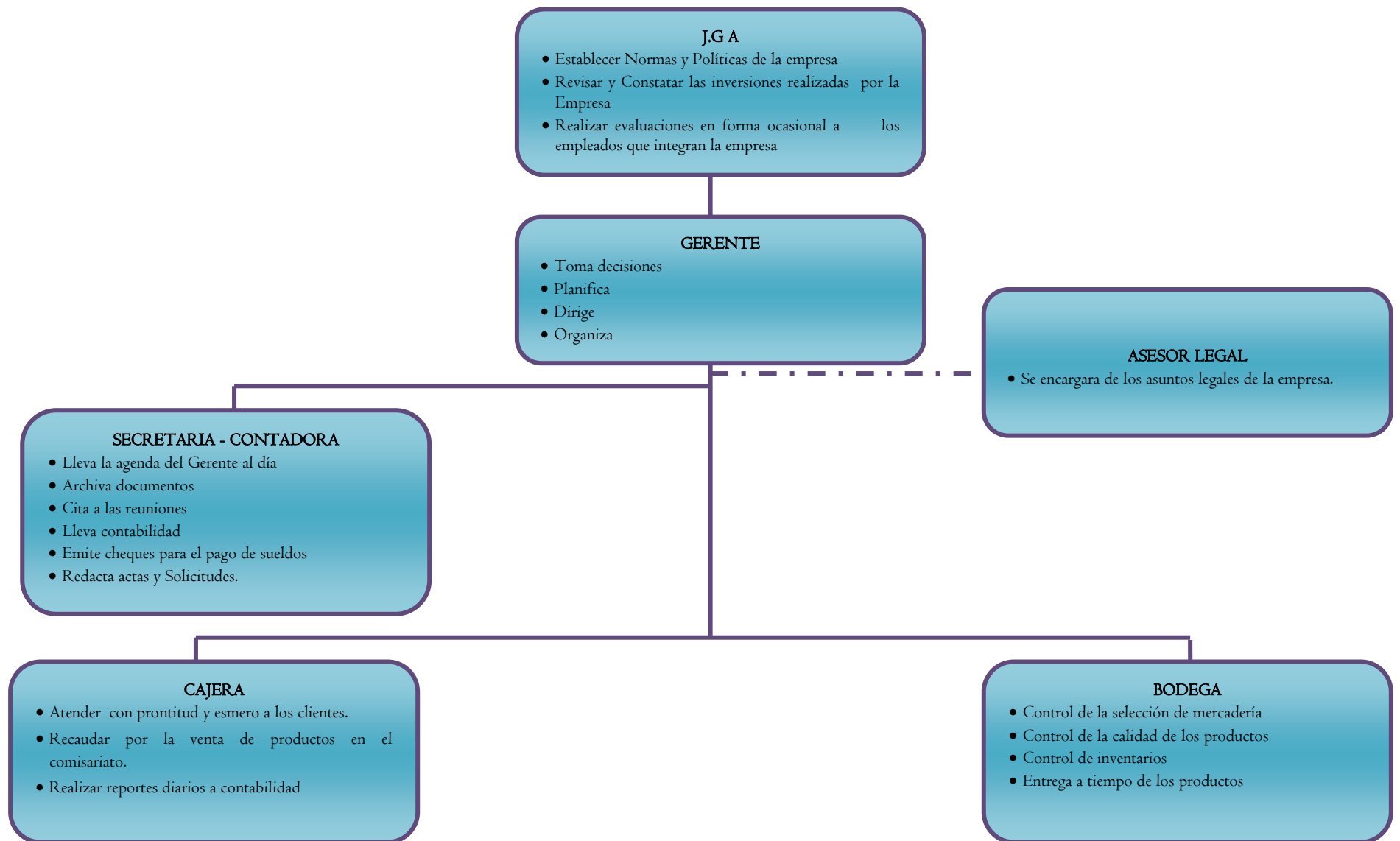
El organigrama estructural de la empresa “Comisariato San José CIA LTDA”, constara con la junta general de accionistas, Gerencia, Secretaria Contadora, Asesor Jurídico, como también el de Ventas y Bodega.



