



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA
CREACIÓN DE UN AUTOSERVICIO EN EL
CANTÓN CHAGUARPAMBA DE LA PROVINCIA
DE LOJA”**

Tesis previa a optar el Grado de
Ingeniero en Banca y Finanzas

AUTOR:

Marco Vinicio Sánchez Condoy

DIRECTOR:

Ing. Sergio Leonardo Pardo Quezada Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR
2015

CERTIFICACIÓN

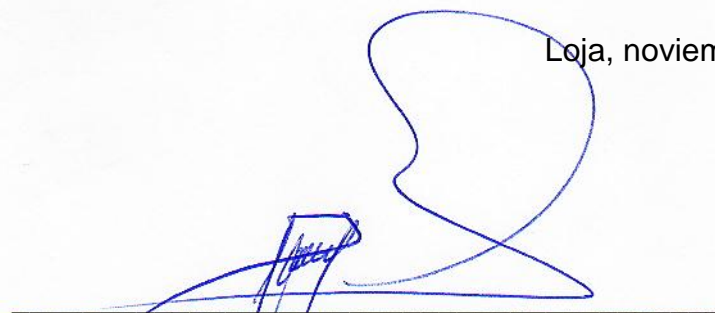
Ing. Sergio Leonardo Pardo Quezada Mg. Sc.

DOCENTE DE LA CARRERA DE BANCA Y FINANZAS, DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Y DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICO:

Que el presente trabajo titulado **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA DE LA PROVINCIA DE LOJA”** del aspirante Marco Vinicio Sánchez Condoy previo a optar el Grado de Ingeniero en Banca y Finanzas, ha sido realizado bajo la correspondiente Dirección en forma minuciosa tanto en su forma como en su contenido de conformidad con los requerimientos institucionales y luego de haber revisado autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, noviembre de 2015



Ing. Sergio Leonardo Pardo Quezada. Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Marco Vinicio Sánchez Condoy, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA la publicación de mi tesis en el REPOSITORIO INSTITUCIONAL - BIBLIOTECA VIRTUAL

Autor: Marco Vinicio Sánchez Condoy

Firma:  _____

Cedula: 1104958846

Fecha: Loja 30 Noviembre de 2015


CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, Marco Vinicio Sánchez Condoy declaro ser autor de la tesis titulada: **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA DE LA PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para optar el grado de Ingeniero en Banca y Finanzas, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los treinta días del mes de noviembre de dos mil quince firma el autor.

Firma: 

Autor: Marco Vinicio Sánchez Condoy

Cédula: 110495884-6

Dirección: Loja, Cdla. Inmaculada II

Correo electrónico: marcosanchez164@yahoo.es

Celular: 0986242408

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Sergio Leonardo Pardo Quezada Mg. Sc.

Tribunal de Grado: Ing. Neusa Cecilia Cueva Jimenez Mg. Sc.

Ing. Jorge Baltazar Vallejo Ramírez MAE.

Ing. John Gonzales Roman MBF.

DEDICATORIA

El desarrollo del presente trabajo es la culminación de un gran y constante esfuerzo, es por ello que está dedicado a mi familia, mi esposa Leidy Cueva mis padres Néstor Sánchez y Carmita Condo y, a mis hermanos; que todos ellos estuvieron brindándome su confianza y apoyo a lo largo de mi carrera, lo cual me ayudo a culminar con éxito esta etapa de vida.

Marco Vinicio

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica Social y Administrativa, y a la Carrera de Banca y Finanzas, por abrirme las puertas y darme la oportunidad de aprender nuevos conocimientos durante mi carrera.

También a los docentes de manera especial a la Ing. Sergio Pardo Mg. Sc en calidad de DIRECTOR de tesis por su apoyo, que me permitió finalizar mi proyecto de tesis.

Agradezco a todas aquellas personas quienes de una u otra manera me supieron apoyar en el transcurso de mi formación profesional a todos ellos muchas gracias.

EL AUTOR

a. TITULO

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN
AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA DE LA
PROVINCIA DE LOJA”**

b. RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo, determinar la viabilidad del proyecto de inversión para la creación de un Autoservicio en el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja, que se dedique a la de venta de productos de primera necesidad, el cual se desarrolló a través del cumplimiento de los objetivos específicos.

En cuanto al estudio de mercado, fue necesario aplicar una encuesta, a las familias de las diferente parroquias que conforman el cantón, para establecer las necesidades de los demandantes, lo que permitió obtener una demanda efectiva de 208.024 número de visitas anuales por atenderse; tomando en consideración que la oferta es 135.356 personas atendidas anualmente, dados estos resultados se logra obtener una demanda insatisfecha de 72.668 número de visitas, que tienen dificultad para adquirir los productos, lo que representa un mercado muy atractivo para poner en marcha esta propuesta de inversión.

Para cumplir con el estudio técnico, también se basó específicamente en la encuesta, y en la entrevistas, que permitió determinar la micro localización del autoservicio que se ubicará en la ciudad de Chaguarpamba en las calles 10 de agosto y transversal sur, lugar estratégico de fácil circulación y de gran afluencia de personas, es necesario mencionar que la capacidad

instalada es del 100% para hacer frente a una utilización del 90% que representa a 47.304 número de visitas, la misma que en los años siguientes será progresiva según estudios de inversión, cabe recalcar que el 100% de esta demanda será cubierta a partir del tercera año del proyecto.

En lo referente a formular alternativas administrativas y organizacionales, se hizo referencia a que, en si la organización de la empresa y todo el proyecto es una alternativa, puesto que los casos de la ciudad de Loja, al formar este tipo de empresas lo hacen unipersonal como personas naturales, en este caso será de Responsabilidad Limitada y estará conformada por el presidente y el Gerente como representantes legales de la misma y a su vez los demás cargos que estarían por la, Contador(a) general, las respectivas cajas y reponedores para la puesta en marcha de la misma.

Para la realización del estudio financiero se consideró los diferentes índices que sirvieron para determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto como: la relación **Beneficio-Costo** que da un valor positivo de \$0,18 siendo esta la ganancia obtenida por cada dólar invertido, el **VAN** que da un valor positivo de 141.872,26 una **TIR** de 71%, el **Periodo de Recuperación** que es de 4 años 7 meses y 6 días, en lo que respecta al **Análisis de Sensibilidad** con incremento en los costos, el coeficiente de sensibilidad es de 0,99%; donde se determina que puede soportar un incremento del

9% sobre los costos estimados. En cuanto a la disminución de los ingresos el coeficiente de sensibilidad es de 0,99% (menor a uno) lo que demuestra que puede soportar una disminución del 7,5% en los ingresos estimados durante los años de vida útil del proyecto.

Basándose en los estudios antes mencionados se concluyó, que dados los resultados positivos, el proyecto es viable y factible; por lo que se recomienda analizar esta propuesta de inversión y de decidirse, poner en marcha.

ABSTRAC

His project aims to determine the feasibility of the investment project for the creation of a self Chaguarpamba canton in the province of Loja, which is dedicated to the sale of staples, which was developed through meeting specific goals.

As the market study, a survey was necessary to apply to the families of the different parishes that make up the county, to establish the needs of the applicants, which yielded an effective demand for 208,024 annual number of visits per addressed; considering that the offer is 135,356 people served annually, given these results is possible to obtain an unmet demand for 72668 number of visits that have difficulty acquiring products, which represents a very attractive market to launch this investment proposal.

To meet the technical study, it was also specifically based on the survey and in the interviews, which identified the micro location self to be located in the city of Chaguarpamba in the streets August 10 and south cross, strategic location easily movement and large influx of people, it is necessary to mention that the installed capacity is 100% to cope with a 90% utilization representing 47,304 number of visits, the same as in the following years will be progressive as investment studies, it should be emphasized that 100% of this demand will be met from the third year of the project.

With regard to formulating administrative and organizational alternatives, reference was made to that, if the organization of the company and the entire project is an alternative, since cases from the city of Loja, in forming these businesses do sole as individuals, in this case it will be limited liability and will consist of the President and the Manager as legal representatives of the same and turn the other charges would be by accountant (a) Generally, the respective cashiers and stockers for implementation of it.

To carry out the financial study the different rates used for determining the feasibility and viability of the project and considered: Benefit-cost ratio which gives a positive value of \$ 0.18 being the profit made for every dollar invested, the NPV gives a positive value of 141,872.26 an IRR of 71%, the recovery period is 4 years 7 months and 6 days, with respect to sensitivity analysis with increased costs, the sensitivity coefficient is 0 , 99%; where it is determined that can support a 9% increase over the estimated costs. As for the decline in revenue sensitivity coefficient is 0.99% (less than one), which shows that it can withstand a drop of 7.5% in estimates for the useful life of the project revenue.

Based on the aforementioned studies it concluded that given the positive results, the project is viable and feasible; so it is recommended to analyze this proposal and decide invention launch.

c. INTRODUCCIÓN

La comercialización de productos de primera necesidad a través del tiempo se ha desarrollado de la forma en como la civilización ha ido avanzando, antes se realizaba las compras en los mercados comunales, bodegas de abastos, y en si cada cosa que necesitaban; buscaban e iban a cada tienda que lo ofrecían, esto ocasionaba pérdida de tiempo a las personas que lo requerían.

Con el pasar del tiempo se fueron creando supermercados con un mayor stock de productos y mejorando el servicio hacia el consumidor, también surgen los autoservicios independientes y los autoservicios cadena que dentro de sus establecimientos ofrecen todo tipo de productos que va desde los productos de la canasta familiar hasta, herramientas, papelería, bazar y en conclusión, los consumidores no tienen que ir a distintas partes sino que lo encuentran todo en mismo lugar con un servicio personalizado y en ocasiones con servicio a domicilio.

En la ciudad de Loja hoy en día encontramos un sinnúmero de autoservicios tanto locales como las cadenas a nivel nacional, que cuentan con programas computarizados de facturación, nuevas formas de pago, lo que beneficia a los consumidores, los mismos que son satisfechos al ser atendidos de forma ágil y directa.

En algunos cantones de la provincia de Loja no cuentan con este tipo de servicio tal es el caso del cantón Chaguarpamba que pese al auge y crecimiento de su población no se encuentra apropiadamente atendido con un autoservicio que ofrezca variedad de productos, calidad, infraestructura adecuada, limpieza, buena atención, seguridad, promociones y precios competitivos que compense los requerimientos de este sector, es por ello que surge la necesidad de **Crear un Autoservicio en el Cantón Chaguarpamba de la Provincia de Loja** con el único propósito de ofrecer un servicio oportuno, personalizado y coadyuvar al desarrollo del cantón y la región sur del país.

La estructura del informe final de tesis se ajusta a las disposiciones legales que constan en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, y contiene: **Título** que es el tema de tesis seleccionado. **Resumen**, que sintetiza una visión global de las partes más relevantes del trabajo investigativo, de manera que el lector tenga una idea general del contenido del presente informe; **Introducción** la cual refleja la importancia del tema, aporte científico-técnico y la estructura del trabajo; **Revisión de Literatura** en la que se exponen conceptualizaciones básicas de formulación y planeación de proyectos de inversión, los mismos que sustentan su desarrollo; **Materiales y Métodos**, en donde se detallan los elementos necesarios para la ejecución de la propuesta y posterior presentación; así como los métodos, técnicas y procedimientos que

describen la direccionalidad de cada una de las fases del proceso investigativo; **Resultados** en el que se formula los distintos estudios necesarios para el desarrollo del Proyecto de Inversión para la creación de un Autoservicio en el cantón Chaguarpamba; **Discusión** que es un contraste de la oportunidad del negocio frente a la propuesta de proyecto de factibilidad como iniciativa para la oportuna toma de decisiones por parte de los inversionistas.

Finalmente se complementa con las respectivas **Conclusiones** y **Recomendaciones** que deberían ser consideradas por los inversionistas; culminando con la **Bibliografía** como fuente de información en la cual se cita los libros, revistas y direcciones electrónicas de las cuales se pudo extraer el marco teórico base y guía del trabajo investigativo y los **Anexos** correspondientes, que sirvieron de sustento del estudio financiero del proyectos de inversión.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

EMPRESA

La empresa es un ente económico que responde a una necesidad. Los hombres forman empresas cuando no tienen los suficientes recursos individuales para lograr una producción mayor y más eficiente. Un solo hombre puede lograr una producción de bienes y servicios: aporte la tierra, capital, trabajo y coordina la producción. Sin embargo se entiende por empresa, actualmente, la reunión de varias personas que aportan los diversos recursos necesarios para producir y que esperan obtener una ganancia o lucro.

Importancia

Su importancia radica en la capacidad de generar riqueza, que al ser distribuida equitativamente, propicia tranquilidad a los propietarios y por ende desarrollo a la entidad.

Conformación de la empresa

“Una empresa puede conformarse o integrarse de una sola persona o de dos o más personas.

En el primer caso se denomina empresa unipersonal de propietario único, o persona natural, que realiza sus actividades comerciales a cuenta y riesgo de esa persona.

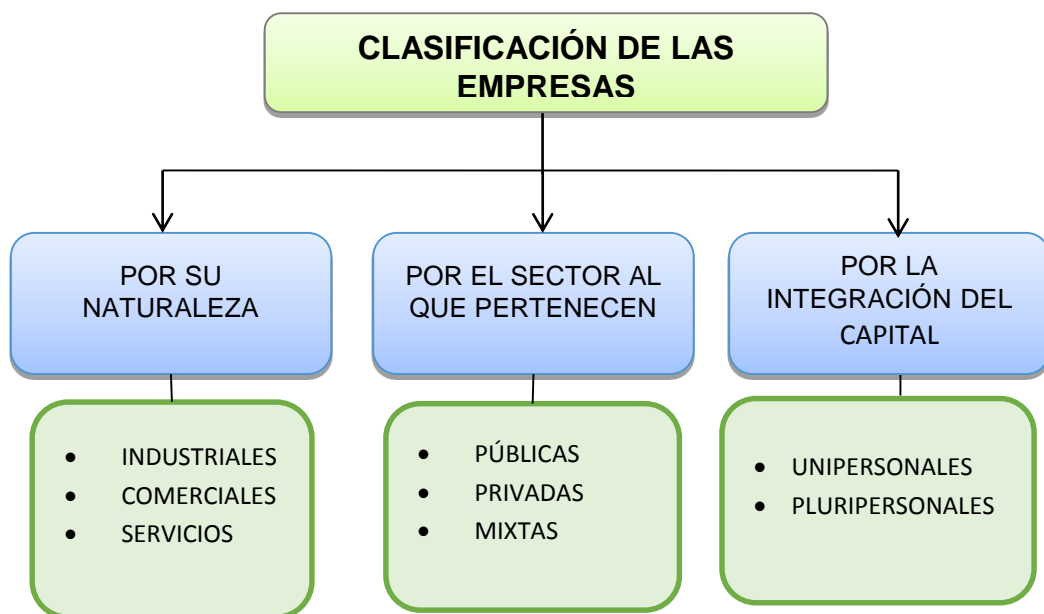
En el segundo caso, existen sociedades de hecho y de derecho, las sociedades de hecho son aquellas que se integran para realizar una cierta actividad comercial y luego se auto disuelven; y las sociedades de derecho con personería jurídica, son aquellas que se integran a través de escritura pública de conformidad con lo establece la ley de Compañías del Ecuador.”¹

Características

- Las empresas están orientadas a obtener utilidades, es decir, obtener el retorno financiero que supere al costo.
- Las empresas asumen riesgos: los riesgos asumen tiempo, dinero, recursos y esfuerzo.
- Las empresas son dirigidas por una filosofía de negocios: los administradores de la empresa toman decisiones acerca de mercados, y sobre asuntos internos de comportamiento y estructura de la empresa.

¹ VÁSCONEZ ARROYO José Vicente, “Contabilidad General para el siglo XXI”, Tercera Edición 2004, Pág. 67

- Las empresas se evalúan generalmente desde un punto de vista contable.
- Las empresas debe ser reconocidas como negocios por las demás organizaciones y por las agencias gubernamentales ya que las mismas son consideradas como productoras de bienes o servicios , y como tal son requeridas por otras empresas que les suministran entradas, consumen sus saladas e incluso compiten con ellas o les cobran intereses e impuestos.
- Las empresas constituyen propiedad privada que debe ser controlada y administrada por sus propietarios, accionistas o administradores profesionales.



Fuente: tesis “planeación financiera en Silmogas Cía. Ltda.”

Elaborado por: el autor

Empresas privadas

Empresa en que, la propiedad, el capital, gestión, la toma de decisiones, y el control de la misma son ejercidos por agentes económicos privados y en las cuales el Estado no interviene. Un sistema de mercado se basa en la empresa privada la cual tiene como principal objetivo maximizar ganancias. No obstante puede ocurrir que este no sea su único objetivo. El rasgo fundamental del sistema de empresa privada es que los individuos actúan de modo independiente y sin control gubernamental, hoy más que nunca se ve que es importante que haga cada uno su labor: la empresa privada es el motor que puede ser creativo, rápido, ágil.

El autoservicio

El Autoservicio es un subproducto del desarrollo económico y de la sociedad de consumo, que presupone la abundante oferta de bienes y servicios. Pero el Autoservicio tiene también su origen en el interés del comerciante detallista de darle más efectividad al proceso de la venta, de agilizar ésta, y de darle a su clientela mayor comodidad relacionada con el tiempo, modo y lugar de hacer las compras, liberándole de la presión que sobre el consumidor puede ejercer un dependiente que va a querer atenderle en el menor tiempo posible, para continuar con el siguiente cliente.

ADMINISTRACIÓN

“La administración es un proceso distintivo que consiste en planear, organizar, dirigir y controlar, desempeñando tareas para el logro de objetivos, mediante los recursos humanos, materiales, intelectuales, tecnológicos y monetarios de la empresa.”²

Importancia

“Para las empresas la administración técnica o científica es indiscutible y obviamente esencial, ya que, por su magnitud y complejidad, simplemente no podrían actuar si no fuera a base de una administración sumamente técnica.”³

Administración financiera

“La Administración Financiera está interesada en la adquisición, financiamiento y administración de los activos, con una meta global en mente. Así, la función de decisión de la administración financiera puede dividirse en tres grandes áreas; la decisión de inversión, financiamiento y administración de activos.”⁴

²GARCÍA SANTILLAN Arturo, “Administración Financiera I”, Edición electrónica. Texto completo en www.eumed.net/, México 2010 Pág. 13-14

³ REYES Ponce, Agustín. Administración de Empresas. 2007. Pág. 27

⁴

PROYECTOS

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas una necesidad humana.

Tipo de proyectos

Los tipos de proyectos difieren según cada autor, las tendencias que persiguen o la inclinación que tengan por algunos conceptos como se presentan a continuación.

Proyectos de investigación

“Tiene relaciones con la teoría existente en el tema y a su vez con el mundo empírico, de esta forma se planea lo que se pretende investigar. Sus partes son: planteamiento o formulación del problema, antecedentes, importancia o justificación del estudio, elementos teóricos que fundamenten la investigación, objetivos (generales y específicos), metodología, esquema o plan de trabajo, cronograma y referencias.

Proyectos de inversión

Están relacionadas con la empresa y la parte comercial los hay de varias clases:

Inversión privada: consiste en crear un plan que permita obtener una rentabilidad económica a partir de la inversión de un capital.

Inversión pública: El estado invierte recursos para lograr el bienestar social de una comunidad a la vez que beneficio económico.

Inversión social: Se busca invertir bienes en el desarrollo exclusivamente social sin esperar remuneración económica, sino que los beneficios permanezcan después de acabado el proyecto.

Proyectos de infraestructura

Se invierte en obras civiles, se construye infraestructura que aporte beneficios económicos o sociales.

Proyectos sociales

Su único fin es mejorar la calidad de vida de una comunidad en sus necesidades básicas como salud, educación, empleo y vivienda. Debe contener una descripción de lo que quiere conseguir, debe ser adaptado al entorno en que se piensa desarrollar, los recursos necesarios para desarrollarlo y el cronograma en el que se establece el plazo de su

⁴ GARCÍA SANTILLAN Arturo, “Administración Financiera I”, Edición electrónica. Texto completo en www.eumed.net/, México 2010 Pág. 175

ejecución.

Proyectos de desarrollo sostenible

Es un proyecto social y económico de una comunidad que incluye ecología o del medio ambiente como un elemento importante tanto para mejorar la economía como para ser protegido durante un largo periodo. Este tipo de proyectos surgió en torno al deterioro en el medio ambiente y la intención de que la producción humana no lo impacte de forma negativa. También busca la participación equitativa de la sociedad en estos procesos.

Proyectos de inversión

Definición.- Consiste en una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.

Importancia.- La importancia de los proyectos de inversión radican principalmente en el hecho de que en nuestra sociedad de consumo día a día se tienen productos y servicios que nos proporcionan bienestar y satisfacciones, por tanto siempre existe una necesidad humana de un bien o servicio en el cual invertir, ya que esta es la única forma de producir el

bien o servicio.

Clasificación De Proyectos De Inversión

Todo proyecto tiene como objeto el mejoramiento de la calidad de vida de la población, como también producir un efecto económico en el país o en la región y debido a esa gran diversidad de necesidades que demanda el ser humano, existen varios tipos de proyectos:

Proyectos de inversión privada

“Un proyecto de inversión privada es un instrumento de decisión, que orienta y apoya el proceso racional en la toma de decisiones, el cual permite juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y las desventajas en la etapa de asignación de recursos para determinar la rentabilidad socioeconómica y privada del proyecto.

Un proyecto de inversión privada se elabora en los siguientes casos:

- Creación de un nuevo negocio.
- Ampliación de las instalaciones de una industria.
- Reemplazo de tecnología.
- Aprovechamiento de un vacío en el Mercado.

- Lanzamiento de un nuevo producto.
- Sustitución de la producción artesanal por la fabril.
- Provisión de servicios

Proyecto de Inversión Pública

Es el conjunto de recursos públicos orientados al mejoramiento del bienestar general y la satisfacción de las necesidades de la población, mediante la producción, de bienes y prestación de servicios a cargo del Estado.

Proyecto de inversión social

“Tiene como fin de generar un impacto en el bienestar social, generalmente en estos proyectos no se mide el retorno económico, es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto”⁶.