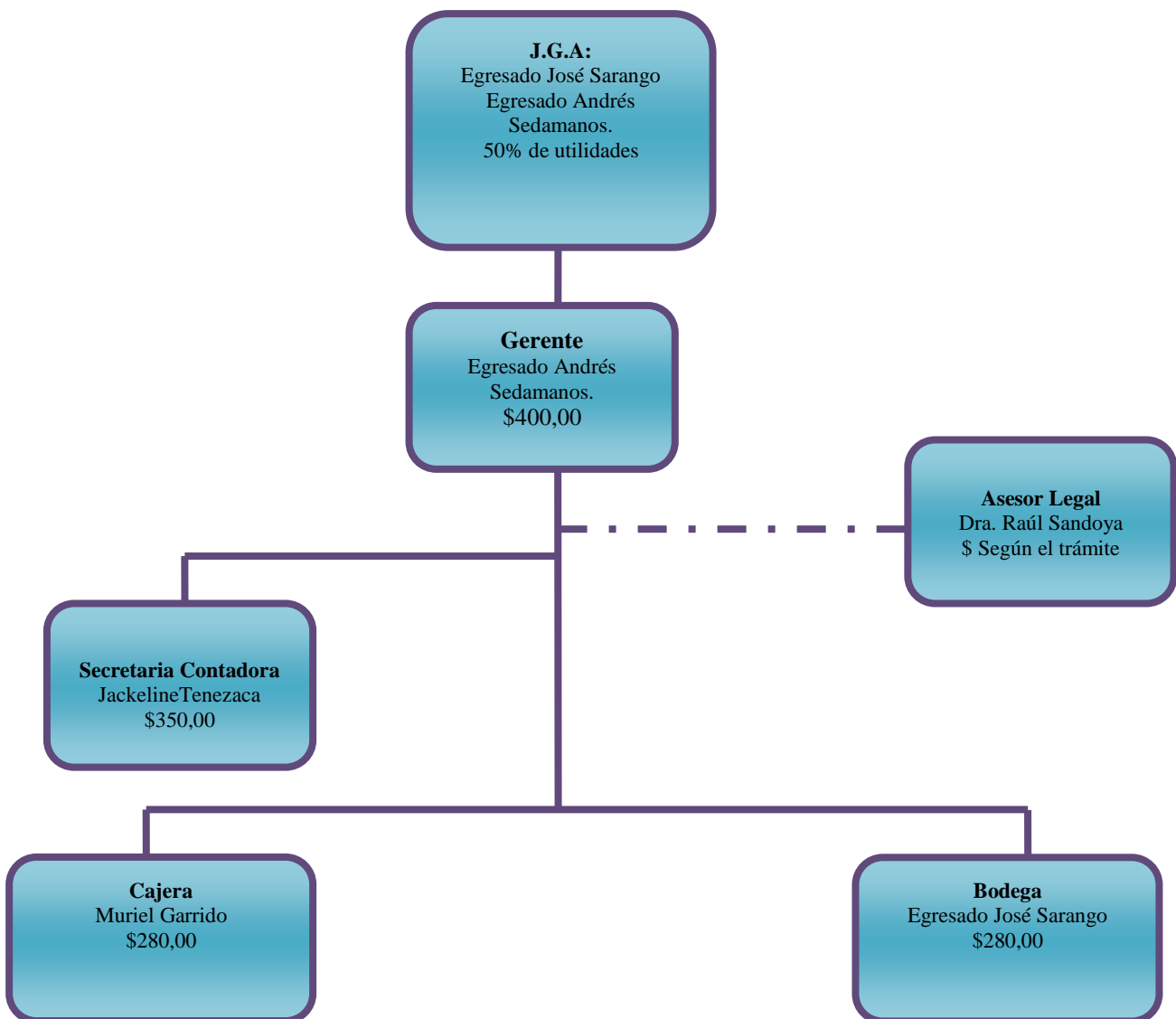
CUADRO DE REFERENCIAS		
NIVELES.	LINEAS	
1. Legislativo	- Autoridad	
2. Ejecutivo	- Auxiliar	
3. Auxiliar	- Asesoría Temp.	
4. Asesor		
5. Operativo		
ELABORADO: Los Autores.		

g.4.4) ORGANIGRAMA FUNCIONAL.- Es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio de la especialización de funciones para cada tarea, que separa, distingue y especializa.

En este organigrama se detallaran las funciones que deberán cumplir cada uno de los departamentos que existen en la empresa “Comisariato San José CIA LTDA” para cumplir los objetivos establecidos.



g.4.5) ORGANIGRAMA POSICIONAL.- Este organigrama recoge los nombres de las personas así como el valor de su remuneración que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales. Los sueldos de cada uno de los integrantes de la compañía van a ir de acuerdo al orden jerárquico, es decir al cargo que ocupen en la empresa. En el caso del asesor Legal este será variable ya que su remuneración va ser de acuerdo al trámite que realice.



g.4.6) MANUALES DE FUNCIONES

Pretende dar a conocer las funciones que deben desempeñar dentro de la empresa. Consiste en detallar los puestos de trabajo y las funciones a cumplir. Esto le permitirá al empleado cumplir de forma adecuada su trabajo.

Para la Empresa “Comisariato San José” los manuales de funciones serán dirigidos a: La Junta General de Accionista, Gerente, Secretaria Contadora, Cajera y Bodega los mismos que estarán diseñados de la siguiente manera:

EMPRESA “COMISARIATO SAN JOSE”	
MANUAL DE FUNCIONES	
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO	
A) IDENTIFICACIONES Ente Regulador: Junta General de Accionistas Número de Plazas: 2 Código: 001 Ubicación: Sala de Reuniones Tipo de Contratación: Indefinido (Propietarios) Ámbito de Operación : Local	
B) RELACIONES Jefe Inmediato: Ninguno Subordinados: Todos	
Naturaleza del puesto Supervisa las actividades de la empresa, legisla, toma decisiones convenientes a favor de los accionistas y norma aspectos de mayor importancia.	
Actividades del puesto: <ul style="list-style-type: none">Ⓢ Aportar con el capital necesario para la Constitución de la EmpresaⓈ Constituir la Empresa LegalmenteⓈ Establecer Normas y Políticas de la empresaⓈ Designar puestos para los Departamentos de la EmpresaⓈ Mantener reuniones constantes con el Gerente	

- Ⓢ Revisar y Constatar las inversiones realizadas por la Empresa
- Ⓢ Realizar evaluaciones en forma ocasional a los empleados que integran la empresa

Responsabilidad

- Ⓢ Personal
- Ⓢ Materiales
- Ⓢ Recursos Financieros
- Ⓢ Resultados

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- Ⓢ **Conocimientos**
 - ⊕ Tener conocimiento en Administración de Empresas
- Ⓢ **Aptitudes**
 - ⊕ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - ⊕ Que tengan Don de Gente
 - ⊕ Que sean un buenos Lideres
 - ⊕ Que posean ideas innovadoras de negocios
 - ⊕ Que mantengan buenas relaciones con los miembros de la empresa
 - ⊕ Ser de carácter activo y colaborador
- Ⓢ **Riesgos**
 - ⊕ Estrés laboral
 - ⊕ Dolores de cabeza
 - ⊕ Cansancio físico y mental

ELABORADO POR: Los Autores.

DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

A) IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Gerente

Número de Plazas: 1

Código:002

Ubicación: Gerencia

Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año

Ámbito de Operación : Local

B) RELACIONES

Jefe Inmediato: Junta General de Accionistas

Subordinados:

- Ⓢ Secretaria Contadora
- Ⓢ Cajera
- Ⓢ Bodega
- Ⓢ Asesor Legal

Naturaleza del puesto

Planifica, organiza, ejecuta, dirige y controla las actividades que se realicen en la empresa.

Actividades del puesto:

- Ⓢ Planifica las actividades a realizar dentro de un plazo determinado en la empresa
- Ⓢ Ejerce la representación legal de la empresa
- Ⓢ Organiza y designa los puestos y actividades a cada uno de sus subordinados.
- Ⓢ Dirige las actividades que deben realizarse en cada departamento de la empresa
- Ⓢ Controla el ingreso y la salida de los productos en la empresa
- Ⓢ Toma Decisiones sobre los riesgos y beneficios que se le presentan a la empresa.
- Ⓢ Debe de estar presente en todas las reuniones ordinarias y extraordinarias que la empresa realice
- Ⓢ Busca proveedores de materia prima de calidad
- Ⓢ Vigila el proceso de producción conjuntamente con el Jefe de Producción
- Ⓢ Se encarga de contratar el personal
- Ⓢ Debe de estar presente en las actividades que realice la empresa
- Ⓢ Firmar documentos de las transacciones realizadas por la Empresa
- Ⓢ Administrar los recursos económicos de la Empresa

Responsabilidad

- Ⓢ Personal
- Ⓢ Materiales
- Ⓢ Recursos Financieros

Ⓜ Resultados

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

Ⓜ Conocimientos

- ⊕ Tener conocimiento en Administración de Empresas
- ⊕ Tener conocimiento en Administración de la Producción

Ⓜ **Experiencia**

- ⊕ Mínimo 2 años en otras empresas a fines

Ⓜ **Aptitudes**

- ⊕ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- ⊕ Que tengan Don de Gente para tener buenas relaciones con los subordinados
- ⊕ Que sean capaces de tomar decisiones en cualquier situación en que se encuentre la empresa
- ⊕ Que sean un buen Líder
- ⊕ Que posean ideas innovadoras de negocios
- ⊕ Que mantengan buenas relaciones con los miembros de la empresa
- ⊕ Ser de carácter activo y colaborador

Ⓜ **Riesgos**

- ⊕ Estrés laboral
- ⊕ Cansancio físico y mental

ELABORADO POR: Los Autores.

DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

A) IDENTIFICACIONES**Nombre del puesto:** Secretaria Contadora**Número de Plazas:** 1**Código:**003**Ubicación:** Secretaría**Tipo de Contratación:** Fijo por un año**Ámbito de Operación :** Local**B) RELACIONES****Jefe Inmediato:** Gerente**Subordinados:** Ninguno**Naturaleza del puesto**

Realiza labores de Secretaria y asistencia directa al gerente

Actividades del puesto:

- Ⓢ Redacta solicitudes, actas, memorándums, oficios y circulares cuando sean necesarias y cuando el gerente las requiera
- Ⓢ Atiende al público que solicite información y proporciona entrevistas con el gerente de la microempresa
- Ⓢ Mantiene archivos de la correspondencia enviada y recibida para que existan comprobantes de todas las actividades que la empresa realiza
- Ⓢ Lleva y controla la contabilidad de la microempresa
- Ⓢ Presentar informes al Gerente de todas las transacciones que realiza la empresa
- Ⓢ Llevar control de los inventarios
- Ⓢ Prepara los Estados Financieros correspondientes
- Ⓢ Cita a reuniones con anticipación a cada uno de los miembros que integran la empresa

Responsabilidad

- Ⓢ Materiales y documentos

ANÁLISIS DEL CARGO**Requisitos del Puesto:**

- Ⓢ **Conocimientos**
 - ⊕ Tener conocimiento en Contabilidad y tributación.
- Ⓢ **Aptitudes**
 - ⊕ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - ⊕ Que sea amable al momento de atender a personas inmersas y ajenas a la empresa
 - ⊕ Que sea rápida al momento de realizar actas, oficios, etc.
 - ⊕ Que se adapte al ambiente laboral de la empresa
- Ⓢ **Riesgos**
 - ⊕ Estrés laboral
 - ⊕ Cansancio físico y mental

ELABORADO POR: Los Autores.

DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

A) IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Cajera

Número de Plazas: 1

Código:004

Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año

Ámbito de Operación : Local

B) RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto

- Recaudar por la venta de los productos del comisariato.

.Actividades del puesto:

- ⊗ Atender con prontitud a los clientes para el control de los productos adquiridos.
- ⊗ Presentar programas y estrategias para maximizar la eficiencia en la atención al público.
- ⊗ Reportar diariamente la contabilidad y a sus superiores sobre el monto de ventas realizadas.
- ⊗ Presentar informes periódicos a sus superiores.

Responsabilidad

- ⊗ Deposito de dinero por ventas recaudadas.
- ⊗ Materiales
- ⊗ Resultados

ANÁLISIS DEL CARGO**Requisitos del Puesto:**

- ⊗ **Conocimientos**
 - ⊕ Tener conocimiento en Contabilidad y Auditoría.
- ⊗ **Experiencia**
 - ⊕ Mínimo 2 años en otras empresas a fines
- ⊗ **Aptitudes**
 - ⊕ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - ⊕ Que se adapte al ambiente laboral.
 - ⊕ Que el trato sea el idóneo hacia sus clientes.
 - ⊕ Que trabaje conjuntamente con el personal.
- ⊗ **Riesgos**
 - ⊕ Estrés laboral
 - ⊕ Cansancio físico y mental

ELABORADO POR: Los Autores.

DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

A) IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Bodeguero

Número de Plazas: 1

Código:005

Ubicación: Bodega

Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año

Ámbito de Operación : Local

B) RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto

Se encarga del almacenamiento y recepción de materias primas.

Actividades del puesto:

- ⊗ Traslado de la mercadería hacia los diferentes destinos
- ⊗ Control de la mercadería al momento de ubicar los productos en la bodega.
- ⊗ Entrega a tiempo de los productos destinados a la venta
- ⊗ Llevar la factura correspondiente de la entrega de los productos
- ⊗ Vigilar y dar mantenimiento a la bodega.

Responsabilidad

- ⊗ Mercadería

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- ⊗ **Conocimientos**
 - ⊕ Conocimiento en el Manejo y Control de Mercadería
- ⊗ **Aptitudes**
 - ⊕ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - ⊕ Que tengan Don de Gente
 - ⊕ Que mantengan buenas relaciones con los miembros de la empresa
 - ⊕ Ser de carácter activo y colaborador
- ⊗ **Riesgos**
 - ⊕ Estrés laboral
 - ⊕ Cansancio físico y mental
 - ⊕ Problemas de columna

ELABORADO POR: Los Autores.

h) CONCLUSIONES

h.) CONCLUSIONES

Al término del proyecto hemos llegado a las siguientes conclusiones más relevantes.

1. La demanda potencial está representada por los habitantes del cantón Yacuambi.
2. El comisariato para darse a conocer e introducir en el mercado realizaran campaña publicitaria en la Radio Laser Estéreo del Cantón Yacuambi.
3. De acuerdo a los análisis realizados al proyecto, se estima que la inversión de la empresa es de \$ 104762,90.
4. Del total de la inversión del proyecto se subdivide el 71% (74762,90) será con capital propio y el 29% (30000,00) restante se realizara un crédito en el Banco Nacional de Fomento.
5. En el Estudio Técnico se detectó que para la localización del comisariato existen las condiciones básicas y técnicas suficientes para poner en marcha el proyecto.
6. El financiamiento de la empresa está constituida de la siguiente manera.

ACTIVOS FIJOS	\$ 15.332,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.590,00
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 87.840,90

7. El punto de equilibrio en el primer año, en función de las ventas es de 190.881,36 dólares y en función de la capacidad instalada cuando se alcance el 16,21%.
8. La evaluación del proyecto determina su factibilidad de acuerdo con los índices resultantes así;
- Relación beneficio costo 1,12
 - Valor Actual Neto (VAN) 274.188,14
 - Tasa interna de retorno (TIR) 73,68%
 - Periodo de recuperación de capital es de 1 año 6 meses y 4 días.
 - Sensibilidad del proyecto con incremento en los costos es de 7,32% y disminución en los ingresos es de 8,43%.

ii) RECOMENDACIONES

i.) RECOMENDACIONES.

Al culminar nuestro proyecto podemos recomendar lo siguiente:

1. Al momento de realizar la implementación, se debería hacer un reajuste en los datos que tienen relación con los precios del producto, tomando en cuenta los factores inflacionarios del país, por ende afectan el comportamiento de los precios.
2. Elaborar un plan de Marketing para conocer Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, con la finalidad de obtener eficiencia y eficacia en el Comisariato.
3. Llevar a efecto continuamente estrategias publicitarias así como el seguimiento permanente de la satisfacción e insatisfacción del usuario con respecto a los productos de consumo masivo.
4. De acuerdo al estudio realizado debe ponerse en ejecución la propuesta del plan de negocio debido a los resultados totalmente factibles.

j) BIBLIOGRAFIA

j.) BIBLIOGRAFIA.