Estructura De Un Proyecto De Inversión

Para la presentación de un proyecto es necesario recopilar todos los antecedentes que servirán para justificar la inversión y organizarlos utilizando un esquema básico, que será aplicado con variaciones de

⁶ LEÓN Carlos. “Evaluación de inversiones un enfoque privado y social”. Chiclayo 2007.Pag. 23

acuerdo a su naturaleza o a sus principales características para una mejor determinación. Este planteamiento básico estructura al proyecto de inversión en las siguientes partes fundamentales, establecidas con una secuencia lógica:

Estudio de mercado.- Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Estudio técnico – operativo.- “Comprende los diversos aspectos referentes al funcionamiento y operatividad del propio Proyecto, lo cual lleva implícito el análisis del tamaño óptimo, localización, disponibilidad y el costo de los mismos, características de los equipos de proceso básico e instalaciones físicas que conviene detallar, cuantificar y determinar su costo.”⁷

Estudio Económico.- “En este estudio se determinarían las necesidades de recursos financieros, las fuentes, las condiciones de estas y las posibilidades reales de acceso a las mismas”⁸

⁷ Sánchez, I. R. “Tópicos especiales sobre evaluación de proyectos de inversión”. Monografía. ED. CDICT- Facultad de Tecnología de la industria. 2006. Pags.26-28

⁸ BACA, Guillermo. “Evaluación Financiera de Proyectos” 1ª Edición, 2004. Colombia

Evaluación Económica.- Esta parte se propone describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y son comparados con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y en ambos se muestra su aplicación práctica.

Etapas De Un Proyecto De Inversión

Identificación de la idea

Decidir la realización de un análisis que asegure la existencia de una alternativa factible.

Realización del perfil de la idea

Formulación escrita que permite evaluar la factibilidad de la idea.

Anteproyecto preliminar o pre factibilidad

Resolver invertir en estudios que permitan una decisión definitiva.

Anteproyecto definitivo o factibilidad

Definir la aceptación o rechazo del proyecto. En el primer caso, se toman medidas para su ejecución.

Proyecto definitivo o diseño final de ingeniería

La preparación de un proyecto requiere muchas veces cuantiosas inversiones en sus estudios, inversiones que crecen en razón directa con su grado de detalle y profundidad.

PRESUPUESTOS

Es un plan integrado y coordinado que se expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado con el fin de lograr los objetivos propuestos, los mismos que están constituidos por el presupuesto de ingresos y el presupuesto de egresos.

Presupuesto de Ingresos

La estructura de ingresos comprende los ingresos por ventas de los diferentes productos o servicios que se van a comercializar, en la empresa, durante período de vida útil del proyecto.

Presupuesto Gastos

Es todo egreso de dinero, que será usado para pagar la compra de bienes o la prestación de servicios, y que puede estar incluido o no en los costos como:

Reversibles: egresos destinados a la compra de bienes muebles o inmuebles, los cuales, en caso de necesidad, pueden ser vendidos tal como se los compró, sin ser la venta, el objetivo propio de la empresa, conforman el capital fijo.

Irreversibles: se destinan a la compra del conjunto de bienes necesarios para el funcionamiento de la empresa. Estos incluyen : patentes, marcas de diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica, gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha, servicios (luz, teléfono, agua, servicios notariales), alquileres, impuestos, sueldos y jornales, materias primas, se pagan con el capital circulante. Estos gastos no se recuperan sino a través del precio de venta de los productos elaborados o del servicio brindado.

Clasificación de los Costos de Acuerdo al Volumen de Actividad

Para una mejor comprensión de los costos los clasificamos en Costos Fijos y Costos Variables del servicio.

Costo Fijo.- Es aquel costo que no está en función del nivel del servicio exista o no el servicio tiene que realizar el desembolso de estos costos,

también se puede decir que “Son aquellos que permanecen constantes cualquiera que sea el volumen de producción”⁹.

Costo Variable.- Es aquel costo que la empresa realiza para financiar equipos, por lo tanto tienen relación directa con el servicio.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por lo tanto no existe ni utilidad ni pérdida es donde se equilibran los costos y los ingresos, este análisis sirve básicamente para:

- Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
- Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

La evaluación de un proyecto de inversión es el denominado “Estado de Resultados” también denominado “Estado de Pérdidas y Ganancias” o

⁹ BRAVO VALDIVIESO, Mercedes, UBIDIA TAPIA, Carmita. Año, 2007, pág. 97,

“Estado de resultados pro-forma”, el cual es un informe que permite determinar si la empresa registrará utilidades o pérdidas en un periodo determinado.

Formato del estado de resultados proforma

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ventas					
(-) costo de ventas (% de Ventas)					
Utilidad bruta en ventas					
GASTOS					
Gastos Administrativos					
Gastos de venta					
TOTAL GASTOS					
Utilidad antes de impuestos e intereses					
Gastos financieros					
Utilidad antes de participación a trabajadores					
15% Participación a trabajadores					
Utilidad antes de impuestos e intereses					
22% de impuesto a la renta					
UTILIDAD DEL EJERCICIO					

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja proyectado es conocido como presupuesto de efectivo, para el cual se necesita las proyecciones de los futuros ingresos y egresos de efectivo que realizará la empresa para un periodo de tiempo determinado.

Anticipa a futuros déficit (o falta) de efectivo, y de ese modo poder tomar la decisión de buscar financiamiento oportunamente. Formato del estado de flujo de caja.

ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	DESCRIPCIÓN	0	1	2	3	4	5
	INVERSIONES						
	Activos Fijos						
	Activos Diferidos						
	Capital de Trabajo						
	INGRESOS						
(+)	Ingresos Operacionales						
	Ventas Netas						
	TOTAL INGRESOS						
	GASTOS						
(-)	Costo del Servicio						
(-)	Gastos Administrativos						
(-)	Gastos de venta						
(-)	Gastos Financieros						
(-)	Amortización de Capital						
(-)	Participación a trabajadores 15%						
(-)	Impuesto a la renta 22%						
	TOTAL GASTOS						
(+)	Depreciaciones						
(+)	Amortización de Activos Diferidos						
(+)	Recuperación del Capital de Trabajo						
	FLUJO NETO DE CAJA						

EVALUACIÓN DE PROYECTOS

“La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que sea, tiene por objeto conocer la rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sola así es posible asignar escasos recursos económicos a la mejor alternativa”¹⁰.

La evaluación es la parte fundamental en el análisis de un proyecto de inversión, puesto que es en donde la realidad económica, política y social determina los criterios a seguir, independientemente de la metodología empleada, para lo cual se utilizan entre otros, métodos matemáticos - financieros como instrumentos de análisis que permiten anticiparse al futuro y facilitar la toma de decisiones, tomando como base del análisis los objetivos planteados inicialmente.

Forman parte de la evaluación las siguientes consideraciones:

- Evaluación técnica, que estudia los aspectos físicos, técnicos y operativos del proyecto.
- Evaluación financiera, que estudia los aspectos monetarios y los posibles beneficios de llevar a cabo el proyecto de inversión.
- Evaluación económica, que analiza la contribución del proyecto a la

¹⁰ BACA URBINA, Gabriel. “Evaluación de Proyectos.” Quinta Edición, México 2006. Pág. 2.

economía, además de medir las ventajas y desventajas de un proyecto en comparación con otras alternativas de inversión.

- Evaluación social, que estudia y mide la eficiencia y eficacia de la inversión desde el punto de vista de los intereses de la comunidad.
- Evaluación ambiental, determina si durante la puesta en marcha del proyecto de inversión no se provoca ningún tipo de contaminación al ambiente.

Evaluación financiera a los proyectos de inversión

“La **evaluación financiera** se puede definir como el conjunto de instrumentos que permiten determinar la conveniencia de poner en práctica un proyecto de inversión comparando su viabilidad económica con otras opciones.”¹¹

La Evaluación Financiera, se realiza en proyectos privados, juzga el proyecto desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de fondos generado por el proyecto.

Esta evaluación es pertinente para determinar la llamada "Capacidad Financiera del proyecto" y la rentabilidad de Capital propio invertido en el proyecto.

¹¹ ANDRES E. MIGUEL “Proyectos De Inversión. Formulación Y Evaluación Para Micro Y Pequeñas Empresas”, 4ª Edición, México 2001, Pag.222

La información de la evaluación financiera debe cumplir tres funciones:

- Determinar hasta donde todos los costos pueden ser cubiertos oportunamente, de tal manera que contribuya a diseñar el plan de financiamiento.
- Mide la rentabilidad de la Inversión.
- Genera la información necesaria para hacer una comparación del proyecto con otras alternativas o con otras oportunidades de inversión.

Importancia

Es de vital importancia dentro del ámbito de la Evaluación Financiera la discusión, de las proyecciones de ingresos y gastos, si deben hacerse a precios corrientes o constantes; es decir, sí se debe considerar en las proyecciones el efecto inflacionario, o sí se debe ignorarlo.

Objetivo

Determinar el valor de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

Metodología para el análisis y la evaluación de proyectos de inversión.

A continuación se ofrece un método adecuado para analizar y evaluar los proyectos de inversión.

- Definición de cada uno de los proyectos de inversión existentes, lo cual implica determinar la inversión, los flujos que generará cada proyecto (positivo o negativo), la vida útil y toda la información necesaria para el análisis.
- Calcular el costo del capital ponderado de la empresa: consiste en determinar cuánto le cuesta en promedio a la empresa cada dólar que maneja.
- Análisis cuantitativo: en esta etapa se evalúa cada uno de los proyectos por medio de los diferentes métodos cuantitativos que existan, de acuerdo con la importancia concedida a cada uno.
- Selección de los proyectos: durante la selección se debe tomar en consideración variables como el rendimiento que generará el proyecto, su urgencia, el riesgo que encierra, la necesidad de llevarlo a cabo etc.
- Seguimiento de los proyectos: una vez que se han seleccionado los proyectos en función de las variables antes mencionadas, sigue la etapa de vigilar que los beneficios que se esperaban del proyecto se logren de acuerdo con lo planeado.

MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

La decisión de aceptar o rechazar un proyecto de inversión se realiza en base a la aplicación técnica de uno o varios métodos de evaluación los más comunes para la evaluación financiera de proyectos de inversión.

Valor Presente Neto (VPN)

Se define como el valor obtenido actualizado, separadamente para cada caso, la diferencia entre todas las entradas y salidas de efectivo que suceden durante la vida de un proyecto a una tasa de interés fija predeterminada. Esta diferencia se actualiza hasta en el momento que se supone se ha de iniciar la ejecución del proyecto. Para el cálculo del valor presente neto se utiliza la siguiente:

Fórmula:

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

$$VAN = \sum \text{Flujo Neto} - \text{Inversión}$$

Fa: factor de actualización

I: Tasa de rendimiento

N: Período de actualización.

El problema en el cálculo del Valor Presente Neto es determinar cuál será el valor de la inversión a largo plazo. En general esta tasa de actualización debe ser igual a la tasa de interés actual sobre préstamos de largo plazo o a la tasa de interés pagada por el prestatario.

Interpretación:

Si el **VPN** es igual a **cero** es indiferente realizarlo al negocio

Si el **VPN** es mayor a **cero** el negocio o inversión es conveniente

Si el **VPN** es menor a **cero** el negocio no es conveniente.

Procedimiento:

- Se toma del flujo de caja los valores correspondientes a los años de vida útil del proyecto.
- Se multiplica por el factor de actualización correspondiente a cada año del proyecto.
- Se suman los valores actuales obtenidos para la vida del proyecto.
- Se resta la inversión inicial.

Período de Recuperación De Capital (PRC)

Tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto

genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada.

Fórmula:

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inv.} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del Año que supera la Inv.}}$$

Procedimiento:

Para determinar el periodo de recuperación, el inversionista toma el año que crea conveniente recuperar su inversión inicial, mediante los valores del flujo neto de caja proyectados.

INDICADORES DE RENDIMIENTO

Tasa Interna de rendimiento

Este método consiste en encontrar la tasa que deben los flujos positivos de efectivo, de tal manera que su valor actual sea igual a su inversión. La tasa obtenida significa el rendimiento de la inversión tomando en consideración que el dinero tiene un costo a través del tiempo.

Para hallar la TIR se necesitan:

- Tamaño de inversión
- Flujo de caja neto proyectado

Fórmula:

$$\mathbf{TIR} = T_m + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN } T_m - \text{VAN TM}} \right)$$

De donde:

TIR: Tasa Interna de Retorno

T_m: Tasa Menor de Descuento para Actualización

DT: Diferencias de Tasas de Descuento para Actualización

VAN T_m: Valor Actual a la Tasa Menor

VAN TM: Valor Actual a la Tasa Mayor

Interpretación

Si la TIR es > que el costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.

Si la TIR es = que el costo de oportunidad de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.

Si la TIR es < que el costo de oportunidad o capital, se rechaza el proyecto.

Procedimiento:

Para calcular la TIR se toman los siguientes datos

- Se toman valores del flujo de caja , flujo neto.
- Por el método del tanteo se busca la tasa de descuento, mayor y menor para actualizar los valores del flujo neto. Al realizar la sumatoria de valores actualizados debe necesariamente encontrarse lo siguiente: el VAN TM que deberá ser negativo y el VAN Tm que deberá ser positivo.

Relación beneficio-costo

El indicador beneficio costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, al aplicar la relación Beneficio/Costo, es importante determinar las cantidades que constituyen los Ingresos llamados "Beneficios" y qué cantidades constituyen los Egresos llamados "Costos".

Fórmula:

$$\text{RELACIÓN BENEFICIO – COSTO} = \left(\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}} \right) - 1$$

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

B/C = 1 implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

B/C < 1 implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

Procedimiento:

Para establecer la relación costo-beneficio:

- Se toman los valores de los costos e ingresos del presupuesto y se procede a actualizarlos a la tasa de descuento utilizada para el cálculo del VAN.
- Se realiza la sumatoria de valores actualizados.
- Se divide la sumatoria de ingresos actualizados para la sumatoria de los costos actualizados.
- A la resultante se le resta la unidad (1), que representa el desembolso realizado.

Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es utilizado para determinar la vulnerabilidad de

un proyecto a cambios en los precios, los costos, la demanda, o incluso el volumen de producción estimado, o todos a la vez. El objetivo es determinar qué tan sensibles son la TIR y el VPN ante estos cambios, y decidir cuál de los escenarios es el más probable y que afecta en una mayor proporción a la rentabilidad del proyecto.

Es necesario complementar la evaluación de un proyecto de inversión mediante un análisis de sensibilidad en donde se establezcan simulaciones que modifiquen las principales variables de los flujos de fondos, para sobre esta base, determinar el comportamiento de la rentabilidad esperada. A partir del análisis de sensibilidad pueden recomendarse como políticas para asegurar la permanencia del bien (o servicio) en el mercado, las siguientes:

En caso de **sensibilidad a los costos**:

- Reducción de los costos al máximo.
- Capacitar al personal para hacer más eficiente la producción.
- Adquirir tecnología adecuada para facilitar la realización del bien (o servicio).

En caso de **sensibilidad a los ingresos**:

- Asegurar canales adecuados de publicidad y distribución del bien (o servicio).
- Asegurar la calidad del bien (o servicio).

- Mantener las normas que satisfagan los gustos de los consumidores en relación al bien (o servicio).

En caso de **sensibilidad a los impuestos**:

- Mantenerse al día con el pago de impuestos.
- Reducción de los costos al máximo.
- Mantener las normas que satisfagan los gustos de los consumidores en relación al bien (o servicio).
- Ser atentos con los clientes.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente de **sensibilidad** es $>$ a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente de **sensibilidad** es $<$ a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente de **sensibilidad** es $=$ a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.

Fórmulas:

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$DIF.TIR = TIR\ original - Nueva\ TIR$$

$$\% Va = (\text{Diferencia de TIR} / \text{TIR Original})$$

$$\text{Sens} = \% Van / \text{Nueva TIR}$$

De donde:

NTIR= Nueva tasa de Interna de Retorno

DIF.TIR = Diferencia de la tasa interna de Retorno

%VA = Porcentaje de Variación

SENS = Sensibilidad

Procedimiento:

Para realizar el análisis de sensibilidad se procede de la siguiente forma:

Análisis de sensibilidad con incremento de costos y disminución de ingresos

Se obtiene los nuevos flujos de caja por efectos de incremento en costos y disminución en ingresos. Para encontrar el porcentaje de incremento y disminución se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Materiales

- Materiales de oficina
- Materiales bibliográficos e internet
- Equipos de computación
- Equipos de comunicación.
- Transporte para el traslado y realización de las encuestas.

Métodos

Método Deductivo

Este método se lo utilizó en el planteamiento de la problemática, en el estudio administrativo – organizacional; dentro de este las leyes, permisos de funcionamiento que deberá cumplir este proyecto.

Método Inductivo

Se lo utilizó para desarrollar el estudio de mercado en la segmentación de la población, para determinar la demanda, para determinar la oferta y también para establecer conclusiones, recomendaciones.

Método Analítico

Permitió realizar un análisis de cuadros estadísticos desde su tabulación hasta llegar a explicar el porqué de los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas. También este método fue el más utilizado tanto en el estudio de mercado, técnico y en el financiero con mayor influencia por que amerita un análisis minucioso.

Método Científico

Este método contribuyó para el planteamiento del problema, revisión de bibliografía, para la elección de técnicas, para la recolección de información, interrelación y análisis de datos.

Método Sintético

Este método se lo utilizó a partir de los anteriores, porque es un método que integra un todo en un resumen final; análisis e interpretación de los datos obtenidos y también para determinar las conclusiones y recomendaciones.

Técnicas

La Entrevista.- Se la aplicó a los diferentes dueños de las bodegas de abastos y tiendas de la localidad, para determinar el número aproximado

de demandantes.

La Encuesta.- Se aplicó encuestas a los jefes de hogar, para determinar la segmentación del mercado y en base a este verificar la viabilidad del proyecto.

Técnica de Recopilación Bibliográfica.

Esta técnica sirvió para recopilar datos y fuentes de información como libros, documentos, folletos, revistas páginas web entre otros sobre el proyecto, los mismos que ayudaron a la realización del proyecto de inversión para **“LA CREACIÓN DE AUTO SERVICIO EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA DE LA PROVINCIA DE LOJA.”**

Población y muestra

Con el fin de determinar el tamaño de la muestra a la que se le aplicó las encuestas, se tomó como base la población del cantón Chaguarpamba la misma que es de 7.020 personas según censo 2010, con una **tasa de crecimiento del 1,04 %** y un promedio de 4 miembros por hogar, estos datos se obtuvieron del INEC de la fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV 2010), luego de esto se procedió a realizar las proyecciones necesarias, hasta determinar la muestra, para el objeto de estudio.

Fórmula para proyección de la muestra

$$Pn = Pa (1 + i)^n$$

Pn = Población proyectada (año proyectado) = 2014

Pa = Población base (año Base) = 2010

I = Tasa de crecimiento = 1,04%

N= tiempo = 4

$$Pf = Pa (1 + i)^n$$

$$Pf = 7.020 (1 + 0.0104)^4$$

$$Pf = 7.316$$

Número de hogares del cantón Chaguarpamba

$$\text{Fórmula: } Ph = \frac{Pf}{4}$$

Donde:

Ph = promedio de hogares

Pf = población final

4 = promedio constante

$$Ph = \frac{7316}{4}$$

$$Ph = 1.829 \text{ hogares}$$

Tamaño de la muestra

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

Donde:

N= Población

e= Margen de error

N= Tamaño de la muestra

Desarrollo:

$$N = \frac{1829}{1 + (0.05)^2 * 1829}$$

$$N = \frac{1829}{1 + 0.0025 * 1829}$$

$$N = \frac{1829}{1 + 4.57}$$

N = 328 Encuesta

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL 2014 HASTA EL AÑO 2019

CUADRO 1

Año	Población Chaguarpamba
2014	1.829
2015	1.854
2016	1.880
2017	1.906
2018	1.933
2019	1.961

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV) 2010

Elaborado por: El autor

SEGMENTACIÓN POR PARROQUIAS

CUADRO 2

Parroquias	Número de familias por Parroquia	Muestra	Constante
Chaguarpamba	933	167	51%
Buenavista	293	52	16%
El rosario	146	26	8%
Santa Rufina	293	52	16%
Amarillos	165	30	9%
Total familias	1.829	328	100%

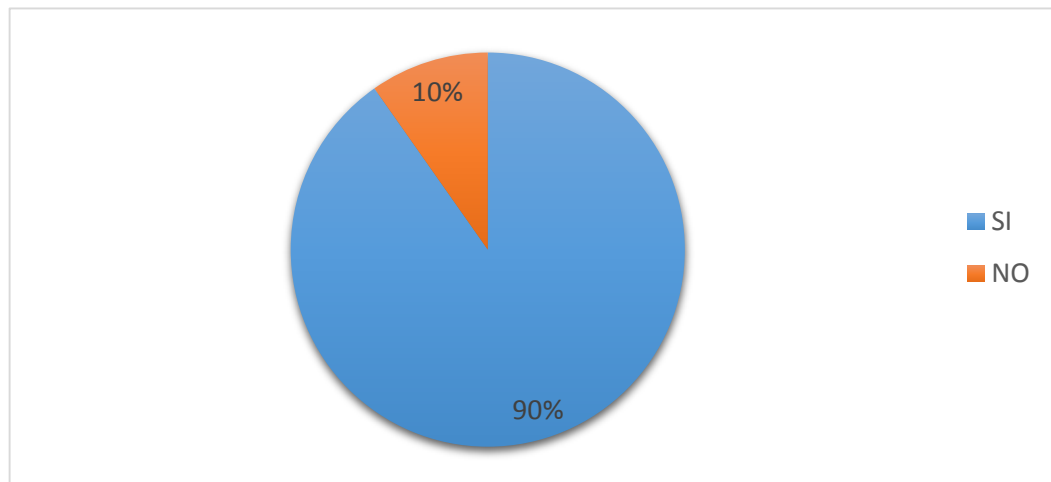
Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV) 2010
Elaborado por: El autor

f. RESULTADOS

La encuesta tuvo como objetivo determinar el grado de aceptación, que tendrá la creación del autoservicio en el cantón Chaguarpamba, la misma que permitió conocer, las diferentes demandas y el plan de marketing para el desarrollo del proyecto, a continuación se expone los resultados.

1) ¿En la actualidad, usted tiene dificultad para hacer las compras?