- * CARRASCO BELINCHON, Julián: "Organización de Empresas y Administración de Personal". Editorial INDEX. Madrid 1984.
- * CERVO, Albert, "Metodología de la Investigación Científica". México, Edit. Harl. 1995.
- * COZPLAN, "Primer Curso Nacional de Formulación y Evaluación de Proyectos". 1974.
- * FERNÁNDEZ ESCALANTE, Fernando M.; "Dirección y Organización de Empresas Privadas y Públicas". Ediciones Macchi.
- * FLIPPO, Edwin B.; "Principios de Administración de Personal". Traducido del inglés al castellano por el Instituto de Promoción Organización Suizo-Colombiano. Editorial Presencia Ltda. Colombia. 1978.
- * KOTLER, Philip, "La Nueva Competencia, más allá de la Teoría", Editorial Norma, 1987, Japón.
- * NEWMAN, LOGAN, SALEME, "Planeación Estratégica y Subsistema Dirección", Scott, Foresman and Company 1990, USA.
- * ROJAS SORIANO, Raúl, "Guía para realizar Proyectos de Investigación Científica", Edit. Harl. 1995.
- * SAPAG CAHIN, Nassir, SAPAG CHAIN, Reinaldo, "Preparación y Evaluación de Proyectos", Tercera Edición, Impreso en Colombia, 1995.
- * UNIVERSIDAD DE CHILE, "Institución de nutrición y tecnología de los alimentos".
- * *DICCIONARIO.wikipedia.org*

K) ANEXOS

k.) ANEXOS.

k.1.) ENCUESTA



Estimado amigo (a), el objetivo de este estudio tiene como finalidad desarrollar una investigación de mercado, mismo que nos ayudara a detectar una oportunidad de negocio, para lo cual necesitamos que su información sea veraz y confiable, le garantizamos absoluta reserva y, contestar la misma no le llevara mucho tiempo

1. ¿En qué rango se encuentra su ingreso? Marque con una X una sola opción.

- | | |
|-----------|-----|
| 150 – 250 | () |
| 251 – 350 | () |
| 351 – 450 | () |
| 451 – 550 | () |

2. ¿Con que frecuencia adquiere los productos de la canasta básica familiar? Marque con una X una sola opción.

- | | | |
|------------|-------------|-------------|
| Diario () | Semanal () | Mensual () |
|------------|-------------|-------------|

3. En qué lugares usted adquiere los productos de la canasta básica familiar. Marque con una X una sola opción.

- | | | |
|------------|-------------|-------------------|
| Tienda () | Mercado () | Ferias libres () |
|------------|-------------|-------------------|

4. Marque con una X los productos que usted adquiere en los centros de abasto del Cantón Yacuambi.

- | | |
|------------|-------------|
| Arroz () | Arveja () |
| Azúcar () | Lenteja () |
| Fideos () | Leche () |
| Jabón () | Huevos () |

- | | |
|------------------|------------------------|
| Avena () | Mantequilla () |
| Aceite () | Carne de res () |
| Atún () | Carne chancho () |
| Sardina () | Carne de pollo () |
| Harina () | Funda de horchatas () |
| Pasta dental () | Mortadela de pollo () |
| Detergente () | Jamón () |
| Shampoo () | Salchichas () |
| Cloro () | Gaseosas () |
| Papel H. () | Servilletas () |
| Sal () | Cera para pisos () |
| Café () | |

5. Sírvase indicar la cantidad de productos de primera necesidad que consume en forma diaria, semanal y mensual.

Frecuencia de Consumo	ENCUESTAS	de 1 a 4	SUB TOTAL	de 4 a 8	SUB TOTAL	de 8 a 20	SUB TOTAL	de 20 o mas	SUB TOTAL
Diario									
Semanal									
Mensual									

6. ¿Cómo califica el servicio de los centros de abasto del Cantón

Yacuambi?

- Muy Buena ()
Buena ()
Malo ()

7. En el caso de crearse un comisariato. ¿Compraría usted productos de primera necesidad en el mismo?

Si ()

No ()

8. En caso de ser positiva su respuesta. ¿En qué horario prefiere usted ser atendido en el comisariato? Marque con una X una sola opción.

7:00am – 7:00pm ()

7:00am – 10:00pm ()

9. ¿A que medios de comunicación tiene acceso usted? Marque con una X una sola opción

Radio ()

Prensa ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

k.2) ENTREVISTA

Estimado amigo (a), el objetivo de este estudio tiene como finalidad de obtener información, para lo cual necesitamos que sus datos sean veraz y confiables, le garantizamos absoluta reserva y, contestar la misma no le llevara mucho tiempo.

1. De los productos que se mencionan a continuación. ¿Indique que cantidad vende por semana?

Arroz	Sardina	Carne chancho
Azúcar	Harina	Carne de pollo
Fideos	Pasta dental	Funda de horchatas
Jabón	Detergente	Mortadela de pollo
Arveja	Shampoo	Jamón
Lenteja	Cloro	Salchichas
Leche	Papel H.	Gaseosas
Huevos	Sal	Servilletas
Avena	Café	Cera para pisos
Aceite	Mantequilla	
Atún	Carne de res	

2. Indique el porcentaje en el que han incrementado sus ventas en relación al año anterior.

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

k.3) ANEXO 03

PORCENTAJE DE INCREMENTO EN LAS VENTAS				
TIENDA DON GODOY	COMERCIAL ZEAS	COMERCIAL LUIS GONZALES	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
5%	7%	10%	22%	7,33%

FUENTE: Trabajo de Campo.