GRÁFICO 1



Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

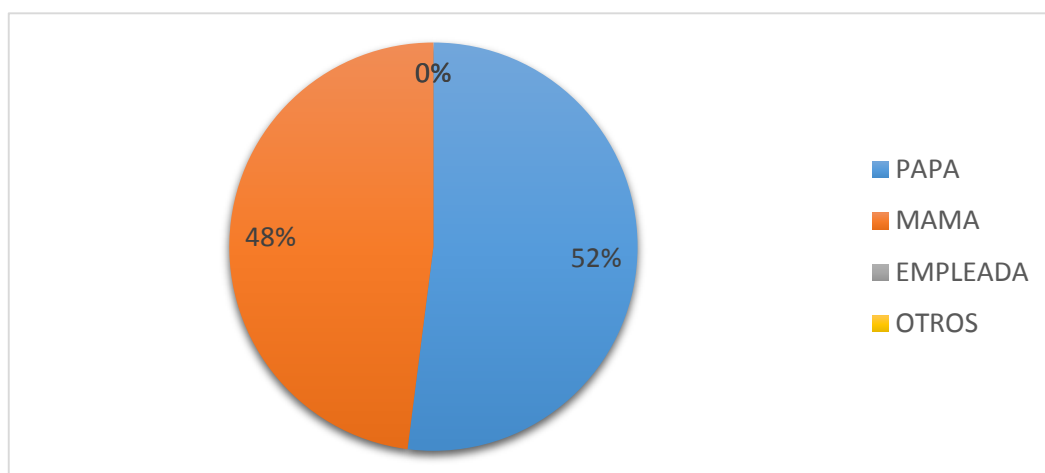
Análisis e Interpretación

Una vez aplicada las encuestas, el objetivo de esta pregunta, es determinar cuántas de las familias encuestadas tienen problemas al realizar las

compras para su hogar, porque en el sector no hay un lugar donde se expendan, cabe recalcar que esta encuesta está dirigida a las **5** parroquias que conforman el cantón **Chaguarpamba**, es por ello el 90% manifiesta que tiene problemas para adquirir los víveres y un 10% no lo tiene; este porcentaje que tiene dificultad para adquirir los productos serán nuestros demandantes reales y forman parte de nuestra segmentación de la demanda real.

2) ¿Actualmente quién realiza las compras para su hogar?

GRÁFICO 2



Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

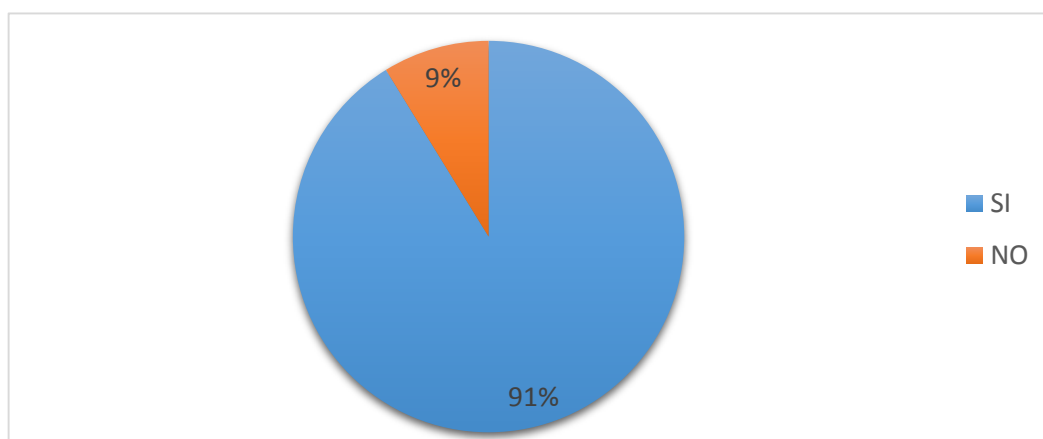
Análisis e Interpretación

De acuerdo a las encuestas el 52% de las familias es la madre quien realiza las compras para el hogar, y el 48% es el padre, estos datos refleja que

son los jefes del hogar quienes abastecen a sus familias con artículos de primera necesidad, además con esta información se determinará a quienes irá dirigida la campaña publicitaria al igual que las estrategias de comercialización.

3) ¿En caso de implementar un autoservicio en el cantón Chaguarpamba, estaría de acuerdo en adquirir los productos?

GRÁFICO 3



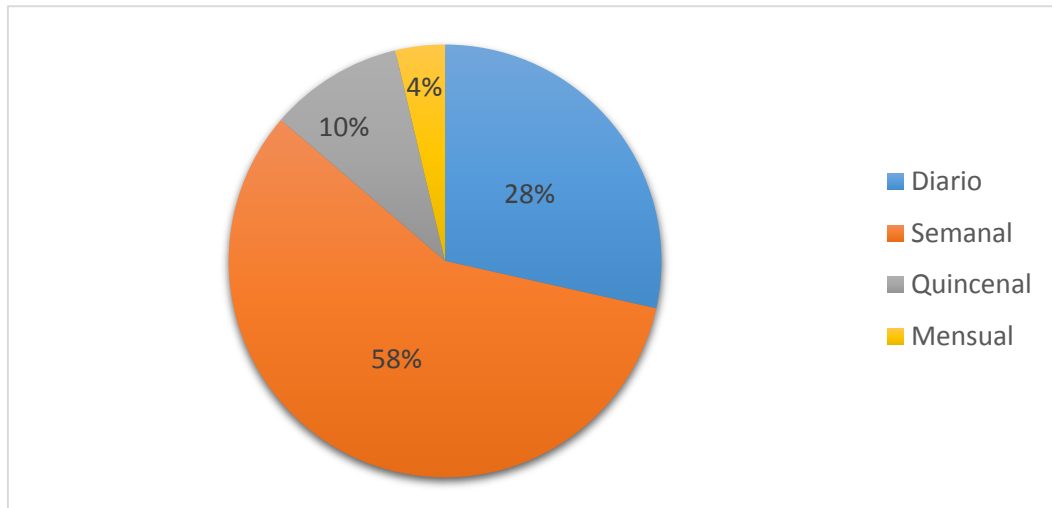
Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Análisis e Interpretación

En caso de implementar un autoservicio los encuestados manifiestan; que un 91% estaría dispuesto en adquirir los productos y un 9% manifiesta que no, ellos no tienen problema alguno en conseguirlos, lo cual nos permiten hacer la segmentación de la demanda efectiva quedando un total de 270 familias como demandantes efectivos para el proyecto.

4) ¿Con qué frecuencia usted realiza las compras?

GRÁFICO 4



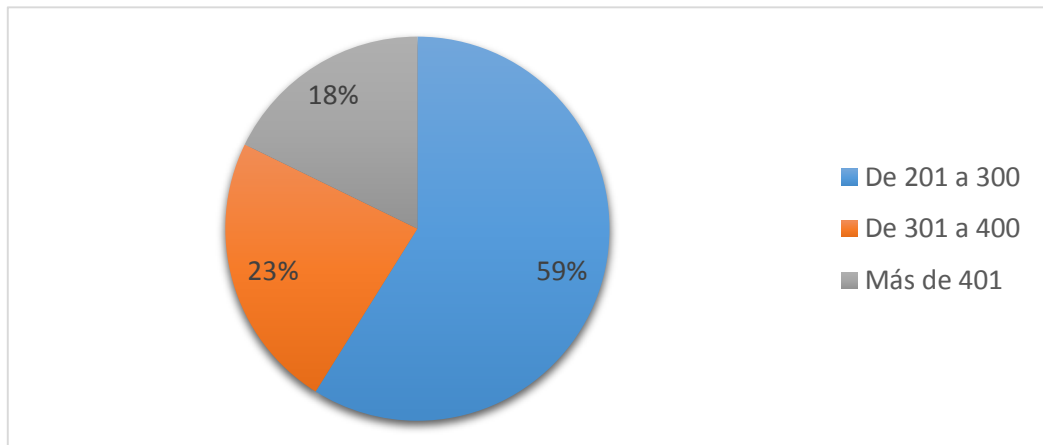
Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Análisis e Interpretación

Con respecto a la frecuencia en que realizan las compras, un 29% lo hace diario, un 58% lo realiza semanal, un 10% quincenal y un 4% lo hacen mensual, lo cual refleja que la mayoría de las familias lo hacen de forma semanal, esto se debe a que las familias de las parroquias aledañas acuden a la cabecera cantonal a realizar las compras, porque en sus parroquias no se les facilita adquirir todo lo que necesitan.

5) ¿Cuál es el nivel de ingreso mensual de su familia?

GRÁFICO 5



Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Análisis e Interpretación

Realizadas las encuestas en el sector de estudio, el 59% refleja que tienen unos ingresos mensuales de a \$201-\$300, un 23% de \$301-\$400, y un 18% posee unos ingresos mayores a \$401, estos resultados determinan el nivel económico de las familias del cantón.

- 6) De la siguiente lista de productos de consumo masivo cual es el que consume usted, marque y detalle su cantidad de compra

CUADRO 3

Productos	Medida	Cant. Semanal	Cant. anual
Arroz	Libras	5	260
Panela	Libras	3	156
Fideos	Libras	2	104
Tallarines	Libras	1	52
Arveja Seca	Libras	1	52
Lenteja	Libras	1	52
Canguil	Libras	0,25	13
Avena	Libras	0,25	13
Harina	Libras	0,25	13
Sal	500 gr	0,25	13
Galletas	500 gr	0,5	13
Cereales	500 gr	0,5	13
Café	Libras	0,5	26
Huevos	Cubeta	0,5	26
Aceite	Litro	0,5	26
Leche	Litros	5	260
Yogurt	Litros	1	52
Mantequilla	Libras	0,5	13
Queso	Libras	1	52
Conservas	200 g	1	52
Atún	180 g	2	104
Sardina	87 g	1	52
Jabón	Unidades	2	104
Jabón tocador	Unidades	1	52
Pasta dental	75 ml	1	52
Shampoo	200 ml	1	52
Cloro	500 ml	1	52
Cera para pisos	Litro	1	52
Servilletas	100 Unid	1	52
Carne de res	Libras	2	104
Carne de chancho	Libras	2	104
Carne de pollo	Libras	1	52
Mortadela	Libras	0,5	26
Jamón	Libras	0,5	26
Salchichas	Libras	0,5	26
Gaseosa	Litros	1	52
Agua	Litros	1	52
Jugos	Litros	1	52
Achiote	200 ml	1	52
Aliño	200 ml	1	52
Comino	Libras	0,25	12
Canela	Libras	0,25	12
Pimienta	Libras	0,25	12

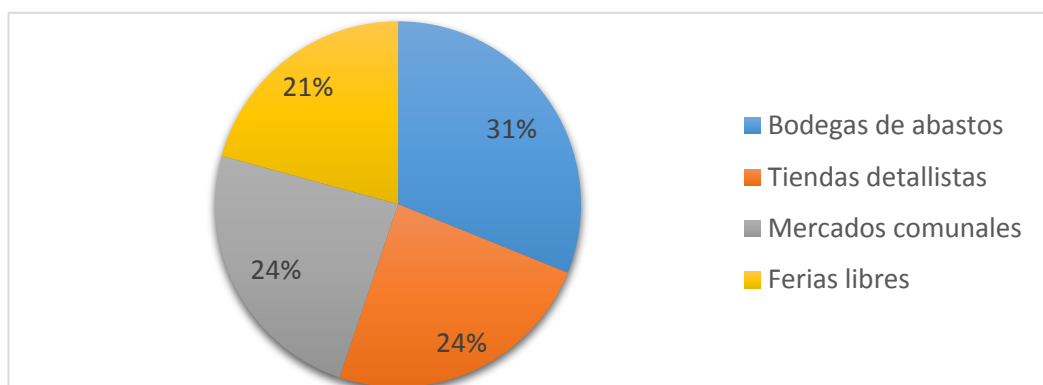
Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Análisis e Interpretación

Del total de la segmentación efectiva de las familias encuestadas, al relaizar esta pregunta ayudó a determinar los productos que ellos consumen y su frecuencia de compra como tambien su cantidad, estos datos nos serviran en el estudio financiero, para determinar los costos de venta y para determinar la rentabilidad de las mismas.

7) ¿Usted dónde realiza la compra de los productos?

GRÁFICO 6



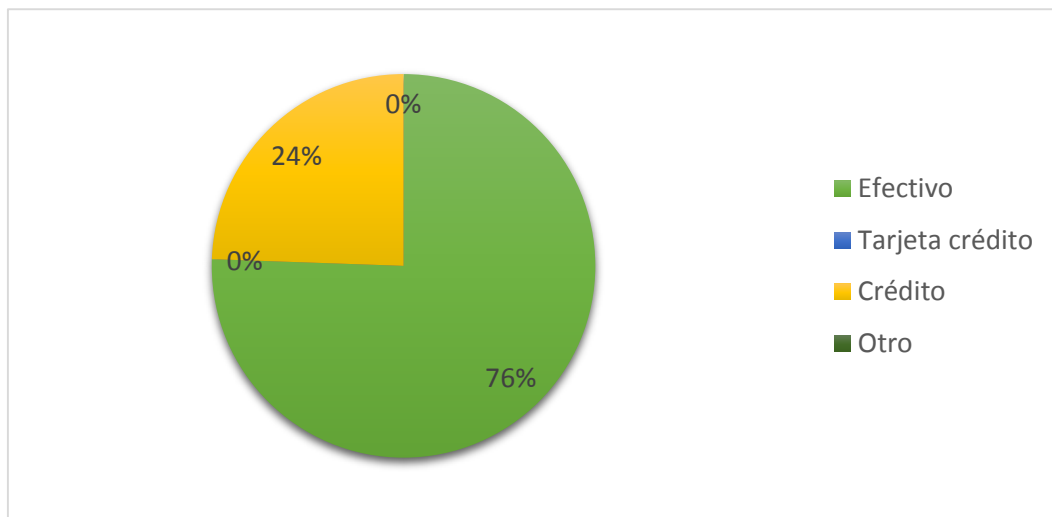
Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Análisis e Interpretación

Con lo que respecta a donde realizan las compras, el 31% lo hace en bodegas de abastos, un 24% en tiendas detallistas, 24% en mercados comunales, y el 21% lo hacen en ferias libres; estos datos determinan el lugar donde realizan las compras, las familias que conforman el cantón Chaguarpamba.

8) ¿Cuál sería su forma de pago?

GRÁFICO 7



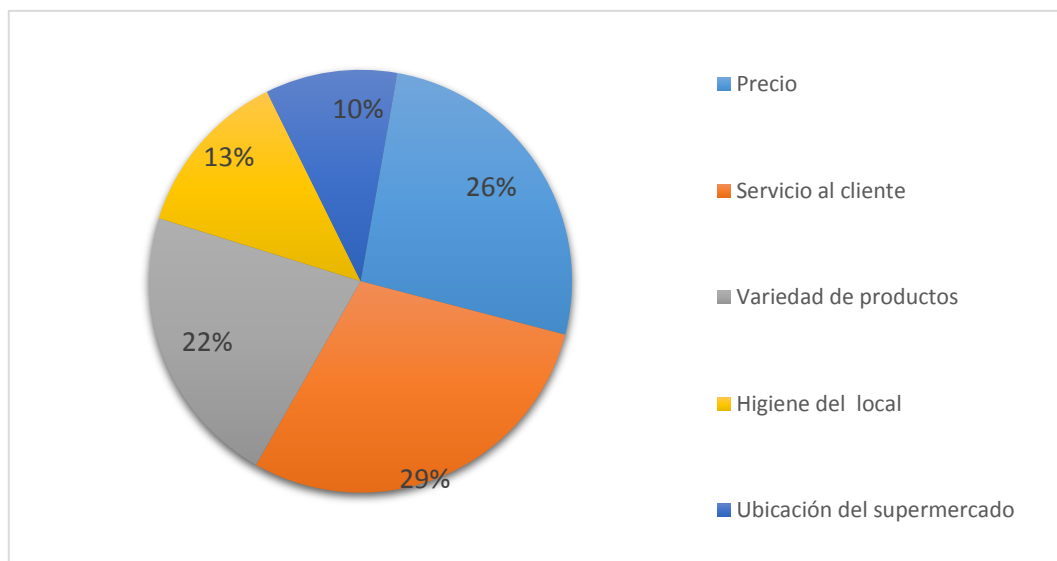
Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Análisis e Interpretación

En cuanto a la forma de pago los encuestados manifiestan que un 76% desea hacerlo al contado y un 24% le gustaría que se les venda a crédito; estos datos determinan la forma de pago que las familias prefieren para adquirir los productos.

9) Señale cuatro aspectos que consideraría importantes que debe brindar en el nuevo Autoservicio.

GRÁFICO 8



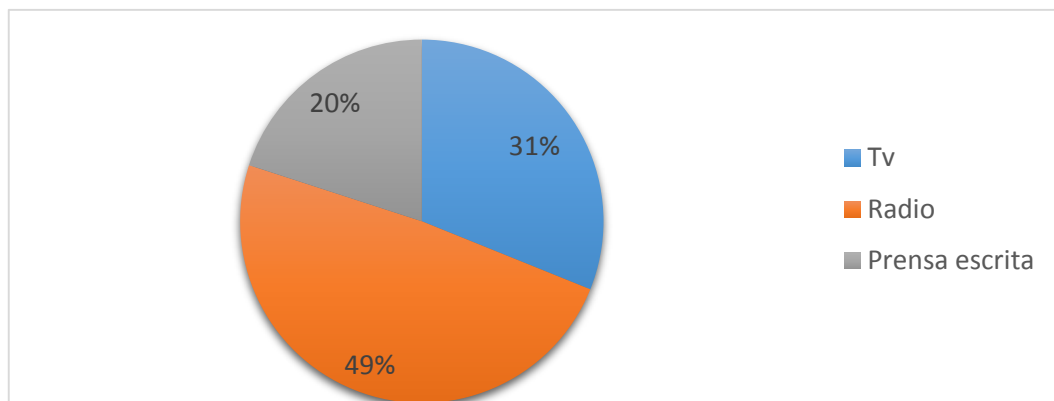
Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Análisis e Interpretación

Esta interrogante hace referencia a lo que los clientes les gustaría que brinde el autoservicio: un 26% precios cómodos, el 29% buena atención al cliente, el 22% variedad de productos, el 13% que exista higiene en el local y un 10% se manifiesta en cuanto a la ubicación del autoservicio.

10) ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se dé a conocer el nuevo autoservicio?

GRÁFICO 9



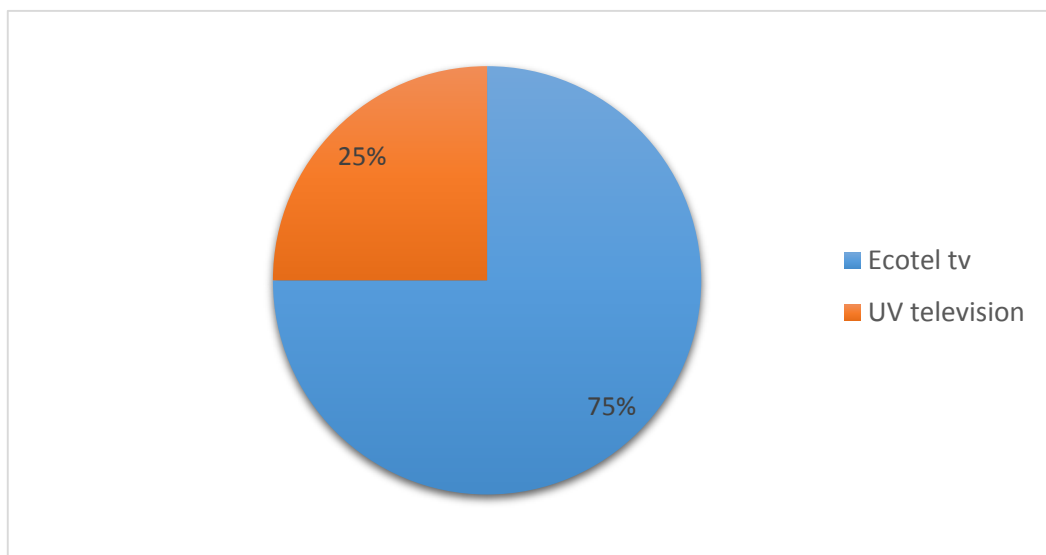
Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Análisis e Interpretación

En lo referente a la publicidad del Autoservicio los encuestados manifestaron, que el 31% prefiere enterarse por medio de la televisión; el 49% por radio y el 20% prensa escrita lo que establece que la mayoría de las familias preferirán conocer de las promociones a través de la televisión y radio, estos datos servirán como pauta para elegir el medio de transmisión en el que se ofertará el servicio en mención.

11) Si su respuesta fue la Televisión ¿Qué canal prefiere?

GRÁFICO 10



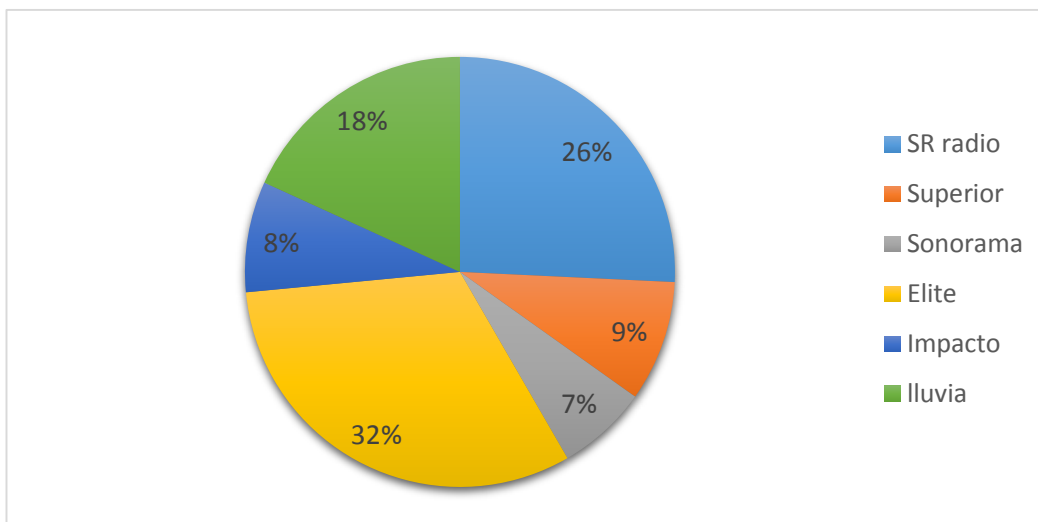
Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Análisis e Interpretación

Basándose en las respuestas de los encuestados que prefieren la televisión, un 75% prefiere Ecotel tv, el 25% UV Televisión, lo que afirma su preferencia por Ecotel tv por la cobertura que tiene este canal; estos datos sirvieron para establecer la transmisión de la publicidad del servicio, asegurando de esta manera que sea visto y aceptado las familias.