ELABORACIÓN: Los Autores.

k.4) ANEXO 04

OFERTA PROYECTADA PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO						
PRODUCTOS	UNIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arroz	Qq	1058	1136	1219	1309	1405
Azúcar	Qq	302	325	348	374	401
Fideos	Qq	333	357	383	411	441
Jabón	Cajas (100 u)	218	234	251	269	289
Arveja	Qq	76	81	87	93	100
Lenteja	Qq	76	81	87	93	100
Leche	litros	3629	3895	4181	4487	4816
Huevos	unidades	22680	24343	26128	28044	30101
Avena	Qq	76	81	87	93	100
Aceite	litros	11340	12172	13064	14022	15051
Atún	unidades	7258	7790	8361	8974	9632
Sardina	unidades	3780	4057	4355	4674	5017
Harina	Qq	166	179	192	206	221
Pasta dental	unidades	3780	4057	4355	4674	5017
Detergente	unidades	3780	4057	4355	4674	5017
Shampoo	unidades	454	487	523	561	602
Cloro	unidades	1814	1947	2090	2244	2408
Papel higiénico	unidades	21773	23369	25083	26923	28897
Sal	Qq	30	32	35	37	40
Café	unidades	3780	4057	4355	4674	5017
Mantequilla	libras	756	811	871	935	1003
Carne de res	libras	3780	4057	4355	4674	5017
Carne chancho	libras	3024	3246	3484	3739	4013
Carne de pollo	libras	7560	8114	8709	9348	10034
Funda de horchatas	unidades	7560	8114	8709	9348	10034
Mortadela de pollo	libras	3024	3246	3484	3739	4013
Jamón	libras	3780	4057	4355	4674	5017
Salchichas	libras	756	811	871	935	1003
Gaseosas	unidades	7560	8114	8709	9348	10034
Servilletas	paquetes	3780	4057	4355	4674	5017
Cera para pisos	unidades	588	631	677	727	780

FUENTE: Ofertantes del Cantón Yacuambi.

ELABORACIÓN: Los Autores.

k.5) ANEXO 05

COSTOS DE MERCADERIA PARA LA VENTA DURANTE LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO EXPRESADO EN USD.																
PRODUCTOS	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	AÑO 1 TOTAL ANUAL	PRECIO PROYECTADO AÑO 2	CANTIDAD	AÑO 2 TOTAL ANUAL	PRECIO PROYECTADO AÑO 3	CANTIDAD	AÑO 3 TOTAL ANUAL	PRECIO PROYECTADO AÑO 4	CANTIDAD	AÑO 4 TOTAL ANUAL	PRECIO PROYECTADO AÑO 5	CANTIDAD	AÑO 5 TOTAL ANUAL
Arroz	Qq	43,00	276	11889,33	44,51	294	13074,55	46,06	311	14328,16	47,67	328	15653,5	49,34	345,62	17054,10
Azúcar	Qq	41,50	608	25232,66	42,95	646	27748,05	44,46	684	30408,59	46,01	722	33221,4	47,62	760,02	36193,83
Fideos	Qq	47,00	653	30685,74	48,65	694	33744,72	50,35	734	36980,24	52,11	775	40400,9	53,93	816,11	44015,73
Jabón	unidades	0,53	207	109,53	0,55	220	120,45	0,57	232	132,00	0,59	245	144,208	0,61	258,33	157,11
Arveja	Qq	35,00	330	11534,04	36,23	350	12683,84	37,49	371	13900,00	38,81	391	15185,7	40,16	411,93	16544,47
Lenteja	Qq	60,00	467	28008,48	62,10	496	30800,58	64,27	525	33753,81	66,52	554	36876	68,85	583,51	40175,47
Leche	litros	0,96	60882	58446,80	0,99	64687	64273,21	1,03	68492	70435,88	1,06	72297	76951,2	1,10	76102,60	83836,30
Huevos	unidades	0,08	37911	3032,90	0,08	40281	3335,24	0,09	42650	3655,03	0,09	45020	3993,12	0,09	47389,00	4350,40
Avena	Qq	32,00	426	13617,92	33,12	452	14975,46	34,28	479	16411,34	35,48	505	17929,4	36,72	531,95	19533,60
Aceite	litros	1,85	29850	55223,24	1,91	31716	60728,31	1,98	33582	66551,08	2,05	35447	72707,1	2,12	37313,00	79212,42
Atún	latas	0,98	29491	28901,53	1,01	31335	31782,65	1,05	33178	34830,05	1,09	35021	38051,8	1,12	36864,20	41456,47
Sardina	latas	1,20	33283	39939,84	1,24	35363	43921,34	1,29	37444	48132,62	1,33	39524	52584,9	1,38	41604,00	57289,86
Harina	Qq	44,00	429	18871,78	45,54	456	20753,06	47,13	483	22742,91	48,78	509	24846,6	50,49	536,13	27069,75
Pasta dental	unidades	1,30	55953	72738,64	1,35	59450	79989,77	1,39	62947	87659,38	1,44	66444	95767,9	1,49	69941,00	104336,58
Detergente	unidades	0,52	34790	18091,01	0,54	36965	19894,46	0,56	39139	21801,98	0,58	41314	23818,7	0,60	43488,00	25949,81
Shampoo	unidades	5,50	22841	125625,28	5,69	24269	138148,55	5,89	25696	151394,56	6,10	27124	165399	6,31	28551,20	180197,37
Cloro	1/4 litro	0,28	30353	8498,96	0,29	32251	9346,20	0,30	34148	10242,34	0,31	36045	11189,8	0,32	37941,80	12190,94
Papel higiénico	unidades	0,30	35457	10637,18	0,31	37673	11697,58	0,32	39889	12819,17	0,33	42106	14004,9	0,34	44321,60	15258,02
Sal	Qq	13,60	375	5094,89	14,08	398	5602,78	14,57	421	6139,99	15,08	445	6707,94	15,61	468,28	7308,12
Café	sachets	0,23	45980	10575,40	0,24	48854	11629,64	0,25	51728	12744,71	0,26	54601	13923,6	0,26	57475,00	15169,39
Mantequilla	libras	0,95	26913	25567,16	0,98	28595	28115,89	1,02	30277	30811,70	1,05	31959	33661,8	1,09	33641,00	36673,63
Carne de res	libras	2,00	47327	94654,40	2,07	50285	104090,26	2,14	53243	114070,68	2,22	56201	124622	2,30	59159,00	135772,63
Carne chanco	libras	2,15	48298	103841,56	2,23	51317	114193,27	2,30	54336	125142,38	2,38	57354	136718	2,47	60373,00	148950,72
Carne de pollo	libras	1,37	50343	68970,18	1,42	53490	75845,65	1,47	56636	83117,91	1,52	59783	90806,3	1,57	62929,00	98931,09
Funda de horchatas	unidades	0,39	33692	13139,88	0,40	35798	14449,76	0,42	37904	15835,24	0,43	40009	17300	0,45	42115,00	18847,89
Mortadela de pollo	libras	1,50	13165	19747,20	1,55	13988	21715,75	1,61	14810	23797,91	1,66	15633	25999,2	1,72	16456,00	28325,46
Jamón	libras	2,10	17387	36513,12	2,17	18474	40153,02	2,25	19561	44002,99	2,33	20647	48073,3	2,41	21734,00	52374,56
Salchichas	libras	1,53	36386	55671,19	1,58	38661	61220,91	1,64	40935	67090,92	1,70	43209	73296,8	1,76	45483,00	79854,97
Gaseosas	unidades	0,30	41446	12433,92	0,31	44037	13673,43	0,32	46627	14984,47	0,33	49218	16370,5	0,34	51808,00	17835,26
Servilletas	paquetes	0,26	36049	9372,69	0,27	38302	10307,03	0,28	40555	11295,29	0,29	42808	12340,1	0,30	45061,00	13444,22
Cera para pisos	litros	1,69	4340	7334,60	1,75	4611	8065,77	1,81	4883	8839,13	1,87	5154	9656,75	1,94	5425,00	10520,78
TOTAL				1024001,05			1126081,15			1234052,46			1348202			1468830,94

FUENTE: Capacidad Utilizada y los precios de los productos se obtuvo de los Proveedores.
 ELABORACIÓN: Los Autores
 NOTA: Los precios se calcularon con la tasa de inflación de 3,5% para los 5 años de vida útil del proyecto.

k.6) ANEXO 06

REPOSICION DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
(Valor en USD)			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORAS	3	599,32	1797,97
Total			1797,97

FUENTE: Compucentro.

ELABORACIÓN: Los Autores.

k.7) ANEXO 07

RESUMEN DE PROYECCIÓN DE LAS INVERSIONES EN CAPITAL DE OPERACIÓN					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA	10092,58	10445,82	10811,42	11189,82	11581,46
PRESUPUESTOS DE MATERIA PRIMA INDIRECTA	576,00	596,16	617,03	638,62	660,97
PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS	13417,70	13887,32	14373,38	14876,44	15397,12
PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA	163,20	168,91	174,82	180,94	187,28
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD	480,00	496,80	514,19	532,18	550,81
PRESUPUESTO DE ENERGIA ELECTRICA	630,72	652,80	675,64	699,29	723,77
PRESUPUESTO DE AGUA	120,00	124,20	128,55	133,05	137,70
PRESUPUESTO DE TELÉFONO	300,00	310,50	321,37	332,62	344,26
PRESUPUESTO DE ARRIENDO DEL LOCAL	3000,00	3105,00	3213,68	3326,15	3442,57
PRESUPUESTOS DE ÚTILES DE ASEO	429,60	444,64	460,20	476,31	492,98

ELABORACIÓN: Los Autores

NOTA: Se calcula con la tasa de inflación del 3,5% para la vida útil del proyecto.

k.8) ANEXO 08 (DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS)

DEPRECIACIÓN DE ADECUACIÓN DE LOCAL (ACTIVO FIJO)			
		AÑOS DE VIDA ÚTIL	10
		% DE DEPRECIACIÓN	10%
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	DEPRECIACIÓN EN LIBROS
0			4880,00
1	439,20	439,20	4440,80
2	439,20	944,37	4001,60
3	439,20	1449,54	3562,40
4	439,20	1954,71	3123,20
5	439,20	2459,88	2684,00
6	439,20	2965,05	2244,80
7	439,20	3470,22	1805,60
8	439,20	3975,39	1366,40
9	439,20	4480,56	927,20
10	439,20	4985,73	488,00

ELABORACIÓN: Los Autores.

DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE OPERACIÓN			
		AÑOS DE VIDA ÚTIL	10
		% DE DEPRECIACIÓN	10%
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	DEPRECIACIÓN EN LIBROS
0			5613,00
1	505,17	505,17	5107,83
2	505,17	1010,34	4602,66
3	505,17	1515,51	4097,49
4	505,17	2020,68	3592,32
5	505,17	2525,85	3087,15
6	505,17	3031,02	2581,98
7	505,17	3536,19	2076,81
8	505,17	4041,36	1571,64
9	505,17	4546,53	1066,47
10	505,17	5051,70	561,30

ELABORACIÓN: Los Autores.

DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
		AÑOS DE VIDA ÚTIL	3
		% DE DEPRECIACIÓN	33,33%
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	DEPRECIACIÓN EN LIBROS
0			1725,00
1	383,33	383,33	1341,67
2	383,33	766,67	958,33
3	383,33	1150,00	575,00

ELABORACIÓN: Los Autores.