12) Si su respuesta fue radio ¿Qué radio prefiere?

GRÁFICO 11



Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborada por. Marco Vinicio Sánchez

Análisis e Interpretación

En lo concerniente a que se dé a conocer el servicio por radio un 26% prefieren SR radio, el 9% radio superior, el 7% Radio Sonorama, el 32% Radio elite, el 8% Radio impacto, y el 18% Radio Iluvia, lo que demuestra su preferencia por Radio Elite que será de gran ayuda para dirigir nuestra publicidad.

13) Si su respuesta es prensa escrita ¿cuál prefiere?

CUADRO 4

Alternativa	Respuesta	Constante
La hora	54	100
Centinela	0	0
Crónica	0	0
TOTAL	54	100

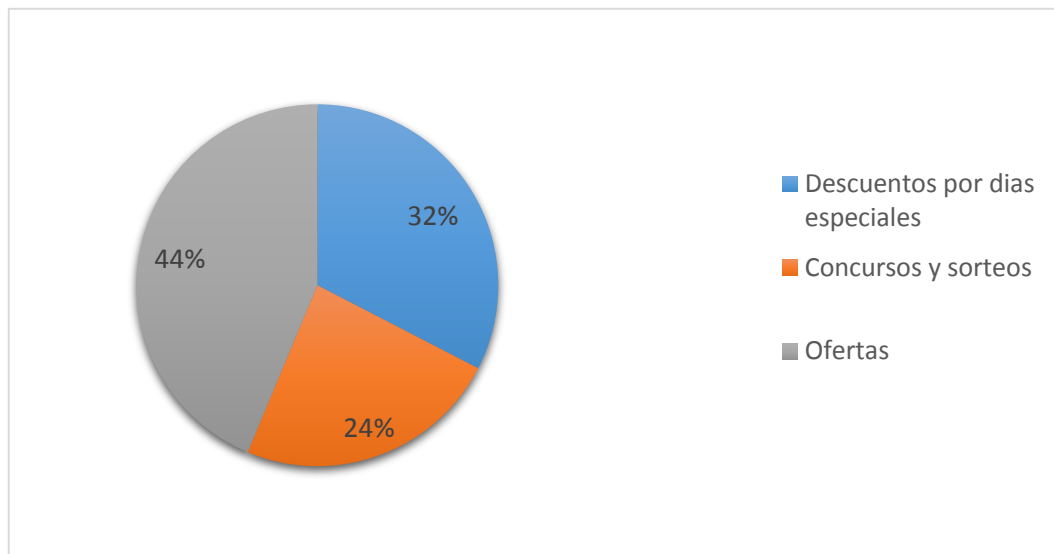
Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Análisis e Interpretación

En lo referente a los que decidieron por prensa escrita el 100% prefiere el diario la hora, lo que determinará la prensa que se va a utilizar para dar a conocer el nuevo servicio.

14) ¿Qué tipo de promociones le gustaría que brinde el autoservicio?

GRÁFICO 12



Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborada por. El autor

Análisis e Interpretación

En cuanto a las promociones que les atraen a las familias encuestadas, el 33% que se den descuentos por días especiales, el 24% que se realicen concursos y sorteos, y un 44% que se realicen ofertas frecuentes porque esto es lo que más atrae a los clientes.

ESTUDIO DE MERCADO

Realizar el estudio de mercado para determinar la existencia de un mercado atractivo para la **creación de un auto servicio en el cantón Chaguarpamba**, para lo cual se plantea los siguientes objetivos:

- Realizar una segmentación clara, precisa y ordenada del mercado.
- Conocer los diferentes tipos de demandas las mismas que servirán para determinar la demanda satisfecha o insatisfecha.
- Establecer el Uso Per-Cápita Anual de acuerdo a la frecuencia de compra de las familias encuestadas.
- Determinar la oferta y posible competencia.
- Fijar las estrategias de mercado mediante el uso de las 4P. (Producto, Precio, Plaza, Promoción).

El presente estudio de mercado está analizado mediante la aplicación del instrumento de investigación como es la encuesta, la cual fue aplicada a las familias del cantón Chaguarpamba; los resultados obtenidos han permitido realizar una segmentación clara y precisa del mercado. Donde se describe la determinación cuantitativa de la demanda potencial, real y efectiva en personas y a su vez representada en número de veces anuales, así mismo determinar la oferta actual y con ello poder establecer la demanda satisfecha o insatisfecha.

Características del servicio

En la actualidad el mercado ofrece una variedad de servicios en cuanto a comercializar productos de primera necesidad, donde la personas acuden para realizar sus compra para el hogar, pero lo hacen la mayoría de veces con mucha pérdida de tiempo, debido a que tienen que recorrer algunos establecimientos para encontrar lo que necesitan esto en cuanto al sector objeto de estudio.

Por ello se plantea crear un autoservicio el mismo que brinde atención de primera a través de productos aptos para el consumo, precios accesibles, contar con una estructura correcta y una distribución lógica para la colocación de productos en perchas para facilitar el acceso a ellos.

Características del cliente

El servicio que se pretende ofertar con la puesta en marcha de la creación del **Autoservicio** en el cantón Chaguarpamba va dirigido a todas las familias del cantón porque todos consumen productos alimenticios de primera necesidad.

ESTUDIO DE LA DEMANDA

El estudio de la demanda es una etapa elemental del estudio de mercado, porque permite establecer en forma cuantitativa la demanda potencial, real

y efectiva. Para ello se llevó a cabo el análisis de la demanda por lo tanto se procedió a segmentar el mercado de manera lógica, ordenada y sistemática, es decir, brindar resultados transparentes y confiables.

Demanda potencial

En cuanto a demanda potencial, son aquellas personas a quienes va dirigido el proyecto; para ello fue necesario, investigar y determinar el número de familias del cantón, obteniendo un total de 1.829 número de hogares; los mismas que fueron los demandantes potenciales. Tal como se expone a continuación

DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA

CUADRO 5

Año	Número de familias demanda potencial 100%
2014	1.829
2015	1.854
2016	1.880
2017	1.906
2018	1.933
2019	1.961

Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Demanda real

Se llama demandantes reales a todas aquellas personas que ha respondido afirmativamente a la pregunta **Nº 1 ¿En la actualidad las personas tienen dificultad para hacer las compras?** Obteniendo que han respondido que **SI**, un 90% de los encuestados, el mismo que sirvió para hacer la segunda segmentación del estudio de mercado, a continuación se detalla.

SEGMENTACIÓN PARA LA DEMANDA REAL

CUADRO Nº 6

Año	Número de familias demanda potencial 100%	Número de familias demanda real 90%
2014	1.829	1.646
2015	1.854	1.669
2016	1.880	1.692
2017	1.906	1.715
2018	1.933	1.740
2019	1.961	1.765

Fuente: Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborada por: El autor

Se da a conocer con esta segmentación, la demanda real proyectada para los 5 años de vida útil del proyecto, el mismo que representa el 90% de los demandantes potenciales, las que ascienden a un total de 1.646 familias.

Demanda efectiva

Una vez culminado el proceso de segmentación anterior, es necesario determinar los demandantes efectivos los mismos que representan el 91% de los demandantes reales, obteniendo un total de familias de 1.498, con este resultado de procedió a realizar la proyección para los 5 años.

A continuación se presenta el cuadro completo desde la demanda potencial para que se comprenda de mejor manera el procedimiento.

SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

CUADRO 7

Año	Demanda potencial proyectada 100%	Demanda real proyectada 90%	Demanda efectiva proyectada 91%
2014	1.829	1.646	1.498
2015	1.854	1.669	1.518
2016	1.880	1.692	1.540
2017	1.906	1.715	1.561
2018	1.933	1.740	1.583
2019	1.961	1.765	1.606

Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

Uso per – cápita anual

El **uso per-cápita** sirvió para determinar la frecuencia de visitas de las familias del cantón, y establecer cuál será nuestro promedio anual para realizar los cálculos que a continuación se detallan.

ELABORACIÓN DEL USO PER-CÁPITA ANUAL

CUADRO 8

Alternativas	Frecuencia de visitas	Total visitas anuales
Diario	77*(365)	28.105
Semanal	156*(52)	8.112
Quincenal	27*(26)	702
Mensual	10*(12)	120
Total	270	37.039

Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborada por. El autor

$$\text{Uso Per – Cápita Anual} = \frac{\text{Total Anual}}{\text{Total f}}$$

$$\text{CPA} = \frac{37.039}{270}$$

$$\text{UPA} = 137 \text{ Veces anuales}$$

Con el resultado obtenido de 137 veces anuales, se procede a realizar la multiplicación por la demanda efectiva en personas para llegar a obtenerla a esta en veces anuales.

Demanda efectiva en veces anuales

Es importante presentar la demanda efectiva interpretada en número de veces, para lo cual se presenta el siguiente cuadro.

DEMANDA EFECTIVA EN VECES ANUAL

CUADRO 9

Año	Demanda efectiva (número de familias)	Uso per- cápita	Demanda efectiva (en número visitas)
2014	1.498	137	205.219
2015	1.518	137	208.024
2016	1.540	137	210.942
2017	1.561	137	213.859
2018	1.583	137	216.888
2019	1.606	137	220.030

Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborada por. El autor

Con la información obtenida de la demanda efectiva en número de veces, permite estimar el porcentaje anual con el que se puede atender a la demanda.

Análisis de la oferta

Se entiende por oferta a la cantidad de bienes o servicios que están siendo ofertados en el mercado y no es necesariamente la misma que en efecto

se venderá. A continuación se detalla el número de locales comerciales por parroquias.

NÚMERO DE LOCALES POR PARROQUIAS

CUADRO 10

Parroquias	Número de locales por parroquia	Porcentaje de participación
Chaguarpamba	8	42%
Buenavista	4	21%
Amarillos	2	11%
Santa Rufina	3	16%
El rosario	2	11%
Total	19	100%

Fuente. Entrevista

Elaborado por. Marco Vinicio Sánchez

Número de personas que atiende en su local semanalmente

CUADRO 11

Número de visitas por local	Número de Locales	Total visitas semanales
50	4	200
100	6	600
200	9	1.800
Total	19	2.600

Fuente. Entrevista

Elaborado por. Marco Vinicio Sánchez

2.600 personas atendidas semanales / 19 = 137 personas atendidas por semana.

Promedio de atención semanal $137 \times 52 = 7.124$ personas atendidas anualmente por local

En base a los resultados de las entrevistas realizadas, se tiene que como promedio de centros de abastos y tiendas detallistas un total de 19 locales, que atienden a 137 personas por semana, tomando en cuenta que el servicio es de lunes a domingo se atendería anualmente un total de 7.124 personas por cada local comercial. Tal como se detalla en el cuadro anterior.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

CUADRO 12

Año	Centros de abastos	Oferta - personas atendidas por local al año	Oferta total personas atendidas por año
2014	19	7.124	135.356
2015	19	7.124	135.356
2016	19	7.124	135.356
2017	20	7.124	142.480
2018	20	7.124	142.480
2019	20	7.124	142.480

Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. Marco Vinicio Sánchez

Demanda insatisfecha

Se entiende por demanda insatisfecha a 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.

Una vez obtenida la demanda efectiva para los años de vida útil se realiza la resta de los resultados de la oferta y la diferencia será la demanda insatisfecha. A continuación se presenta el siguiente cuadro demostrativo.

DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA

CUADRO 13

Año	Demanda efectiva (número de visitas)	Oferta total (anualmente)	Demanda insatisfecha (número de visitas)
2014	206.717	135.356	71.351
2015	209.543	135.356	74.187
2016	212.481	135.356	77.125
2017	215.420	142.480	74.980
2018	218.472	142.480	75.992
2019	221.636	142.480	79.156

Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba
Elaborado por. El autor

PLAN DE MARKETING

Análisis del servicio

El servicio es el medio por el cual se va a conseguir la satisfacción del cliente, a través de la comercialización de productos de consumo masivo ya que ésta será la razón de ser de la empresa vender alimentos a cambio de dinero. Por lo tanto este depende de la calidad de los productos, la atención hacia los clientes y precios competitivos que se ofrecerán a la colectividad basándose en los gustos y preferencias para adquirir los víveres.

El **Autoservicio** brindará a las familias del cantón la venta de productos de primera necesidad con las siguientes características: basándonos específicamente en los resultados de las encuestas un 26% precios accesibles, el 29% buena atención al cliente, el 22% amplio stock de productos, el 13% que exista higiene en el local y un 10% se manifiesta en cuanto a la ubicación del autoservicio, de acuerdo a estas premisas se planificarán estrategias objetivas.

- Vender productos de calidad a precios competitivos.

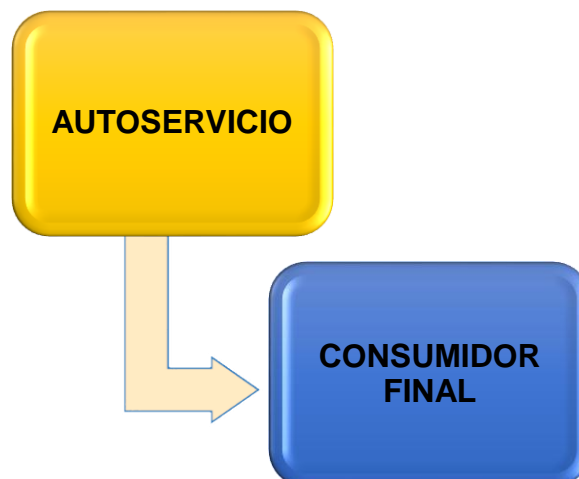
- Tener un amplio stock de productos con la finalidad que los clientes encuentren lo que necesiten en un mismo lugar.
- Capacitar al personal para que de un servicio adecuado, por que esta será nuestra carta de presentación hacia los clientes.

Analisis de la plaza

La plaza o canal de comercialización se lo realizará de forma directa, es decir autoservicio y consumidor final, tal como se muestra en el gráfico siguiente:

Proceso de comercialización

GRÁFICO 13



Fuente: Análisis del proceso de distribución
Elaborada por: El autor

La estrategia de comercialización para integrarse al mercado será la negociación correcta con los proveedores, ya que al conseguir descuentos en compras puntuales, se logrará tener precios competitivos, realizar promociones y ofertas que incentiven a los clientes comprar.

Análisis del precio

El precio se establecerá en el estudio financiero en base a los costos del servicio, al margen de utilidad y a los precios de productos vendidos por las distribuidoras.

El precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el servicio. Debe conocerse si lo que busca el cliente es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principal.

Análisis de la promoción y publicidad

El propósito fundamental del Autoservicio es generar ventas, ganar clientes y mejorar su posición en el mercado, es decir, hacer mejor las cosas con

respecto a la competencia. Las estrategias más usuales para ello son la publicidad y la promoción.

La promoción cubre una amplia variedad de incentivos para generar ventas estos son los, premios, concursos, descuentos cuyo fin es estimular a los clientes a que compren en nuestro autoservicio. Por ello se realizará acuerdos con los distribuidores para lograr que haya promociones frecuentes y atraer nuevos clientes.

La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo del servicio a través de los medios de comunicación. Con esta estrategia se espera influir en las familias y posibles clientes, destacando las características del servicio que se anuncia y los beneficios que el cliente puede obtener al comprar en el **Autoservicio**. La publicidad se la realizará en los medios de comunicación radial, televisiva, escrita.

ESTUDIO TÉCNICO

A través del Estudio Técnico se diseña la función de producción óptima que mejor utiliza los recursos disponibles, como es determinación de tecnología, espacio físico y talento humano para obtener el producto deseado, como es la creación de un autoservicio en el canton de chaguarpamba.

El presente estudio comprende los siguientes aspectos:

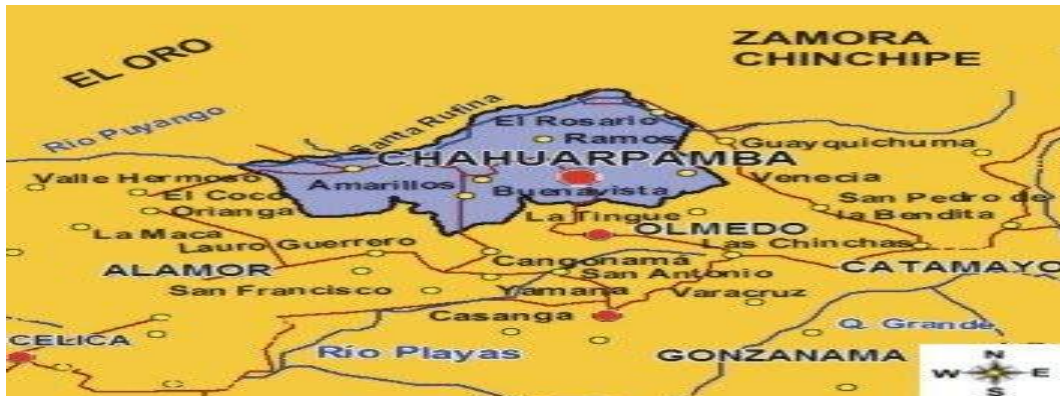
- Localización
- Tamaño del proyecto.
- Ingeniería del servicio.
- Ingeniería de la planta.

Localización

El estudio de 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, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condicionantes. En general, un proceso adecuado para el estudio de la localización consiste en abordar la **macro** y **micro** localización del proyecto.

Macro-localización

Se considera el lugar donde se brindará el servicio en la ciudad de Chaguarpamba ya que es la única parroquia urbana del cantón.



Micro - localización

Es el sitio en donde se define específicamente la ubicación, calles y lugares exactos, donde se ubicará el auto servicio, localizada en la ciudad de Chaguarpamba.

GRAFICO 14



Fuente: Ciudad Chaguarpamba.
Elaborada por: El autor

Fuerzas Localizaciones

Para la ejecución del proyecto se toma en cuenta las siguientes fuerzas de localización para alcanzar un servicio eficiente y de calidad.

- **Agua:** Es necesario para el aseo de las instalaciones del autoservicio y para el uso de los sanitarios de la empresa.
- **Alcantarillado:** Sirve para la evacuación de aguas hervidas del auto servicio con el objetivo de mantener un ambiente idóneo para brindar el servicio.
- **Energía:** Es necesario para el funcionamiento del Autoservicio como es, la iluminación, equipos de computación, frigoríficos, y todos los demás artefactos que necesiten electricidad para funcionar.
- **Teléfono:** Servirá para que el autoservicio mantenga comunicación activa con proveedores, clientes y las diferentes áreas que conforman la empresa.
- **Internet:** Necesario para el envío y recepción de información, así como también para llevar un control de los estados de cuenta.

TAMAÑO DEL PROYECTO

Capacidad instalada

En si la capacidad instalada es el 100% de lo que el autoservicio planea vender, la empresa funcionará en un local arrendado para evitar gastos de

adquisición del terreno y construcción de las instalaciones.

El tamaño del mercado esta expresado en el número de compras que las familias harían anualmente. Para conseguir el cumplimiento del objetivo propuesto de satisfacer al cliente con el servicio a un 100% se aplica las siguientes condiciones:

Condiciones:

- El servicio se prestará los 365 días del año.
- Se laborará 12 horas al día.
- El tiempo que ocupará el cliente en realizar la cancelación será de 10 minutos como tiempo máximo

Cálculo de la capacidad instalada

Una persona (cajera) encargada de facturación de acuerdo a las condiciones establecidas atenderá diariamente a 72 clientes que dedicará 10 minutos por persona, entonces 2 personas (cajeras) que facturen los productos del autoservicio, atenderán a 144 clientes al día, como son 365 días laborables según el calendario, al multiplicar estas variables se tiene que se atenderá a 52.560 clientes al año, a continuación se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO 14

CAPACIDAD INSTALADA

Años	Demanda insatisfecha (número de visitas)	Capacidad instalada
2015	72.668	52.560
2016	75.586	52.560
2017	71.379	52.560
2018	74.408	52.560
2019	77.550	52.560

Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba

Elaborado por. El autor

Capacidad utilizada

Se refiere a la capacidad utilizada en promedio y se expresa como un porcentaje de la capacidad instalada es decir, lo que la empresa ha planificado por inicio de actividades y lo que se puede empezar a comercializar por criterios lógicos y parámetros técnicos en proyectos de inversión aceptados.

CUADRO 15

CAPACIDAD UTILIZADA

Años	Demanda Insatisfecha (número de visitas)	Capacidad Instalada	Porcentaje atención	Capacidad Utilizada
2015	72.668	52.560	90 %	47.304
2016	75.586	52.560	95 %	49.932
2017	71.379	52.560	100 %	52.560
2018	74.408	52.560	100 %	52.560
2019	77.550	52.560	100 %	52.560

Fuente. Encuesta realizada a las familias del cantón Chaguarpamba

Elaborado por: El autor

INGENIERÍA DEL SERVICIO

Etapas del proceso

La descripción del proceso permite realizar el análisis de las diferentes operaciones que se llevarán a cabo para la comercialización y los recursos que contribuyen en cada operación. Para la ejecución del servicio se tomarán en cuenta las siguientes fases.

Almacenamiento

Para evitar los riesgos como la caída o desplazamiento de los productos es importante que sean almacenados de forma adecuada y sobre pallets, todo esto por seguridad, higiene, o destrucción de los mismos.

Selección

Una vez que la mercadería ha ingresado al autoservicio se seleccionará y se enviará, hacia los lugares que corresponde esto para evitar que se contaminen entre los mismos.

Pesaje y embalaje

Se realizará a productos que se expenderá por kilos y por libras es decir lo que se disponga a vender al granel.

Ubicación

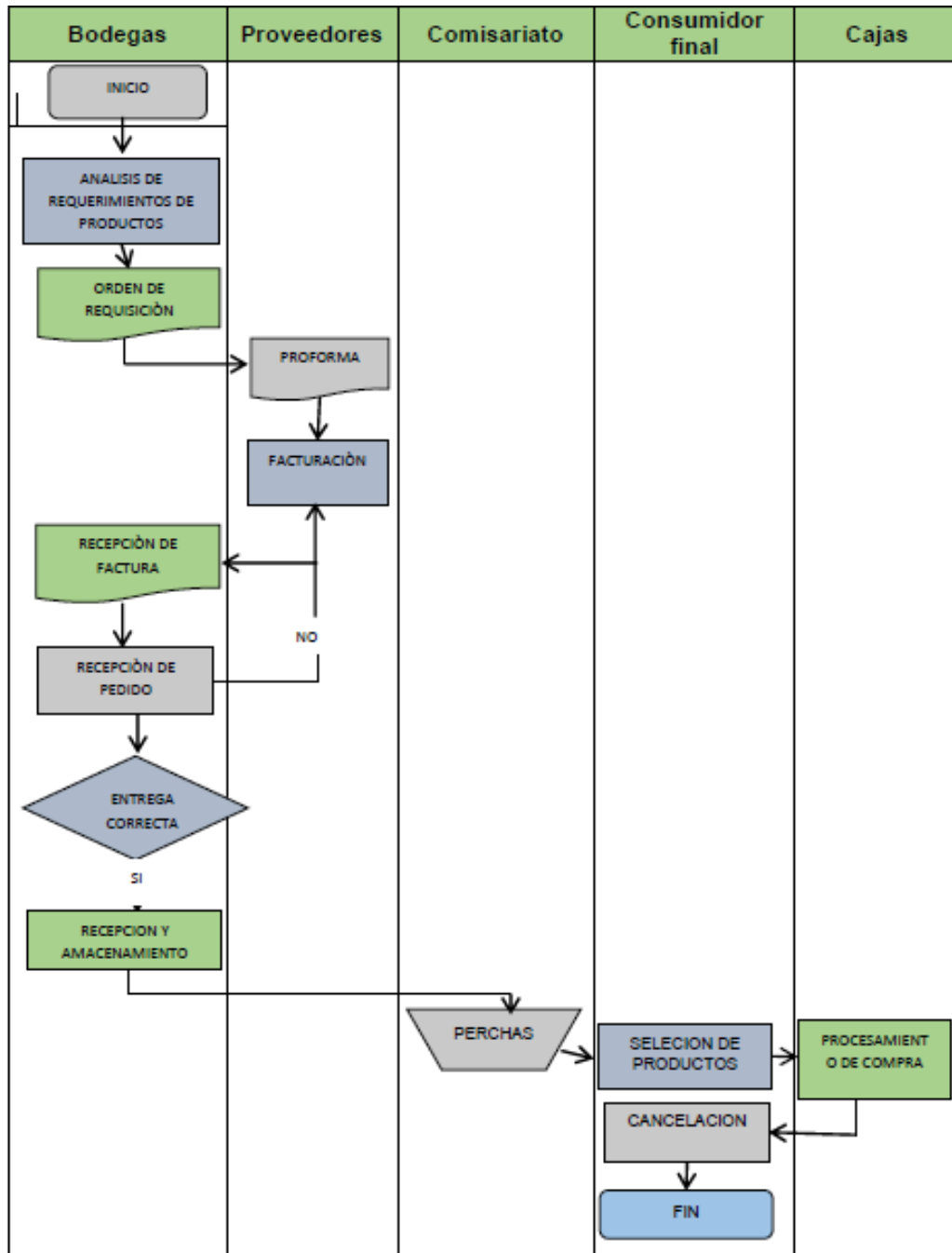
La ubicación se la realizará estratégicamente esto para que los clientes recorran todo el local y de esta forma generar compra por impulso y compra planificada.

Comercialización

Es el área donde los clientes tienen acceso a escoger los productos que desean y que luego proceden a pagar, es aquí donde cumplen el rol los encargados de caja, la facturación de los mismos.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO PARA LA COMERCIALIZACIÓN

GRÁFICO 16



Elaborado por : El autor

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Distribución de áreas

En el siguiente grafico se detalla las áreas del autoservicio:

GRÁFICO 17



Elaborado por : El autor

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

MARCO LEGAL

Considerándolo al estudio organizacional, como un Sistema ordenado de reglas y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales. Es conveniente que se presenten características específicas y normalmente únicas, que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución.

En lo que respecta a la organización social, la empresa se constituirá según la ley de compañías, el tipo de Compañía será de Responsabilidad Limitada el Presidente y el Gerente ejercerán todas las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

En lo referente al contrato social que se suscribirá tendrá una duración de cinco años, y luego finalizado este lapso, el mismo podrá ser renovado si se lo determinase así, o si no fuera ese el caso se procederá a su respectiva liquidación, y sus causales se sujetarán por lo dispuesto por la Ley de Compañías.

ACTA CONSTITUTIVA

Es un documento certificado de la conformación legal de la empresa, en el que se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales

se constituye la empresa; los socios que conforman la empresa son: Jimi Román, Pablo Balcázar, Édison Balcázar.

Constitución de la Empresa

La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de tres personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince”.¹²En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

GRUPO AL QUE PERTENECE

CUADRO 17

GRUPO G.			
Sección	Grupo	Clase	Descripción
52	521	5211	Venta al por menor en almacenes no especializados, con surtido compuesto principalmente de alimento, bebidas y tabaco.

Fuente. SRI

¹² Ley de compañías del Ecuador.

Actividad que cumple

Comercial: Aquella que se encarga de la compra de los bienes desde el productor hacia el intermediario minorista o al consumidor, sin realizar cambios de forma ni de fondo en la naturaleza de los bienes.

Sector al que pertenece

Sector Privado: El aporte del capital corresponde a personas jurídicas.

Constitución Jurídica

El nuevo autoservicio “**Autoservicio JAELL Cía. Ltda.**” será constituido legalmente como una empresa privada, la misma que requiere los respectivos permisos.

Tramites De Constitución

Para su constitución deberá hacer lo siguiente:

- Registro único de contribuyentes (RUC)
- Permisos Municipales
- Permiso del Cuerpo de Bomberos

➤ Permiso de Funcionamiento.- Deberá contar el Permiso de Funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud Pública para lo cual debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ✚ Planilla de Inspección
- ✚ Solicitud valorada de permiso de Funcionamiento
- ✚ Copia de Cédula del Representante Legal
- ✚ Copia del Ruc del Establecimiento
- ✚ Copia del Certificado del Cuerpo de bomberos

Proceso de obtención de permisos de funcionamiento, constitución, marcas y patentes, etc.

A) Permisos de funcionamiento

La empresa primeramente solicita la inspección al cuerpo de bomberos de la ciudad de Chaguarpamba, luego de esto con el informe se procede a pagar según la categoría del negocio. Con el documento anterior del cuerpo de bomberos, se solicita a la empresa eléctrica la inspección de la energía eléctrica del local arrendado, luego se paga cartas pendientes etc.

Una vez que se tiene los dos documentos anteriores, la persona que tramita debe obtener el certificado médico del Centro de Salud de Loja, con estos requisitos se pide la inspección a la empresa para finalmente pagar el

derecho de funcionamiento en tesorería de la institución mencionada. En el lapso de ocho días se retira el permiso de funcionamiento.

B) Gastos de constitución

Con la información del inversionista, dirección del negocio, aportes, etc. se eleva a minuta la conformación de la empresa en una notaría específica. Luego conjuntamente con un acta de aporte de capital separada, se presenta en la superintendencia de compañías para registrar la minuta y obtener el certificado de estar inscrito en esta institución el certificado se lo retira en 5 días laborables.

Razón Social

La empresa a crearse tendrá la siguiente denominación:

“Autoservicio Jaell Cía. Ltda.”

Slogan

La frase con la que se pretende llegar a la mente de los consumidores es:

“ todos los productos a los mejores precios”

Logotipo del autoservicio:



Elaborada por: El autor

Direccionamiento Estratégico

La filosofía de la empresa está constituida por los elementos preponderantes para construir una cultura organizacional adecuada estos son: visión misión, principios; a partir de los cuales se plantean los objetivos e ideales de la organización.

Misión

En el año 2019 ser reconocidos por nuestros clientes a través de nuestro servicio, personalizado, precios cómodos los mismo que permitan incrementar ventas y ganar un posicionamiento en el mercado.

Visión

Brindar a nuestros clientes el mejor stock de productos para el hogar, satisfaciendo así las necesidades de las familias del cantón Chaguarpamba.

Objetivos estratégicos

Fortalecer el crecimiento empresarial y económico del “**Autoservicio Jaell Cía. Ltda.**” a través del mejoramiento continuo, esto se obtendrá de la siguiente manera:

- Distribución correcta de los productos, con esto se logrará, disponibilidad, visibilidad y accesibilidad para los clientes.
- Calidad del producto a bajo costo obteniendo ventaja competitiva.
- Mejor ambiente laboral donde el personal pueda sentirse a gusto y rendir con sus responsabilidades.

Principios

Buscar siempre el mayor nivel de calidad: La calidad siempre será factor determinante en la decisión de compra de las personas, un producto de mala calidad sufrirá de estancamiento a largo plazo y por lo tanto es necesario probar, reprobar y mejorar siempre las especificaciones de los

productos o servicios, es así que se, manejará tanto en personal para la revisión de los productos y así como la calidad de estos.

Búsqueda de un servicio superior: El servicio al cliente es la parte en donde la empresa puede mostrarse ante sus consumidores y el espacio propicio de interacción con los consumidores. Para esto se capacitarán a cada uno los integrantes de la empresa para lograr una buena atención al cliente.

Buscar establecer los precios más competitivos: Determinar el precio correcto será fundamental en la estrategia de la empresa. Es así que siempre se buscará el precio acorde al mercado y además buscar promociones y descuentos para ofrecer mejores precios al consumidor.

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:

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 cumplimiento. En la Empresa “Autoservicio Jaell Cía. Ltda.” 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 operativo.- Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. La constituyen en este proyecto los departamentos 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.

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.

Estructura Organizacional de la Empresa

El nuevo **AUTOSERVICIO** tendrá una estructura vertical donde la delegación de la autoridad será de arriba hacia abajo, en donde los lineamientos de la empresa estén en función del nivel directivo y la gerencia. Esta estructura está reflejada en el manejo de funciones y en la existencia de una especialización ocupacional.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL "Autoservicio Jaell Cía. Ltda."

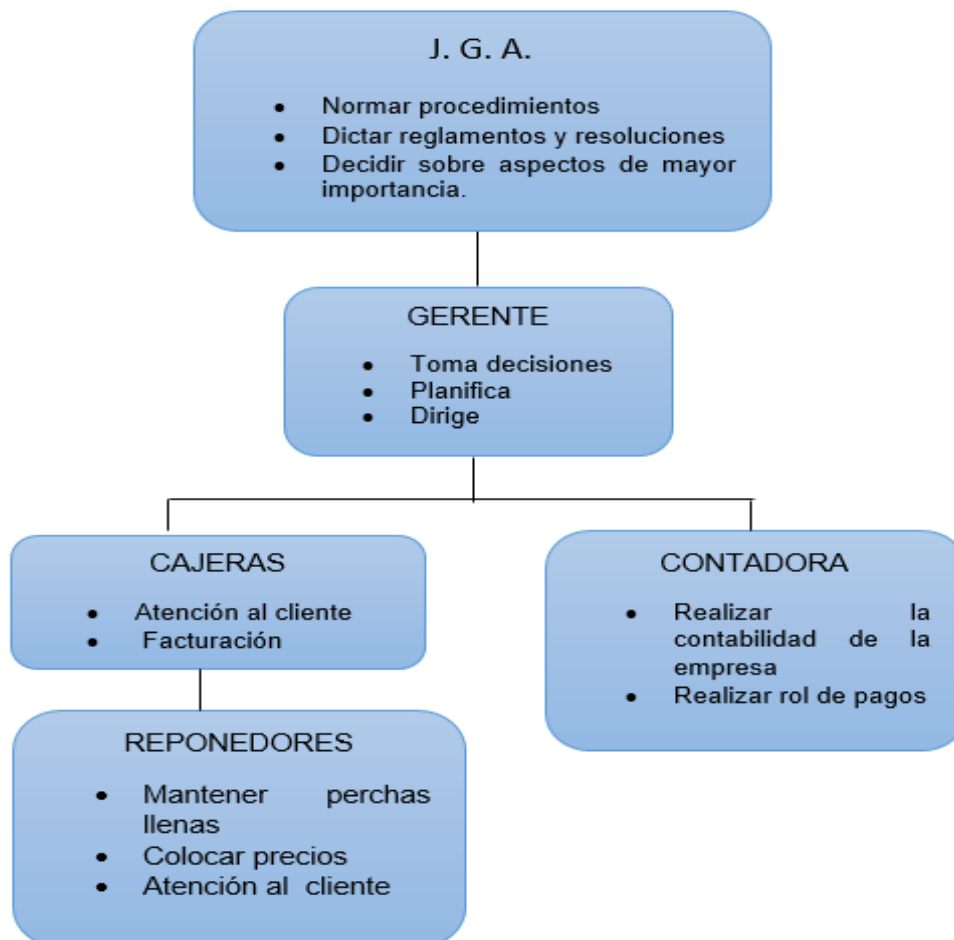


Elaborado por: El autor

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 detallarán las funciones que deberán cumplir cada uno de los departamentos que existen en el **Autoservicio** para cumplir los objetivos planteados.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL “Autoservicio Jaell Cía. Ltda.”



Elaborado por: El autor

MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones es un instrumento eficaz de ayuda para el desarrollo de la empresa, ya que determina y delimita los campos de actuación cada puesto de trabajo.

En el Autoservicio Jaell Cía. Ltda.” los manuales de funciones serán dirigidos a: La Junta General de Accionista, Gerente, Contadora, Cajeras y reponedores, los mismos que estarán diseñados de la siguiente manera:

MANUAL DE FUNCIONES “AUTOSERVICIO JAE LL CÍA. LTDA.”
A) IDENTIFICACIONES
Ente Regulador: Junta General de Accionistas Número de Plazas: 3 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.➤ 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
C) ANÁLISIS DEL CARGO
Requisitos del Puesto: <ul style="list-style-type: none">➤ 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 todos los miembro
- Ser de carácter activo y colaborador

Riesgos

- Estrés laboral
- Cansancio físico y mental

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: Contadora, Cajera, Reponedores.
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
- 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

C) ANÁLISIS DEL CARGO**Requisitos del Puesto:**

- Conocimientos
- Tener conocimiento en Administración de Empresas
- Tener conocimiento en Prestación de servicios

Experiencia

- Mínimo 2 años en otras empresas a fines

Aptitudes

- Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- 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

A) IDENTIFICACIONES
Nombre del puesto: Contadora Número de Plazas: 1 Código: 003 Ubicación: Departamento de oficinas 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: <ul style="list-style-type: none">➤ 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➤ Lleva y controla la contabilidad de la microempresa➤ Prepara los Estados Financieros correspondientes➤ Cita a reuniones con anticipación a cada uno de los miembros que integran la empresa➤ Responsabilidad➤ Materiales y documentos
C) ANÁLISIS DEL CARGO
Requisitos del Puesto: Conocimientos Tener conocimiento en Contabilidad y tributación. Aptitudes <ul style="list-style-type: none">➤ Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones➤ Que sea amable al momento de atender a personas inmersas y ajenas a la empresa

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Que sea rápida al momento de realizar actas, oficios, etc. Que se adapte al ambiente laboral de la empresa <p>Riesgos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estrés laboral ➤ Cansancio físico y mental
--

<p>A) IDENTIFICACIONES</p>
<p>Nombre del puesto: Cajera Número de Plazas: 2 Código: 004 Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año Ámbito de Operación: Local</p>
<p>B) RELACIONES</p>
<p>Jefe Inmediato: Gerente Subordinados: Ninguno Naturaleza del puesto Recaudar por la venta de los productos del comisariato. Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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. <p>Responsabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Depósito de dinero por ventas recaudadas. ➤ Cobro eficiente de los productos que compran los clientes.
<p>C) ANÁLISIS DEL CARGO</p>
<p>Requisitos del Puesto: Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener conocimiento en Contabilidad y carreras a fines <p>Experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mínimo 6 meses en otras empresas a fines <p>Aptitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Que se adapte al ambiente laboral. ➤ Que el trato sea el idóneo hacia sus clientes. Que trabaje conjuntamente con el personal. <p>Riesgos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estrés laboral ➤ Cansancio físico y mental

A) IDENTIFICACIONES
Nombre del puesto: Reponedor Número de Plazas: 2 Código: 005 Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año Ámbito de Operación: Local
B) RELACIONES
Jefe Inmediato: Gerente Subordinados: Ninguno Naturaleza del puesto Mantener las perchas llenas, limpias y, con sus respectivos precios Actividades del puesto: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atender con prontitud a los clientes para el control de los productos adquiridos. ➤ Presentar planes de acción para el manejo adecuado de bodega. ➤ Reportar a su superior informes de productos próximos a caducar. Responsabilidad <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aplicación de método FIFO con todos los productos puestos en percha. ➤ Mantener perchas llenas.
C) ANÁLISIS DEL CARGO
Requisitos del Puesto: Conocimientos <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener conocimiento en merchandising Experiencia <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mínimo 6 meses en otras empresas a fines Aptitudes <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ser proactivo ➤ Colaborar internamente ➤ Buena atención al cliente. Riesgos <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estrés laboral ➤ Cansancio físico.

ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo del presente capítulo está enfocado en presentar de manera clara y detallada la inversión y financiamiento de los elementos que participan en la estructura financiera, a fin de conocer de manera precisa los costos y gastos en los que el proyecto incurrirá.

INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Inversión

Comprende el conjunto de bienes que no son motivos de transacciones corrientes por parte de la empresa. Se adquieren una vez durante la etapa de instalación del proyecto y se utilizan a lo largo de la vida útil. Su valor monetario constituye parte del capital fijo de la empresa; entre ellos podemos distinguir los rubros que están sujetos tal como se lo detalla el a continuación:

- Maquinaria y equipo.
- Muebles y enseres.
- Equipo de computación.

La determinación de su cantidad depende de las especificaciones técnicas señaladas en la ingeniería del proyecto y su costo desde el punto de vista

financiero se ha valorado a precios de mercado, solicitando a empresas oferentes las respectivas proformas.

Los rubros que comprenden las inversiones son las siguientes:

Maquinaria y Equipo Incluye el precio total de la maquinaria y equipo necesarios para brindar los servicios en el establecimiento.

MAQUINARIA Y EQUIPO

CUADRO 16

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Frigorífico	1	8.600,00	8.600,00
Congelador 1 puerta	1	2.500,00	2.500,00
Frigorífico 4 bandejas	1	2.047,50	2.047,50
Cortadora de embutidos	1	1.280,00	1.280,00
Balanza electrónica 40 kl	1	235,00	235,00
Balanza electrónica 300 kl	1	395,00	395,00
Puesto de cobro	2	840,00	1.680,00
cabeceras de góndola	12	190,40	2.284,80
Perchas metálicas	144	58,24	8.386,56
TOTAL			27.408,86

Fuente: Anexo 28 proformas

Elaborado por: El autor

Muebles y Enseres Aquí se considera el precio total de los muebles de oficina para el departamento administrativo, a continuación se detalla:

MUEBLES Y ENSERES

CUADRO 17

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Escritorio ejecutivo en L	2	190,40	380,80
Silla ejecutivo	1	98,56	98,56
Sillas giratorias	5	60,48	302,40
Sillas	6	23,52	141,12
Stand para archivar	2	119,84	239,68
TOTAL			1.162,56

Fuente: Anexo 28 proformas

Elaborado por: El autor

Equipo de computación.- Aquí se considera el equipo de cómputo necesario para realizar las actividades de la empresa y el sistema computarizado a utilizar. Es necesario indicar que los equipos de computación, tres serán utilizados por el departamento administrativo y, tres por el operativo, continuación se lo expone en el cuadro.

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO 18

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Equipo de Computo	6	510,10	3.060,60
Impresora Epson 220D	3	352,00	1.056,00
Impresora canon MP230	2	120,54	241,08
Impresora Ep. matricial	1	339,29	339,29
Software Visual-fac	1	2.800,00	2.800,00
TOTAL			7.496,97

Fuente: anexo 28 proformas

Elaborado por: El autor

Una vez detallada cada uno de los requerimientos necesarios tenemos el monto total de las inversiones tal como se muestra en el cuadro.

VALOR DE LAS INVERSIONES FIJAS

CUADRO 19

Activos	Valor
Maquinaria y Equipo	27.408,86
Muebles y Enseres	1.162,56
Equipo de Computación	7.496,97
TOTAL	36.068,39

Fuente: Resumen de Inversiones
Elaborada por. El autor

Activos Diferidos

Son gastos pagados por anticipado para el funcionamiento de la empresa, se los realiza una sola vez, al inicio de las actividades. Entre estos se encuentran:

- **Gastos de constitución:** Gastos que se debe hacer para establecer legalmente la empresa en el cantón Chaguarpamba, como es el de cancelar por inscripción en el registro mercantil el valor de 211,60, a este se le debe sumar el pago a la superintendencia de compañías por el registro, el cual asciende a \$619,50 (Anexo 27) sumados los dos rubros da un total de \$831,10.

- **Adecuaciones del Local:** Gastos en que se incurren debido a los ajustes que se le deben realizar a las instalaciones para poder efectuar normalmente las labores el cual asciende a \$3.500,00.
- **Línea Telefónica:** Gasto referentes a la compra de la línea telefónica, cuyo costo es de \$120,40.

VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO 20

Especificación	Valor total
Pago-Minuta Notaría	619,50
Registro mercantil	211,60
Pago a CNT línea telefónica	120,40
Pago para las adecuaciones del local	3.500,00
TOTAL	4.451,50

Fuente: Asesoramiento legal

Elaborada por. El autor.

CAPITAL DE TRABAJO

Es el dinero necesario que tiene la empresa para operar, que será utilizado para pagarla la mercadería, sueldos y salarios, depreciaciones, gastos de administración, gastos de venta y gastos financieros.

Mercadería.- Dentro de esta cuenta comprende la razón de ser de la empresa que es la compra y venta de productos de primera necesidad; lo

que se requiere mensual para vender a los clientes, el mismo que asciende a 292.010,67 valor que es anual.