DEPRECIACIÓN DE LA REPOSICIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
		AÑOS DE VIDA ÚTIL	3
		% DE DEPRECIACIÓN	33,33%
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	DEPRECIACIÓN EN LIBROS
0			1797,97
1	399,55	399,55	1398,42
2	399,55	799,10	998,87
3	399,55	1198,65	599,32

ELABORACIÓN: Los Autores.

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES			
		AÑOS DE VIDA ÚTIL	10
		% DE DEPRECIACIÓN	10%
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	DEPRECIACIÓN EN LIBROS
0			900,00
1	81,00	81,00	819,00
2	81,00	162,00	738,00
3	81,00	243,00	657,00
4	81,00	324,00	576,00
5	81,00	405,00	495,00
6	81,00	486,00	414,00
7	81,00	567,00	333,00
8	81,00	648,00	252,00
9	81,00	729,00	171,00
10	81,00	810,00	90,00

ELABORACIÓN: Los Autores.

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS PARA ADMINISTRACIÓN DE VENTA			
		AÑOS DE VIDA ÚTIL	10
		% DE DEPRECIACIÓN	10%
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	DEPRECIACIÓN EN LIBROS
0			2214,00
1	199,26	199,26	2014,74
2	199,26	398,52	1815,48
3	199,26	479,52	1616,22
4	199,26	560,52	1416,96
5	199,26	641,52	1217,70
6	199,26	722,52	1018,44
7	199,26	803,52	819,18
8	199,26	884,52	619,92
9	199,26	965,52	420,66
10	199,26	1046,52	221,40

ELABORACIÓN: Los Autores.

k.9) ANEXO 09 (AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS)

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	
§ 1.590,00	
AÑOS	AMORTIZACIÓN ANUAL
1	318,00
2	318,00
3	318,00
4	318,00
5	318,00

Elaboración: Los Autores

k.10) ANEXO 10 (AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO)

DATOS	
CAPITAL	30000,00
PLAZO	5 AÑOS
CUOTAS	SEMESTRALES
INTERÉS	11,25%
INTERÉS SEMESTRAL	5,6%

AMORTIZACIÓN DE CAPITAL					
PERÍODOS	SALDO ANTERIOR	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	SALDO FINAL
0					30000,00
1	30000,00	1687,50	3000,00	4687,50	27000,00
2	27000,00	1518,75	3000,00	4518,75	24000,00
3	24000,00	1350,00	3000,00	4350,00	21000,00
4	21000,00	1181,25	3000,00	4181,25	18000,00
5	18000,00	1012,50	3000,00	4012,50	15000,00
6	15000,00	843,75	3000,00	3843,75	12000,00
7	12000,00	675,00	3000,00	3675,00	9000,00
8	9000,00	506,25	3000,00	3506,25	6000,00
9	6000,00	337,50	3000,00	3337,50	3000,00
10	3000,00	168,75	3000,00	3168,75	0,00

FUENTE: Banco Nacional de Fomento

ELABORADO: Los Autores

k.11) ANEXO 11 (ROLES DE PAGO)

ROL DE PAGOS DE MANO DE OBRA DIRECTA										
NOMBRE	CARGO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 12%	APORTE PERSONAL 9%	FONDO DE RESERVA 8,33%	LÍQUIDO A PAGAR	TOTAL A PAGAR
TRABAJADOR	BODEGUERO	280	23,33	22,00	11,67	34,02	26,18	23,32	253,82	420,52
TRABAJADOR	CAJERA	280	23,33	22,00	11,67	34,02	26,18	23,32	253,82	420,52
										841,05

ELABORADO: Los Autores

ROL DE PAGOS SUELDOS Y SALARIOS										
NOMBRE	CARGO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 12%	APORTE PERSONAL 9%	FONDO DE RESERVA 8,33%	LÍQUIDO A PAGAR	TOTAL A PAGAR
TRABAJADOR	GERENTE	400,00	33,33	22,00	16,67	48,60	37,40	33,32	362,60	591,32
TRABAJADOR	SECRETARIA - CONTADORA	350,00	29,17	22,00	14,58	42,53	32,73	29,16	317,28	520,16
										1111,48
ASESRO JURIDICO SE PRESUPUESTARA QUE EL ASESOR JURIDCO GANARA POR DOS CONSULTAS										80,00
										1191,48

ELABORADO: Los Autores

D INDICE

CERTIFICACION.....	II
AUTORÍA.....	III
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	V
a) TÍTULO	1
b) RESUMEN.....	3 – 7
ABSTRACT	8 – 11
c) INTRODUCCIÓN	12 – 15
d) REVISIÓN DE LITERATURA	16 – 30
e) MATERIALES Y MÉTODOS	31 – 37
f) RESULTADOS	38
Estudio de Mercado.....	39 – 64
g) DISCUSIÓN.....	65
g.1) Determinación de las Demandas	66 – 74
g.1.8) Plan de Comercialización	75 – 77

g.2) Estudio Técnico	77 – 89
g.3) Estudio Financiero	90 – 123
g.4) Estudio Organizacional	124 – 150
h) CONCLUSIONES.....	151 – 153
i) RECOMENDACIONES	154 – 155
j) BIBLIOGRAFÍA.....	156
k) ANEXOS.....	158 – 170
l) ÍNDICE	171 – 173