Sueldos y salarios.- En el presente caso constan 4 empleados de operaciones y 2 administrativos, los mismos que están directamente relacionados con la actividad de la empresa, y laborarán con una carga horaria de 8 horas al día, 5 días a la semana. El pago de salarios a los empleados asciende a \$41.487,42 con sus beneficios de ley, cabe indicar que este valor es anual. (Ver anexo N° 16)

Servicios básicos.- Son los gastos ocasionados por consumo de agua, energía eléctrica, los que dan un total de \$357,60 (Ver anexo N° 18)

Gastos de Venta.- Gastos incurridos por la publicidad realizada para promocionar el **Autoservicio**, en este caso la propaganda en la radio elite que tiene gran audiencia en el cantón, y también la difusión en prensa escrita como es diario LA HORA siendo estas las escogidas por las familias encuestadas. También aquí se considera los materiales indirectos como las fundas para empacar las compras de los clientes e imprevistos que estamos trabajando con el 2.7% de inflación según fuente del banco central a cierre del año 2013, obteniendo un total de \$1.279,23 (Ver anexo N° 25)

CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO 21

Descripción	Valor total	Valor mensual
Mercadería	292.010,67	24.334,22
Sueldos y salarios	41.487,42	3.457,29
Servicios básicos	357,60	29,80
Gastos de ventas	1.279,23	106,60
TOTAL	335.134,92	27.927,91

Fuente: Anexo 10, 17, 19, 21, 22 y 28

Elaborada por. El autor

VALOR TOTAL DE LAS INVERSIONES

CUADRO 22

Descripción	Valor total
Activo Fijo	36.068,39
Activo Diferido	4.451,50
Capital de trabajo	27.927,91
TOTAL	68.447,80

Fuente: Tabla N° 32, 37, 38

Elaborada por. El autor

Financiamiento

Es indispensable determinar la entidad que financiará el proyecto y en qué cantidad lo hará, para lo que se ha realizado un previo análisis que determinó cual es la mejor opción para la empresa, tomando en cuenta la tasa de interés, facilidades de pago, garantías adecuadas y la asesoría, se ha definido que la entidad financiera que cumple con estas características es la “Corporación Financiera Nacional” y al ser esta una entidad del estado

que fomenta la productividad siendo esta la opción más factible. La empresa para su funcionamiento requiere de **\$68.447,80** el mismo que es la suma de los activos fijos, diferidos y capital de trabajo. Entre los requisitos que exige la Corporación Financiera Nacional que la empresa se encuentre legalmente constituida, registro único de contribuyente, presentar el proyecto de factibilidad del mismo, proforma de la cotización de la maquinaria y equipo a adquirirse y demás documentos del representante legal de la empresa.

Fuentes de financiamiento

El proyecto se ve financiado por fuentes internas y externas, dentro de las internas se encuentran las aportaciones de los tres socios que cubren el 56,17% y el restante 43,83% que asciende \$30.000,00 que será financiado por la CFN el mismo que aplica un interés anual para el sector comercial del 10.50%, a un plazo de 3 años, pagados semestralmente, cabe recalcar que la información está dada en el mes de julio del año 2014.

FINANCIAMIENTO

CUADRO 23

Financiamiento	Valor total	Porcentaje
Fuente Interna	38.447,80	56,17%
Fuente Externa	30.000,00	43,83%
TOTAL	68.447,80	100%

Fuente: Tabla N° 39
Elaborado por. El autor

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Es necesario conocer cuánto va a costar brindar el servicio, y el ingreso que se tendrá, el mismo que influye en la implementación de la empresa.

Presupuestos de Costos

Aquí se detallan los gastos en los que incurre la empresa para ofrecer el servicio, los que están especificados en el siguiente cuadro y proyectados para los años de vida útil del proyecto.

PRESUPUESTO DE COSTOS

CUADRO 24

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo del servicio	337.089,48	365.863,17	393.413,92	404.624,31	416.164,91
Mercadería	292.010,67	316.555,79	342.213,47	351.453,23	360.942,47
Sueldos y Salarios	41.487,42	45.701,60	47.579,94	49.535,48	51.571,38
Dep. maquinaria	2.466,80	2.466,80	2.466,80	2.466,80	2.466,80
Dep. equipo de Comp	521,91	521,91	521,91	0,00	0,00
Dep. Reinv. equipo de Comp	0,00	0,00	0,00	521,91	521,91
Reparación y Mantenimiento	332,68	341,67	350,89	360,37	370,10
Energía eléctrica	270,00	275,40	280,91	286,53	292,26
Gastos administrativos	16.605,01	16.620,94	16.637,26	16.654,00	16.671,15
Dep. Mueb. y Enseres	104,63	104,63	104,63	104,63	104,63
Dep. equipo de Comp	521,91	521,91	521,91	521,91	521,91
Suministros de Limpieza	480,57	493,55	506,87	520,56	534,61
Agua Potable	57,60	58,75	59,93	61,13	62,35
Energía eléctrica	30,00	30,60	31,21	31,84	32,47
Arriendo	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00
Teléfono	120,00	121,20	122,41	123,64	124,87
Amortización Activo Diferido	890,30	890,30	890,30	890,30	890,30
Gastos de venta	1.279,23	1.313,77	1.349,24	1.385,67	1.423,08
Materiales Indirectos (fundas)	622,00	638,79	656,04	673,75	691,95
Publicidad	572,00	587,44	603,30	619,59	636,32
G. permisos funcionamiento	51,60	52,99	54,42	55,89	57,40
Imprevistos 2,7%	33,63	34,54	35,47	36,43	37,41
Gatos financieros	2.919,90	1.950,54	876,73	0,00	0,00
Interés del préstamo	2.919,90	1.950,54	876,73	0,00	0,00
TOTAL	357.893,63	385.748,42	412.277,16	422.663,98	434.259,15

Fuente: Anexos Estudio Financiero

Elaborado por. El autor

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL

CUADRO 25

RUBROS	Costos Fijos	Costos Variables
Costo del servicio	336.819,48	270,00
Mercadería	292.010,67	
Sueldos y Salarios	41.487,42	
Dep. maquinaria	2.466,80	
Dep. equipo de Comp	521,91	
Reparación y Mantenimiento	332,68	
Energía eléctrica		270,00
Gastos administrativos	16.036,84	568,17
Dep. Mueb. y Enseres	104,63	
Dep. equipo de Comp	521,91	
Suministros de Limpieza		480,57
Agua Potable		57,60
Energía eléctrica		30,00
Arriendo	14.400,00	
Teléfono	120,00	
Amortización Activo Diferido	890,30	
Gastos de venta	587,44	691,79
Materiales Indirectos (fundas)		622,00
Publicidad	572,00	
Gastos permisos funcionamiento		51,60
Imprevistos 2,7%	15,44	18,19
Gatos financieros	2.919,90	
Interés del préstamo	2.919,90	
Subtotal	356.363,67	1.529,96
Total		357.893,63

Fuente: Cuadro 24

Elaborado por: El autor

Estructura de Ingresos.

Para determinar los ingresos ha sido necesario realizar una indagación previa a empresas que se dedican a la comercialización de productos de primera necesidad en la provincia de Loja , esto para determinar costo de

venta y proceder a la estimación de los ingresos, también nos basamos en las encuestas realizadas a la población, lo que nos permitió determinar, los productos que consumen y la cantidad, para ello realizamos el siguiente calculo; **cantidad anual de consumo por precio del producto igual a monto total**. Al mismo que se le margina una utilidad del 18% ya que los proveedores no permiten, que uno como intermediario le incremente el precio de venta al público, así sumado los costos totales más la utilidad se obtiene los ingresos totales para los años de vida útil del proyecto. Ver anexo (7, 8, 9, 10,11)

ESTRUCTURA DE INGRESOS

CUADRO 26

Año	Costos totales	Margen de utilidad 18%	Total ingresos
1	357.893,63	64.420,85	422.314,48
2	385.748,42	69.434,72	455.183,14
3	412.277,16	74.209,89	486.487,04
4	422.663,98	76.079,52	498.743,49
5	434.259,15	78.166,65	512.425,79

Fuente: Presupuesto de costos cuadro 24

Elaborado por: El autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias ha sido realizado tomando en cuenta los ingresos por servicio menos los costos del servicio y demás desembolso legales, por lo que al realizar las operaciones correspondientes se obtiene la utilidad líquida para cada año de vida útil del proyecto.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CUADRO 27

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	422.314,48	455.183,14	486.487,04	498.743,49	512.425,79
(-) Costo Total	357.893,63	385.748,42	412.277,16	422.663,98	434.259,15
(=) Utilidad Bruta	64.420,85	69.434,72	74.209,89	76.079,52	78.166,65
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	9.663,13	10.415,21	11.131,48	11.411,93	11.725,00
(=) Utilidad Ante Impuestos	54.757,72	59.019,51	63.078,40	64.667,59	66.441,65
(-) 22% Impuesto a la renta	12.046,70	12.984,29	13.877,25	14.226,87	14.617,16
(=) Utilidad antes de reserva	42.711,03	46.035,22	49.201,16	50.440,72	51.824,49
(-) 10% reserva Legal	4.271,10	4.603,52	4.920,12	5.044,07	5.182,45
(=) Utilidad Neta	38.439,92	41.431,69	44.281,04	45.396,65	46.642,04

Fuente: Cuadro N° 41 y 47

Elaborado por: el autor

PUNTO DE EQUILIBRIO

Al realizar el análisis del punto de equilibrio permite, analizar los ingresos por prestación de los servicios y el total de los costos, es decir, se conoce el punto en el que la empresa no pierde ni obtiene ganancias, logra recuperar lo invertido pero sin lograr utilidad. El cálculo del punto de equilibrio se lo realiza a través de la capacidad instalada y de las ventas, para lo que es indispensable haber clasificado los valores de costos fijos y variables. Mediante la aplicación de la fórmula que posteriormente se señala y en función a las variables ya mencionadas se obtiene el punto de equilibrio y posteriormente proceder a ubicarlo gráficamente, mediante el plano cartesiano.

Punto de equilibrio en base a capacidad instalada

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

$$PE = \frac{356.317,67}{422.414,48 - 1.529,96} \times 100$$

$$PE = 84,69\%$$

Punto de equilibrio en base a ventas

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

$$PE = \frac{356.363,67}{1 - \frac{1.529,96}{422.314,48}}$$

$$PE = 357.659,39$$

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN

CUADRO 28

Descripción	Valor
Costo variable	1.529,96
Costo fijo	356.363,67
Costo total	357.893,63
Ventas totales	422.314,48
P.E. capacidad instalada	84,69%
P.E. ventas	357.659,39

Fuente: Tabla N° 41 y 48
Elaborado por: el autor

PUNTO DE EQUILIBRIO

GRÁFICO 18



Fuente: Cuadro N° 49
Elaborada por: El autor

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera tiene por objetivo determinar si se justifica o no la realización de esta propuesta, es decir, la viabilidad económica del proyecto en la que permite cuantificar y establecer los beneficios que se obtendrán, por lo que se elaboró un flujo de caja para determinar la situación financiera.

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es una herramienta administrativa para controlar el dinero que entra y sale de un negocio, el cual permite la toma de decisiones para el desarrollo de la empresa.

Tal como se observa en el flujo de caja todos los valores son positivos, por lo que el proyecto no tendrá ningún problema de apalancamiento, es decir no habrá deficiencia de recursos durante su vida útil, pudiendo operar sin tener que recurrir a financiamiento por entidades financieras.

FLUJO DE CAJA

CUADRO 29

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	422.314,48	455.183,14	486.487,04	498.743,49	512.425,79
Valor Residual	0,00	0,00	0,00	0,00	18.845,28
Total de ingresos	422.314,48	455.183,14	486.487,04	498.743,49	531.271,07
EGRESOS					
Mercadería	337.089,48	365.863,17	393.413,92	404.624,31	416.164,91
Gastos Administrativos	16.605,01	16.620,94	16.637,26	16.654,00	16.671,15
Gastos de Ventas	1.279,23	1.313,77	1.349,24	1.385,67	1.423,08
Gastos Financieros					
Interés del Préstamo	2.919,90	1.950,54	876,73	0,00	0,00
15% Trabajadores	9.663,13	10.415,21	11.131,48	11.411,93	11.725,00
22% Impuesto a la renta	12.046,70	12.984,29	13.877,25	14.226,87	14.617,16
Total de egresos	379.603,45	409.147,92	437.285,89	448.302,77	460.601,31
Flujo de caja	42.711,03	46.035,22	49.201,16	50.440,72	70.669,77
Dep. activo f.	4.659,07	4.659,07	4.659,07	4.659,07	4.659,07
Amortización Act. Dif.	890,30	890,30	890,30	890,30	890,30
Flujo neto	48.260,40	51.584,59	54.750,53	55.990,09	76.219,14

Fuente: Cuadro N° 49

Elaborada por: El autor

VALOR ACTUAL NETO

Consiste en la determinación del Valor Presente Neto de ingresos y egresos de un flujo de valores futuros. Instrumento de amplia difusión en la evaluación de proyectos; para el presente indicador se trabajó con el factor de actualización del 10,50%, que es la tasa con la que realizó la financiación.

VALOR ACTUAL NETO

CUADRO 30

Años	Flujo Neto	Tasa actualizada 10,50%	Valor actualizado
1	48.260,40	0,904977	43.674,57
2	51.584,59	0,818984	42.246,96
3	54.750,53	0,741162	40.579,01
4	55.990,09	0,670735	37.554,51
5	76.219,14	0,607000	46.265,01
Total			210.320,06
Inversión			68.447,80
VAN			141.872,26

Fuente: Tabla N° 48

Elaborado por. El autor

Se obtiene un **VAN** es positivo de \$ **141.872,26** lo cual indica que el proyecto es netamente factible.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

El indicador beneficio costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido lo que implica que:

B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

B/C = 1 implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

B/C < 1 implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

CUADRO 31

Año	Costo Original	Factor 10,50%	Costo actualizado	Ingreso Original	Factor 10,50%	Ingreso actualizado
1	357.893,63	0,904977	323.885,63	422.314,48	0,904977	382.185,05
2	385.748,42	0,818984	315.921,80	455.183,14	0,818984	372.787,73
3	412.277,16	0,741162	305.564,18	486.487,04	0,741162	360.565,73
4	422.663,98	0,670735	283.495,47	498.743,49	0,670735	334.524,65
5	434.259,15	0,607000	263.595,25	512.425,79	0,607000	311.042,40
Total			1.492.462,34			1.761.105,56

Fuente: Cuadro N° 47

Elaborada por. El autor

$$RELACIÓN BENEFICIO_COSTO = \left(\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}} \right) - 1$$

$$RELACIÓN BENEFICIO - COSTO = \left(\frac{1.761.105,56}{1.492.462,34} \right) - 1$$

$$RELACIÓN BENEFICIO - COSTO = 1,18 - 1$$

$$RELACIÓN BENEFICIO - COSTO = 0,18$$

En la relación costo - beneficio se obtiene un valor positivo, lo que indica que por cada dólar invertido se obtendrá \$0,18 centavos de dólar de ganancia, por lo tanto el proyecto es factible y conveniente realizarlo.

TASA INTERNA DE RETORNO

Para obtener la TIR se toma los valores del flujo de caja (flujo neto de efectivo) proyectados a cinco años de vida útil del proyecto; y se busca una tasa de descuento mayor y menor mediante el método del tanteo, para obtener el VAN MENOR multiplicamos flujo neto por el factor de actualización menor y para el VAN MAYOR se realiza el mismo procedimiento pero tomando en cuenta el factor de actualización mayor.

TASA INTERNA DE RETORNO

CUADRO 32

Años	Flujo Neto	Factor Desc.	Valor Actual	Factor Desc.	Valor Actual
		71,00%	Tm	72,00%	TM
1	48.260,40	0,584795	28.222,46	0,5813953	28.058,37
2	51.584,59	0,341986	17.641,19	0,3380206	17.436,65
3	54.750,53	0,199992	10.949,64	0,1965236	10.759,77
4	55.990,09	0,116954	6.548,27	0,1142579	6.397,31
5	76.219,14	0,068394	5.212,95	0,0664290	5.063,16
		$\Sigma =$	68.574,51	$\Sigma =$	67.715,27
		Inversión	68.447,80	Inversión	68.447,80
		VAN Tm	126,71	VAN TM	-732,53

Fuente: Tabla N° 50

Elaborada por: El autor

Fórmula de la tasa interna de retorno

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ Tm - VAN\ TM} \right)$$

$$TIR = 71 + 0,01 \left(\frac{126,71}{126,71 - (-723,53)} \right)$$

$$TIR = 71 + 0,01 \left(\frac{126,71}{859,24} \right)$$

$$TIR = 71 + 0,01(0,1474675294)$$

$$TIR = 71\%$$

Como resultado obtenido de la **TIR** es del **71%**, porcentaje que es mayor al costo de oportunidad del dinero del 10.5 % por consiguiente el proyecto desde este punto de vista es rentable.

PERIODO DE RECUPERACIÓN

Tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

CUADRO 33

Años	Inversión Inicial	Flujo Neto
1	68.447,80	48.260,40
2		51.584,59
3		54.750,53
4		55.990,09
5		76.219,14
TOTAL		286.804,76

Fuente: Tabla N° 50

Elaborado por. El autor

Periodo de recuperación de capital

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inv.} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del Año que supera la Inv.}}$$

$$\text{PRC} = 5 + \frac{69.447,80 - 99.844,99}{76.219,14}$$

$$\text{PRC} = 5 + \frac{-30.397,19}{76.219,14}$$

$$\text{PRC} = 5 + (-0,3988130803)$$

$$\text{PRC} = 4,60118692$$

PRC = 4 AÑOS

PRC = 0,60118692 * 12

PRC = 7,214243304

PRC = 7 meses

PRC = 0,21424304 * 30

PRC = 6,4272912

PRC = 6 días

Con el resultado obtenido se puede observar que la inversión inicial será recuperada en 4 años, 7 meses y 6 días lo que significa que el capital se lo recupera a largo plazo.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Su objetivo es determinar qué tan sensibles son la TIR y el VPN ante estos cambios, para determinar el porcentaje de incremento en los costos y disminución en los ingresos se lo hace a través de simulaciones o supuestos en base a la tasa de inflación.

Análisis de sensibilidad con el 9% de incremento en los costos

- Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de incremento en costos.
- Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL 9% DE INCREMENTO EN LOS COSTOS

CUADRO 34

Años	Costo total Original	Costo Total original	Ingreso Original	ACTUALIZACIÓN				
				Flujo Neto	Factor Act.	Valor Actual	Factor Act.	Valor Actual
		9,00%			41,70%		43,20%	
1	357.893,63	390.104,05	422.314,48	32.210,43	0,705716	22.731,42	0,698324	22.493,31
2	385.748,42	420.465,78	455.183,14	34.717,36	0,498035	17.290,48	0,487656	16.930,14
3	412.277,16	449.382,10	486.487,04	37.104,94	0,351472	13.041,34	0,340542	12.635,80
4	422.663,98	460.703,73	498.743,49	38.039,76	0,248039	9.435,36	0,237809	9.046,19
5	434.259,15	473.342,47	512.425,79	39.083,32	0,175045	6.841,36	0,166068	6.490,47
						69.339,95		67.595,92
						892,15		-851,88

Fuente: Flujo de Caja
Elaborada por: El autor

CÁLCULO DE LA NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$NTIR = 41,70 + 0,015 \left(\frac{892,15}{892,15 - (-851,88)} \right)$$

$$NTIR = 41,70 + 0,015 \left(\frac{892,15}{1.744,03} \right)$$

$$NTIR: 41,71\%$$

DIFERENCIA DE TIR

$$DIF. TIR = TIR\ original - Nueva TIR$$

$$DIF. TIR = 71\% - 41,71\%$$

$$DIF. TIR = 29,9\%$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% Va = (Diferencia\ de\ TIR / TIR\ Original)$$

$$\% Va = (29,9/70) * 100$$

$$\% Va = 41,25\%$$

SENSIBILIDAD

$$Sens = \% Va / Nueva TIR$$

$$Sens = 41,25\% / 41,71$$

$$Sens = 0,99$$

El porcentaje de sensibilidad es de 0,99%; el cual se encuentra dentro de los límites de aceptación del proyecto, esto significa que puede soportar un incremento del 9% sobre los costos estimados durante los 5 años de vida útil.

Análisis de sensibilidad con 7,5% disminución en los ingresos

- Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de incremento en costos.
- Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON 7,5% DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS

CUADRO 35

Año	Costo total Original	Ingreso Original	Ingreso Originales (-)	ACTUALIZACIÓN				
				Flujo Neto	Factor Act.	Valor Actual	Factor Act.	Valor Actual
			7,5%		41,70		44,20	
1	357.893,63	422.314,48	390.640,89	32.747,27	0,705716	23.110,28	0,693481	22.709,62
2	385.748,42	455.183,14	421.044,40	35.295,98	0,498035	17.578,65	0,480916	16.974,41
3	412.277,16	486.487,04	450.000,52	37.723,36	0,351472	13.258,70	0,333506	12.580,98
4	422.663,98	498.743,49	461.337,73	38.673,75	0,248039	9.592,61	0,231280	8.944,48
5	434.259,15	512.425,79	473.993,86	39.734,71	0,175045	6.955,38	0,160389	6.373,00
						70.495,62		67.582,49
						2.047,82		-865,31

Fuente: Flujo de caja
Elaborada por: El autor

CÁLCULO DE LA NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$NTIR = 41,70 + 0,025 \left(\frac{2.047,82}{2.047,82 - (-865,31)} \right)$$

$$NTIR = 41,70 + 0,025 \left(\frac{2.047,82}{2.913,13} \right)$$

$$NTIR: 41,72\%$$

DIFERENCIA DE TIR

$$DIF. TIR = TIR\ original - Nueva\ TIR$$

$$DIF. TIR = 71\% - 41,72\%$$

$$DIF. TIR = 28,28$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% Va = (Diferencia\ de\ TIR / TIR\ Original)$$

$$\% Va = (29,28/71) * 100$$

$$\% Va = 41,24\%$$

SENSIBILIDAD

$$Sens = \% Va / Nueva\ TIR$$

$$Sens = 41,24\% / 41,72$$

$$Sens = 0,99$$

El porcentaje de sensibilidad es de 0,99%; el cual se encuentra dentro de los límites de aceptación del proyecto, esto significa que puede soportar una disminución del 7,5% sobre los ingresos estimados durante su vida útil.

g. DISCUSIÓN

El **“Proyecto de inversión para la creación de un autoservicio en el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja”** tiene como objetivo satisfacer las necesidades, de adquisición de los productos de primera necesidad, tales como, granos, cereales, embutidos, conservas enlatados, y demás artículos que necesiten las familias del cantón Chaguarpamba.

De acuerdo a la investigación de campo, como las encuestas realizadas a las familias del cantón Chaguarpamba, se logró obtener resultados muy útiles para el proyecto, que ayudaron al desarrollo del estudio de mercado, donde se procedió a la segmentación de las demandas, iniciando a segmentar, la demanda potencial que es el 100% de nuestra muestra, la misma que es 1.829 familias del cantón, luego se determinó, la demanda real quedando el 90% que son 1.646, para continuar con el estudio, por consiguiente la, demanda efectiva que son la última segmentación, que es el 91% que representa 1.498, con este último dato se continuó para determinar, la demanda insatisfecha, que alcanzo un total de 69,863 número de veces.

Continuando con el proceso del proyecto, se realizó el estudio técnico, el mismo que permitió conocer, la localización del autoservicio que estará ubicado en la ciudad de Chaguarpamba en la calle 10 de agosto y

transversal sur, también se determinó su tamaño obteniendo una capacidad instalada de 52.560 número visitas, a su vez se estableció la capacidad utilizada, que, para el primer año se cubrirá el 90% y a partir del tercer año alcanzara el 100% , así mismo se elaboró la ingeniería del servicio y, la ingeniería de la planta.

En lo que respecta al estudio organizacional, permitió conocer la constitución legal del Autoservicio, su estructura organizacional y funcional, como también el manual de funciones para cada uno de los empleados que se necesitara para poner en marcha la empresa.

En cuanto al estudio financiero, se determinó las inversiones necesarias en activo fijo, activo diferido y, el capital de trabajo para el proyecto, de acuerdo al total de las inversiones, se procedió a buscar fuentes de financiamiento, determinando como fuente externa a la Corporación Financiera Nacional, que financiara el 56,17% y el 43,83% restante por los inversionistas.

Con la aplicación de indicadores financieros se determina que el proyecto es factible de ejecutarlo, de acuerdo a los resultados obtenidos, tal como se expone a continuación, Valor Presente Neto de \$141.872,26 Tasa Interna de Retorno del 71%, Relación Beneficio - Costo de \$0,18, y el Período de Recuperación del Capital de 4 años, 7 meses y 6 días. También el análisis de sensibilidad con incremento del 9% en los costos obteniendo

una sensibilidad de 0,99%, y con el 7,50% de disminución en los ingresos teniendo como resultado el 0,99% de sensibilidad respectivamente.

Mediante estos resultados se pudo conocer la rentabilidad que generará el proyecto para los inversionistas, minimizando así a toma de dediciones incorrectas al momento de decidir en emprender un proyecto de inversión.

h. CONCLUSIONES

- Realizado el estudio de mercado se determinó una demanda efectiva del 91% que representa 1.498 familias del cantón Chaguarpamba, que no se sienten satisfechas al adquirir los productos de primera necesidad, lo que representa un mercado muy atractivo para poner en marcha esta propuesta de inversión.
- Con el Estudio Técnico se determinó la mano de obra, la infraestructura, la maquinaria y los equipos necesarios para operar; A demás según este estudio se determinó la localización del autoservicio, el mismo que estará ubicado en la ciudad de Chaguarpamba en las calles 10 de Agosto y Transversal Sur.
- Con lo que respecta a la estructura organizacional se consideró la elaboración de un organigrama estructural y un funcional, los mismos que ayudarán a identificar las responsabilidades para ocupar los cargos necesarios en el Autoservicio el mismo que estará constituido como Compañía de responsabilidad limitada la mismo que estará conformada por 1 gerente, 1 contador general, 2 cajeras y 2 reponedores.

- De acuerdo a la aplicación de indicadores tenemos el **VAN**, que nos da un valor positivo de \$141.872,26, la **TIR** es de 71%, siendo este valor mayor a las tasas pasivas del banco, por lo cual el proyecto es aceptable y ejecutable, también la **relación beneficio costo**, misma que asegura que por cada dólar que deba la empresa se tiene 1.18 dólares para pagar, lo cual refleja liquidez y rentabilidad, en cuanto al periodo de recuperación del capital será recuperada en 4 años, 7 meses y 6 días; a su vez , los valores de sensibilidad, reflejan que la empresa soporta un 9% de incremento en los costos y un 7,5% de disminución en ingresos por lo cual el proyecto es aceptable al otorgar un margen de error en cálculos de mercado, técnicos y financieros.

i. RECOMENDACIONES

- Comprobada la factibilidad del mercado se recomienda aprovechar la oportunidad, ya que existe gran interés en las familias, que se realice la creación del Autoservicio, lo que beneficiaría a las mismas al encontrar todo en mismo lugar, ahorrando tiempo y dinero.
- Se recomienda que se realice preselección del personal al contratar, para contar con talento capacitado, también aprovechar bien la infraestructura, esto para tener muy disponibilidad, visibilidad y accesibilidad de los productos a comercializar
- En cuanto al estudio organizacional, respetar las jerarquías y funciones esto para que cada quien haga lo que le corresponde de acuerdo a su cargo e informar a su superior, esto para no generar conflicto de intereses.
- Realizado el análisis al estudio financiero se evidencia que todos los indicadores son positivos, por tanto se recomienda a los inversionistas poner en marcha la propuesta de inversión.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ANDRÉS E. MIGUEL “Proyectos De Inversión. Formulación Y Evaluación Para Micro Y Pequeñas Empresas”, 4ª Edición, México 2001.
- BACA, Guillermo. “Evaluación Financiera de Proyectos” 1ª Edición, 2004. Colombia
- BACA URBINA, Gabriel. “Evaluación de Proyectos.”Quinta Edición, México 2006.
- BRAVO VALDIVIESO, Mercedes, UBIDIA TAPIA, Carmita. Año, 2007.
- GARCÍA SANTILLAN Arturo, “Administración Financiera I”, Edición electrónica. Texto completo en www.eumed.net/, México 2010.
- RAMÍREZ PADILLA David Noel,” Contabilidad Administrativa” 7ª Edición, México 2005.
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Rural, Guía para la presentación de proyectos, Siglo XXI Editores, México, 1984.
- ÍÑIGUEZ Gabriela, JIMÉNEZ Laura, “Planeación financiera en Silmogas CIA. LTDA Del Cantón Catamayo período 2011-2012”
- VASCONEZ ARROYO José Vicente, “Contabilidad General para el siglo XXI”, Tercera Edición 2004.
- REYES Ponce, Agustín. Administración de Empresas. 2007.
- LEÓN Carlos. “Evaluación de inversiones un enfoque privado y social”. Chiclayo 2007.

- Sánchez, I. R. “Tópico especiales sobre evaluación de proyectos de inversión”. Monografía. ED. CDICT- Facultad de Tecnología de la industria. 2006.
- Ley de compañías del ecuador.

k. ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

Encuesta dirigida a conocer el grado de aceptación que se puede obtener con la creación de un Autoservicio en el Cantón Chaguarpamba.

1) ¿En la actualidad usted tienen dificultad para hacer las compras?

SI NO

2) ¿Actualmente quién realiza las compras para su hogar?

Papá Mamá Empleada otro

Especifique.....
.....

3) ¿Con qué frecuencia usted realiza las compras?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

4) ¿En caso de implementar un autoservicio en el cantón Chaguarpamba estaría de acuerdo en adquirir los productos?

SI NO

5) ¿Cuál es el nivel de ingreso mensual de su familia?

De \$200 a \$300	<input type="checkbox"/>
De \$301 a \$400	<input type="checkbox"/>
Más de \$401	<input type="checkbox"/>

6) De la siguiente lista de productos de consumo masivo cuál es el que consume usted, marque y detalle su cantidad de compra.

Producto	Frec. semanal	Unid. Medida	Cant. Sem.	Cant. Anual	Unidad medida	Total
Arroz		Libras			Quintal	
Azúcar		Libras			Quintal	
Fideos		Libras			Quintal	
Tallarines		Libras			Caj. x 50	
Arveja s.		Libras			Quintal	
Lenteja		Libras			Quintal	
Canguil		Libras			Libras	

7) ¿Usted dónde realiza la compra de los productos?

Bodegas de abastos

Tiendas detallistas

Mercados comunales

Ferias libres

8) ¿Cuál sería su forma de pago?

Efectivo Tarjeta de crédito otro

Especifique.....

9) Señale cuatro aspectos que consideraría importantes que debe brindar en el nuevo autoservicio.

Precio Higiene del local

Servicio al cliente Variedad en los productos

Ubicación del supermercado Juegos para niños

10) ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se dé a conocer el nuevo autoservicio?

Tv

Radio

Prensa escrita

11) Si su respuesta fue la Televisión ¿Que canal prefiere?

Ecotel tv

UV televisión

12) Si su respuesta fue radio ¿Qué radio prefiere?

Lluvia	<input type="checkbox"/>	Elite	<input type="checkbox"/>
Superior	<input type="checkbox"/>	Impacto	<input type="checkbox"/>
Sonorama	<input type="checkbox"/>	Sr radio	<input type="checkbox"/>

13) Si su respuesta es prensa escrita ¿cuál prefiere?

La hora	<input type="checkbox"/>	Crónica	<input type="checkbox"/>
Centinela	<input type="checkbox"/>		

14) ¿Qué tipo de promociones le gustaría que brinde el autoservicio?

Descuentos por días especiales	<input type="checkbox"/>
Concursos y sorteos	<input type="checkbox"/>
Reducción de precios	<input type="checkbox"/>
Ofertas	<input type="checkbox"/>

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2
ENTREVISTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

Con un cordial y exitoso saludo me dirijo a su digna autoridad con la finalidad de solicitarle muy comedidamente se permita dar contestación a las interrogantes que a continuación se plantean:

1) ¿Razón social del establecimiento?

.....
.....

2) ¿Ubicación del establecimiento?

.....

3) ¿El local es arrendado o propio?

Arrendado Propio

4) ¿Número de empleados?

Dueño De 2 a 4 empleados a 8 empleados

5) ¿Tiempo que lleva en el mercado?

De 1 a 2 años de 3 a 5 años mayor a 5 años

6) ¿Indique el número aproximado de personas que atiende en una semana su negocio?

.....

7) ¿Cree usted que actualmente existe un incremento o disminución de los clientes?

Sí

No

Por qué.....

8) Está usted seguro que los servicios prestados por su establecimiento satisfacen las necesidades de sus clientes.

Sí

No

Por qué.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3
INFLACIÓN

Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

ACTIVOS FIJOS

ANEXO 4

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Frigorífico	1	8.600,00	8.600,00
Congelador 1 puerta	1	2.500,00	2.500,00
Frigorífico 4 bandejas	1	2.047,50	2.047,50
1 cortadora de embutidos	1	1.280,00	1.280,00
Balanza electrónica 40 kl	1	235	235,00
Balanza electrónica 300 kl	1	395	395,00
Puesto de cobro	2	840	1.680,00
cabeceras de góndola	12	190,4	2.284,80
Perchas metálicas	144	58,24	8.386,56
Subtotal			27.408,86
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio ejecutivo en L	2	190,40	380,80
Silla ejecutivo	1	98,56	98,56
Sillas giratorias	5	60,48	302,40
Sillas	6	23,52	141,12
Stand para archivar	2	119,84	239,68
Subtotal			1.162,56
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Equipo de Computo	6	510,10	3.060,60
Impresora Epson 220D	3	352,00	1.056,00
Impresora canon MP230	2	120,54	241,08
Impresora Epson matricial	1	339,29	339,29
Software Visual-fac	1	2.800,00	2.800,00
Subtotal			7.496,97
Total			36.068,39

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

ANEXO 5
DEPRECIACIONES

Descripción	Valor	% Dep.	Valor Residual.	Vida Útil	Depreciación anual	Valor de Rescate
Maquinaria y equipo	27.408,86	10%	2.740,89	10	2.466,80	15.074,87
Muebles y enseres	1.162,56	10%	116,26	10	104,63	639,41
Equipo de computación	4.696,97	33,33%	1.565,50	3	1.043,82	521,68
Subtotal					3.615,25	
Reinversión equipo / computación	4.696,97	33,33%	1.565,50	3	1.043,82	2.609,32
TOTAL	37.965,36				4.659,07	18.845,28

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El autor

ANEXO 6

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

Descripción	Valor	Alícuota	Mantenimiento
Maquinaria y equipo.	27.408,86	1%	274,0886
Muebles y enseres.	1.162,56	1%	11,6256
Equipo de computación.	4.696,97	1%	46,9697
TOTAL			332,68

Fuente: Proformas

Elaborado por: El autor

ANEXO 7

MERCADERÍA PRIMER AÑO

Productos	Unidad medida	Cant. anual	Precio prod.	Monto total
Arroz	Quintal	608	39,00	23.692,50
Panela	Quintal	365	24,00	8.748,00
Fideos	Quintal	243	18,00	4.374,00
Tallarines	Caj. de 50	243	23,50	5.710,50
Arveja Seca	Quintal	122	25,00	3.037,50
Lenteja	Quintal	122	32,00	3.888,00
Canguil	Libras	122	25,00	3.037,50
Avena	Caj. de 25	122	22,00	2.673,00
Harina	Quintal	122	39,00	4.738,50
Sal	SACO. de 50	122	14,00	1.701,00
Galletas	Caja x 24	122	37,44	4.548,96
Cereales	Caja x12	243	15,84	3.849,12
Café	Caj. de 24	243	15,12	3.674,16
Huevos	Cub. X 12	6318	1,54	9.729,72
Aceite	Cal x 15	486	26,10	12.684,60
Leche	Caj. de 12	1215	11,52	13.996,80
Yogurt	Caj. x 12	243	13,44	3.265,92
Mantequilla	Caj. de 24	243	45,36	11.022,48
Queso	Libras	243	1,94	471,42
Conservas	Caj. de 12	486	16,32	7.931,52
Atún	Caj. de 48	486	51,84	25.194,24
Sardina	Caj. de 24	122	12,48	1.516,32
Jabón	Caj. de 24	486	10,56	5.132,16
Jabón de tocador	Caj. de 24	243	21,12	5.132,16
Afeitadoras	Ristra x 12	243	8,88	2.157,84
Cremas	Caja x 12	243	23,28	5.657,04
Desodorantes	Caja x 12	243	22,20	5.394,60
Talco	Caja x 12	122	13,44	1.632,96
Pasta dental	Caj. de 48	243	42,72	10.380,96
Detergente	Caj. de 12	486	28,60	13.899,60
Shampoo	Caj. de 12	486	27,00	13.122,00
Cloro	Caj. de 12	486	17,28	8.398,08
Papel higiénico	Pak. de 12	4131	2,37	9.790,47
Toallas femeninas	Caja x 12	243	11,28	2.741,04
Pañales	Paca x 100	243	16,88	4.101,84
Cera para pisos	Caj. de 12	243	13,80	3.353,40
Servilletas	Caj. de 60	243	19,80	4.811,40
Carne de res	Libras	243	2,20	534,60
Carne chancho	Libras	243	2,20	534,60
Carne de pollo	Libras	122	1,24	150,66
Mortadela de pollo	Libras	122	1,36	165,24
Jamón	Libras	122	2,20	267,30
Salchichas	Libras	122	1,44	174,96
Gaseosa	Paca x 6	729	9,24	6.735,96
Agua	Caja x 12	486	2,64	1.283,04
Jugos	Caja x 12	243	13,44	3.265,92
Achiote	Caja x 24	486	10,56	5.132,16
Aliño	Caja x 12	972	6,72	6.531,84
Comino	Libras	1458	2,08	3.032,64
Canela	Libras	1458	3,64	5.307,12
Pimienta	Libras	1458	2,54	3.703,32
TOTAL				292.010,67

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

ANEXO 8
MERCADERÍA SEGUNDO AÑO

Productos	Unidad medida	Cant. anual	Precio prod.	Monto total
Arroz	Quintal	641,3	40,05	25.683,99
Panela	Quintal	384,8	24,65	9.483,32
Fideos	Quintal	256,5	18,49	4.741,66
Tallarines	Caj. de 50	256,5	24,13	6.190,50
Arveja Seca	Quintal	128,3	25,68	3.292,82
Lenteja	Quintal	128,3	32,86	4.214,81
Canguil	Libras	128,3	25,68	3.292,82
Avena	Caj. de 25	128,3	22,59	2.897,68
Harina	Quintal	128,3	40,05	5.136,80
Sal	SACO. de 50	128,3	14,38	1.843,98
Galletas	Caja x 24	128,3	38,45	4.931,33
Cereales	Caja x12	256,5	16,27	4.172,66
Café	Caj. de 24	256,5	15,53	3.982,99
Huevos	Cub. X 12	6669,0	1,58	10.547,56
Aceite	Cal x 15	513,0	26,80	13.750,81
Leche	Caj. de 12	1282,5	11,83	15.173,31
Yogurt	Caj. x 12	256,5	13,80	3.540,44
Mantequilla	Caj. de 24	256,5	46,58	11.948,98
Queso	Libras	256,5	1,99	511,05
Conservas	Caj. de 12	513,0	16,76	8.598,21
Atún	Caj. de 48	513,0	53,24	27.311,96
Sardina	Caj. de 100	128,3	12,82	1.643,78
Jabón	Caj. de 48	513,0	10,85	5.563,55
Jabón de tocador	Caj. de 24	256,5	21,69	5.563,55
Afeitadoras	Ristra x 12	256,5	9,12	2.339,22
Cremas	Caja x 12	256,5	23,91	6.132,55
Desodorantes	Caja x 12	256,5	22,80	5.848,05
Talco	Caja x 12	128,3	13,80	1.770,22
Pasta dental	Caj. de 48	256,5	43,87	11.253,54
Detergente	Caj. de 12	513,0	29,37	15.067,94
Shampoo	Caj. de 12	513,0	27,73	14.224,98
Cloro	Caj. de 12	513,0	17,75	9.103,99
Papel higiénico	Pak. de 12	4360,5	2,43	10.613,41
Toallas femeninas	Caja x 12	256,5	11,58	2.971,44
Pañales	Paca x 100	256,5	17,34	4.446,62
Cera para pisos	Caj. de 12	256,5	14,17	3.635,27
Servilletas	Caj. de 60	256,5	20,33	5.215,82
Carne de res	Libras	256,5	2,26	579,54
Carne chancho	Libras	256,5	2,26	579,54
Carne de pollo	Libras	128,3	1,27	163,32
Mortadela de pollo	Libras	128,3	1,40	179,13
Jamón	Libras	128,3	2,26	289,77
Salchichas	Libras	128,3	1,48	189,67
Gaseosa	Paca x 6	769,5	9,49	7.302,15
Agua	Caja x 12	513,0	2,71	1.390,89
Jugos	Caja x 12	256,5	13,80	3.540,44
Achiote	Caja x 24	513,0	10,85	5.563,55
Aliño	Caja x 12	1026,0	6,90	7.080,88
Comino	Libras	1539,0	2,14	3.287,55
Canela	Libras	1539,0	3,74	5.753,21
Pimienta	Libras	1539,0	2,61	4.014,60
TOTAL				316.555,79

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

ANEXO 9
MERCADERÍA TERCER AÑO

Productos	Unidad medida	Cant. anual	Precio Producto	Monto total
Arroz	Quintal	675	41,13	27.765,74
Panela	Quintal	405	25,31	10.251,97
Fideos	Quintal	270	18,99	5.125,98
Tallarines	Caj. de 50	270	24,79	6.692,26
Arveja Seca	Quintal	135	26,37	3.559,71
Lenteja	Quintal	135	33,75	4.556,43
Canguil	Libras	135	26,37	3.559,71
Avena	Caj. de 25	135	23,20	3.132,55
Harina	Quintal	135	41,13	5.553,15
Sal	SACO. de 50	135	14,77	1.993,44
Galletas	Caja x 24	135	39,49	5.331,02
Cereales	Caja x12	270	16,71	4.510,86
Café	Caj. de 24	270	15,95	4.305,83
Huevos	Cub. X 12	7020	1,62	11.402,46
Aceite	Cal x 15	540	27,53	14.865,35
Leche	Caj. de 12	1350	12,15	16.403,15
Yogurt	Caj. x 12	270	14,18	3.827,40
Mantequilla	Caj. de 24	270	47,84	12.917,48
Queso	Libras	270	2,05	552,47
Conservas	Caj. de 12	540	17,21	9.295,12
Atún	Caj. de 48	540	54,68	29.525,66
Sardina	Caj. de 100	135	13,16	1.777,01
Jabón	Caj. de 48	540	11,14	6.014,49
Jabón de tocador	Caj. de 24	270	22,28	6.014,49
Afeitadoras	Ristra x 12	270	9,37	2.528,82
Crema	Caja x 12	270	24,55	6.629,60
Desodorantes	Caja x 12	270	23,41	6.322,05
Talco	Caja x 12	135	14,18	1.913,70
Pasta dental	Caj. de 48	270	45,06	12.165,67
Detergente	Caj. de 12	540	30,17	16.289,23
Shampoo	Caj. de 12	540	28,48	15.377,95
Cloro	Caj. de 12	540	18,23	9.841,89
Papel higiénico	Pak. de 12	4590	2,50	11.473,66
Toallas femeninas	Caja x 12	270	11,90	3.212,28
Pañales	Paca x 100	270	17,80	4.807,03
Cera para pisos	Caj. de 12	270	14,56	3.929,92
Servilletas	Caj. de 60	270	20,88	5.638,58
Carne de res	Libras	270	2,32	626,51
Carne chancho	Libras	270	2,32	626,51
Carne de pollo	Libras	135	1,31	176,56
Mortadela de pollo	Libras	135	1,43	193,65
Jamón	Libras	135	2,32	313,25
Salchichas	Libras	135	1,52	205,04
Gaseosa	Paca x 6	810	9,75	7.894,01
Agua	Caja x 12	540	2,78	1.503,62
Jugos	Caja x 12	270	14,18	3.827,40
Achiote	Caja x 24	540	11,14	6.014,49
Aliño	Caja x 12	1080	7,09	7.654,80
Comino	Libras	1620	2,19	3.554,01
Canela	Libras	1620	3,84	6.219,53
Pimienta	Libras	1620	2,68	4.340,00
TOTAL				342.213,47

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

ANEXO 10
MERCADERÍA CUARTO AÑO

Productos	Unidad medida	Cant. anual	Precio producto	Monto total
Arroz	Quintal	675	42,25	28.515,42
Panela	Quintal	405	26,00	10.528,77
Fideos	Quintal	270	19,50	5.264,38
Tallarines	Caj. de 50	270	25,46	6.872,95
Arveja Seca	Quintal	135	27,08	3.655,82
Lenteja	Quintal	135	34,66	4.679,45
Canguil	Libras	135	27,08	3.655,82
Avena	Caj. de 25	135	23,83	3.217,12
Harina	Quintal	135	42,25	5.703,08
Sal	SACO. de 50	135	15,16	2.047,26
Galletas	Caja x 24	135	40,56	5.474,96
Cereales	Caja x12	270	17,16	4.632,66
Café	Caj. de 24	270	16,38	4.422,08
Huevos	Cub. X 12	7020	1,67	11.710,33
Aceite	Cal x 15	540	28,27	15.266,71
Leche	Caj. de 12	1350	12,48	16.846,03
Yogurt	Caj. x 12	270	14,56	3.930,74
Mantequilla	Caj. de 24	270	49,13	13.266,25
Queso	Libras	270	2,10	567,38
Conservas	Caj. de 12	540	17,68	9.546,08
Atún	Caj. de 48	540	56,15	30.322,85
Sardina	Caj. de 100	135	13,52	1.824,99
Jabón	Caj. de 48	540	11,44	6.176,88
Jabón de tocador	Caj. de 24	270	22,88	6.176,88
Afeitadoras	Ristra x 12	270	9,62	2.597,10
Cremas	Caja x 12	270	25,22	6.808,60
Desodorantes	Caja x 12	270	24,05	6.492,74
Talco	Caja x 12	135	14,56	1.965,37
Pasta dental	Caj. de 48	270	46,27	12.494,14
Detergente	Caj. de 12	540	30,98	16.729,04
Shampoo	Caj. de 12	540	29,25	15.793,15
Cloro	Caj. de 12	540	18,72	10.107,62
Papel higiénico	Pak. de 12	4590	2,57	11.783,45
Toallas femeninas	Caja x 12	270	12,22	3.299,01
Pañales	Paca x 100	270	18,28	4.936,82
Cera para pisos	Caj. de 12	270	14,95	4.036,03
Servilletas	Caj. de 60	270	21,45	5.790,82
Carne de res	Libras	270	2,38	643,42
Carne chancho	Libras	270	2,38	643,42
Carne de pollo	Libras	135	1,34	181,33
Mortadela de pollo	Libras	135	1,47	198,88
Jamón	Libras	135	2,38	321,71
Salchichas	Libras	135	1,56	210,58
Gaseosa	Paca x 6	810	10,01	8.107,15
Agua	Caja x 12	540	2,86	1.544,22
Jugos	Caja x 12	270	14,56	3.930,74
Achiote	Caja x 24	540	11,44	6.176,88
Aliño	Caja x 12	1080	7,28	7.861,48
Comino	Libras	1620	2,25	3.649,97
Canela	Libras	1620	3,94	6.387,45
Pimienta	Libras	1620	2,75	4.457,18
TOTAL				351.453,23

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

ANEXO 11
MERCADERÍA CUARTO AÑO

Productos	Unidad medida	Cant. anual	Precio unit.	Monto total
Arroz	Quintal	675	43,39	29.285,33
Panela	Quintal	405	26,70	10.813,05
Fideos	Quintal	270	20,02	5.406,52
Tallarines	Caj. de 50	270	26,14	7.058,52
Arveja Seca	Quintal	135	27,81	3.754,53
Lenteja	Quintal	135	35,60	4.805,80
Canguil	Libras	135	27,81	3.754,53
Avena	Caj. de 25	135	24,47	3.303,99
Harina	Quintal	135	43,39	5.857,07
Sal	SACO. de 50	135	15,57	2.102,54
Galletas	Caja x 24	135	41,65	5.622,78
Cereales	Caja x12	270	17,62	4.757,74
Café	Caj. de 24	270	16,82	4.541,48
Huevos	Cub. X 12	7.020	1,71	12.026,51
Aceite	Gal x 15	540	29,04	15.678,92
Leche	Caj. de 12	1.350	12,82	17.300,87
Yogurt	Caj. x 12	270	14,95	4.036,87
Mantequilla	Caj. de 24	270	50,46	13.624,44
Queso	Libras	270	2,16	582,70
Conservas	Caj. de 12	540	18,16	9.803,83
Atún	Caj. de 48	540	57,67	31.141,57
Sardina	Caj. de 100	135	13,88	1.874,26
Jabón	Caj. de 48	540	11,75	6.343,65
Jabón de tocador	Caj. de 24	270	23,50	6.343,65
Afeitadoras	Ristra x 12	270	9,88	2.667,22
Cremas	Caja x 12	270	25,90	6.992,44
Desodorantes	Caja x 12	270	24,70	6.668,04
Talco	Caja x 12	135	14,95	2.018,44
Pasta dental	Caj. de 48	270	47,52	12.831,48
Detergente	Caj. de 12	540	31,82	17.180,73
Shampoo	Caj. de 12	540	30,04	16.219,57
Cloro	Caj. de 12	540	19,22	10.380,52
Papel higiénico	Pak. de 12	4.590	2,64	12.101,60
Toallas femeninas	Caja x 12	270	12,55	3.388,09
Pañales	Paca x 100	270	18,78	5.070,12
Cera para pisos	Caj. de 12	270	15,35	4.145,00
Servilletas	Caj. de 60	270	22,03	5.947,18
Carne de res	Libras	270	2,45	660,80
Carne chancho	Libras	270	2,45	660,80
Carne de pollo	Libras	135	1,38	186,22
Mortadela de pollo	Libras	135	1,51	204,25
Jamón	Libras	135	2,45	330,40
Salchichas	Libras	135	1,60	216,26
Gaseosa	Paca x 6	810	10,28	8.326,05
Agua	Caja x 12	540	2,94	1.585,91
Jugos	Caja x 12	270	14,95	4.036,87
Achiote	Caja x 24	540	11,75	6.343,65
Aliño	Caja x 12	1.080	7,48	8.073,74
Comino	Libras	1.620	2,31	3.748,52
Canela	Libras	1.620	4,05	6.559,91
Pimienta	Libras	1.620	2,83	4.577,52
TOTAL				360.942,47

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

ANEXO 12

RESUMEN DE MERCADERÍAS

AÑOS	V. TOTAL
1	292.010,67
2	316.555,79
3	342.213,47
4	351.453,23
5	360.942,47

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

ANEXO 13

SUELDOS Y SALARIOS

Cant	Cargo	Sueldo básico	Total ingresos	Aporte personal 9,45%	Total egresos	Líquido a pagar	Valor anual
1	GERENTE	600,00	600,00	56,70	56,70	543,30	6.519,60
2	CAJERAS	340,00	680,00	32,13	32,13	647,87	7.774,44
2	REPONEDORES	340,00	680,00	32,13	32,13	647,87	7.774,44
1	CONTADOR	450,00	450,00	42,53	42,53	407,48	4.889,70
	TOTAL	1.730,00	2.410,00	163,49	163,49	2.246,52	26.958,18

Fuente: Estudio organizacional.

Elaborado por: El autor

ANEXO 14

BENEFICIOS SOCIALES PRIMER AÑO

Cant	Cargo	Sueldo básico	Total ingresos	Décimo tercer	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
1	GERENTE	600,00	600,00	50,00	28,32	25,00	72,9	2.114,66
2	CAJERAS	340,00	680,00	56,67	56,64	28,33	41,31	2.195,45
2	REPONEDORES	340,00	680,00	56,67	56,64	28,33	41,31	2.195,45
1	CONTADOR	450,00	450,00	37,50	28,32	18,75	54,675	1.670,96
	TOTAL		2.410,00	200,83	169,93	100,42	210,195	8.176,52

Fuente: Estudio organizacional.

Elaborado por: El autor

ANEXO 15

BENEFICIOS SOCIALES SEGUNDO AÑO

Cant	Cargo	Sueldo básico	Total ingresos	Décimo tercer	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Fondos de reserva	Total provisiones
1	GERENTE	600,00	600,00	50,00	28,32	25,00	72,9	50,00	2.714,66
2	CAJERAS	340,00	680,00	56,67	56,64	28,33	41,31	56,67	2.875,45
2	REPONEDORES	340,00	680,00	56,67	56,64	28,33	41,31	56,67	2.875,45
1	CONTADOR	450,00	450,00	37,50	28,32	18,75	54,675	37,50	2.120,96
	TOTAL		2.410,00	200,83	169,93	100,42	210,195	200,83	10.586,52

Fuente: Estudio organizacional.

Elaborado por: El autor

ANEXO 16

DENOMINACIÓN	Primer año			Segundo año		
	Operarios	Gerente	Contadora	Operarios	Gerente	Contadora
Remuneración Unificada	340,00	600	450,00	340,00	600,00	450,00
Décimo Tercero	56,67	50	37,50	56,67	50,00	37,50
Décimo Cuarto	56,64	28,322	28,32	56,64	28,32	28,32
Vacaciones	28,33	25	18,75	28,33	25,00	18,75
Aporte Patronal 12, 15 %	41,31	72,9	54,68	41,31	72,90	54,68
Fondos de Reserva	0,00	0	0,00	28,33	50,00	37,50
Subtotal	522,95	776,22	589,25	551,29	826,22	626,75
Número de Operarios	4,00	1	1,00	4,00	1,00	1,00
Total mensual	2.091,82	776,22	589,25	2.205,15	826,22	626,75
TOTAL ANUAL	25.101,79	9.314,66	7.070,96	26.461,79	9.914,66	7.520,96
Total	41.487,42			43897,41		

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El autor

ANEXO 17

PROYECCIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

AÑOS	V. TOTAL
1	41.487,42
2	45.701,60
3	47.579,94
4	49.535,48
5	51.571,38

Fuente: Encuestas
Elaborado por: El autor

Con respecto a los sueldos y salarios del proyecto, ha sido calculada en base al promedio de incremento del año 2013 versus del año 2014, el cual es de 4.11% con el cual se trabajó a partir del segundo año del proyecto.

ANEXO 18

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Luz Eléctrica (kilovatios)	2000	0,15	300,00
Agua Potable (m ³)	180	0,32	57,60
TOTAL			357,60

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: El autor

ANEXO 19

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Papel higiénico	6	19,88	119,28
Detergente	12	10,66	127,92
Escobas	3	3,44	10,32
Trapeadores	3	4,35	13,05
Uniformes de trab.	6	35,00	210,00
total			480,57

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: El autor

ANEXO 20

RESUMEN PROYECTADO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de Limpieza	480,57	493,55	506,87	520,56	534,61
Teléfono	120,00	121,20	122,41	123,64	124,87
Agua Potable	57,60	58,75	59,93	61,13	62,35
Energía eléctrica	300,00	306,00	312,12	318,36	324,73

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

ANEXO 21

MATERIALES INDIRECTOS

Descripción	Cantidad	Precio Unit.	Precio T
Fundas grandes paquete x 100	500	0,66	330,00
Fundas medianas paquete x 100	500	0,44	220,00
Fundas pequeñas paquete x 100	200	0,36	72,00
Total			622,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

ANEXO 22

GASTOS DE PUBLICIDAD

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Publicidad en la radio	104	3,00	312,00
Prensa escrita	52	5,00	260,00
Total			572,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

ANEXO 23

GASTOS PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Especificación	Valor parcial	Valor total
Pago de Bomberos	6,00	6,00
Pago a la EERSSA	33,60	33,60
Marcas y patentes	12,00	12,00
total		51,60

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

ANEXO 24

RESUMEN PROYECTADO DE GASTOS DE VENTAS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mat. Ind. (fundas)	622,00	638,79	656,04	673,75	691,95
Publicidad	572,00	587,44	603,30	619,59	636,32
G. permisos func.	51,60	52,99	54,42	55,89	57,40
Imprevistos 2,7%	40,62	41,72	42,85	44,00	45,19

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor

ANEXO 25

TABLA DE AMORTIZACIÓN

No.	Vencimiento	Saldo	Interés	Principal	Dividendo
0		30.000,00			
1	18-Abr-2016	25.617,14	1.575,00	4.382,86	5.957,86
2	15-Oct-2016	21.004,17	1.344,90	4.612,96	5.957,86
3	13-Abr-2017	16.149,03	1.102,72	4.855,14	5.957,86
4	10-Oct-2017	11.038,99	847,82	5.110,04	5.957,86
5	08-Abr-2018	5.660,68	579,55	5.378,32	5.957,86
6	05-Oct-2018	(0,00)	297,19	5.660,68	5.957,86
0		30.000,00			

Fuente: CFN

Elaborado por: El autor

ANEXO 26

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

Años	Valor Total
4571,69	
1	914,34
2	914,34
3	914,34
4	914,34

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: El autor.



ANEXO 27

TABLA PARA EL CÁLCULO DEL PAGO A LA NOTARIA

TABLA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES					
DESDE	HASTA	\$BU	PORCENTAJE DE \$BU		
\$ -	\$ 10.000,00	0,70	70%		
\$ 10.001,00	\$ 25.000,00	1,00	100%		
\$ 25.001,00	\$ 50.000,00	1,50	150%		
\$ 50.001,00	\$ 100.000,00	1,75	175%		
\$ 100.001,00	\$ 250.000,00	2,00	200%		
\$ 250.001,00	\$ 500.000,00	3,00	300%		
\$ 500.001,00	\$ 750.000,00	4,00	400%		
\$ 750.001,00	\$ 1.000.000,00	5,00	500%		
PORCENTAJE DE ACUERDO A LA CUANTÍA					
DESDE	HASTA	POR LA BASE \$BU	EXCEDENTE		
\$ 1.000.001,00	\$ 2.500.000,00	8,50	0,0030		
\$ 2.500.001,00	\$ 5.000.000,00	21,21	0,0025		
\$ 5.000.001,00	\$ 10.000.000,00	38,87	0,0020		
\$ 10.000.001,00	\$ 20.000.000,00	57,12	0,0015		
\$ 20.000.001,00	EN ADELANTE	151,96	0,0010		
PARTICIPACIÓN AL ESTADO ARTÍCULO 42					
DESDE	HASTA	PARTICIPACIÓN ESTADO	PARTICIPACIÓN NOTARIO		
\$ -	\$ 50.000,00	40%	60%		
\$ 50.001,00	\$ 1.000.000,00	50%	50%		
\$ 1.000.001,00	\$ 50.000.000,00	60%	40%		
\$ 50.000.001,00	EN ADELANTE	70%	30%		
CESIÓN DE PARTICIPACIONES Y DISMINUCIÓN DE CAPITAL					
DESDE	HASTA	\$BU	PORCENTAJE DE \$BU	PARTICIPACIÓN ESTADO	PARTICIPACIÓN NOTARIO
\$ -	\$ 1.000,00	0,50	50%	40%	60%
\$ 1.001,00	\$ 2.000,00	0,60	60%		
\$ 2.001,00	\$ 5.000,00	0,70	70%		
\$ 5.001,00	\$ 10.000,00	0,80	80%		
\$ 10.001,00	\$ 25.000,00	0,90	90%		
\$ 25.001,00	\$ 50.000,00	1,00	100%		
\$ 50.001,00	\$ 100.000,00	2,00	200%		
PORCENTAJE DE ACUERDO A LA CUANTÍA					
DESDE	HASTA	\$BU	EXCEDENTE	PARTICIPACIÓN ESTADO	PARTICIPACIÓN NOTARIO
\$ 100.001,00	EN ADELANTE	2,00	0,0020	50%	50%

Esta tabla sirvió para calcular el pago a la notaria por la minuta, el mismo que se calculó de acuerdo a la cuantía del capital, en este caso es de \$69.322,04 que está dentro del rango de \$50.001,00 a \$100.000,00 y se debe multiplicar 1,75 por el salario básico unificado de 354,00 teniendo que cancelar un total de \$619,50

ANEXO 28 PROFORMAS

SUPERNORDICOS CORONA
MANRIQUE E HIJOS CIA. LTDA.

COTIZACION Nº 0006848

Ciudad y Fecha: Loja, 15 de Agosto de 2015
 Cliente: Marco Sánchez Válido por: 30 días
 Dirección: Ciudadela Inmaculada 2 Telf.: 0986242408

CANT.	CODIGO	ARTICULOS	V. UNITARIO	TOTAL
1		Supermercado Abierto Topacio 2.40 GELOPAR 220V		8,600.00
1		Congelador Supernordico 1 puerta		2,500.00
1		Frigorifico 4 bandejas cong./placa cong.		2,047.50
1		Cortadora de Embutidos Manual SKYHSEN		1,280.00
1		Balanza Electronica TORREY 40 libras		235.00
1		Balanza Electronica CANRY 300 kilos		395.00

CONTADO

SON: 16,057.50

DESCUENTO %

SUBTOTAL

% I.V.A.

TOTAL NETO

CREDITO

SON:


% I.V.A.

TOTAL

CUOTA INICIAL

CUOTAS FIJAS DE

Fecha de Entrega: Inmediata
 Observaciones: los precios incluyen IVA


 Firma



MATRIZ: Sucre 10-99 y Azuay esquina. | SUCURSAL MEDICOS: Azuay e/ Sucre y 18 de Noviembre.
Telfs.: (07) 2576307 / 2587111 / 2581390 | Edif. Consorcio Médicos. Telf: (07) 2562329.
CENTRO DE SERVICIOS: Sucre 10-109 y Azuay. | SUCURSAL 18 DE NOV: 18 de Noviembre e/ José Antonio
Telf: (07) 2581390 Ext: 108 | Eguiguren y Colón. Telf: (07) 2562441

RUC: 1191725847001
EMPRESA TECNOLÓGICA TONERS CIA. LTDA. www.toners.ec

PROFORMA No:16265

Fecha: 15/08/2015 Teléfono: 0986242408
CLIENTE: SANCHEZ CONDOY MARCO VINICIO
Ruc: 1104958846 Vendedor.: JUNNIOR DE MESA
Direc.: INMACULADA 2

Codigo	Descripción	Cant.	Precio	Total
220D-806	IMPRESORA EPSON TMU-220D-806 USB	3	352.000	1,056.00
MP230/SIS	IMPRESORA CANON MP230 +SISTEMA NO GARANTIA DE FABRICA	2	120.535	241.07
LX-350	IMPRESORA EPSON MATRICIAL LX-350	1	339.285	339.28

VALIDEZ:

Subtotal:	1,636.36
Descuento:	0.00
Subtotal 0%:	0.00
Subtotal 12%:	1,636.36
Recargo:	0.00
IVA:	196.36
TOTAL:	1,832.72

COMERCIALIZACION EMPRESA TECNOLOGICA
TONERS CIA. LTDA





MATRIZ: Sucre 10-99 y Azuay esquina.
 Telfs.: (07) 2576307 / 2587111 / 2581390
 CENTRO DE SERVICIOS: Sucre 10-109 y Azuay.
 Telf: (07) 2581390 Ext: 108

SUCURSAL MEDICOS: Azuay e/ Sucre y 18 de Noviembre.
 Edif. Consorcio Médicos. Telf: (07) 2562329.
 SUCURSAL 18 DE NOV: 18 de Noviembre e/ José Antonio
 Eguiguren y Colón. Telf: (07) 2562441

www.toners.ec

PROFORMA No: 16264

Fecha: 15/08/2015 Teléfono: 0986242408
 CLIENTE: SANCHEZ CONDOY MARCO VINICIO
 Ruc: 1104958846 Vendedor.: JUNNIOR DE MESA
 Direc.: INMACULADA 2

Código.	DESCRIPCION	Cant.	P.Unit	Subt.
			2,732.67	2,732.67
MJ-H	CASE COMBO MAJESTIC MJ-HCS 148 ROJO	6		
H81M	MBO BIOSTAR H81MLV3 4TA LGA1150 CI7 CI5 CI3	6		
G325	PROC INTEL 4TA PENTIUM G3250 3.2GHZ 3MB 1150	6		
HIT1	DISCO DURO HITACHI 1TB SATA PULK	6		
GN22	DVD-WRITER LG SUPERMULTI 22X ATA	6		
CE59	CARD READER INTERNO PLASTICO	6		
E167	MONITOR AOC 15-6IN LED E1670SW	6		
MUST	MOUSE PAD LOGO TONERS	6		
7648	COBERTORES TONERS 17 19 LCD 3PIEZAS	6		
REGT	REGULADOR VOLTAJE THOR 6 TOMAS 1200VA	6		
ADA-	MEMORIA ADATA 4GB 1333MHZ DDR3	6		

VALIDEZ:

OBSERVACION:

COMERCIALIZACION EMPRESA TECNOLOGICA
 TONERS CIA. LTDA



Subtotal:	2,732.67
Descuento:	0.00
Subtotal 0%:	0.00
Subtotal 12%:	2,732.67
Recargo:	0.00
IVA:	327.92
TOTAL:	3,060.59

CONTADO

Des. Efectivo

2560,00



TOVACOMPU INFORMATICA CIA. LTDA.

1190081709001

SISTEMA DE GESTION EMPRESARIAL VISUALFAC



VisualFAC

PROPUESTA ECONÓMICA

Tovacompú Informática Cía. Ltda. Pone a su disposición el Sistema de Gestión Empresarial VisualFAC 10.0 SQL

Paquete incluye	Inversión
<ul style="list-style-type: none"> • Instalación y configuración del sistema para uso de la empresa. • Garantía durante un año post-instalación. • Instalación: inmediata, previa confirmación de la presente propuesta. • Dos visitas de un día. • Soporte técnico telefónico o por Internet durante la garantía. • Parametrización y configuración de reportes de acuerdo a la línea de negocio de su empresa. 	<p>• Licencia Sistema VisualFAC Completo \$2500.00 más IVA. (\$2800.00).</p> <p>No Incluye</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instalación de Facturación electrónica \$1000.00 más IVA - Módulo Rol de pagos \$500.00 más IVA <p>SUBTOTALES:</p> <p>Subtotal: 2500.00 IVA: 300.00 Total: 2800.00</p>
	<p>Forma de pago</p> <p>1er Pago 50% cheque a la fecha. 2do Pago 50% cheque girado a 30 días</p>
	<p>Nota: Los pagos se retiran el día de la instalación del sistema.</p>
	<p>Actualizaciones</p> <p>Sin costo durante un año</p>
	<p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipo principal con mínimo 4 GB de Ram, 1 TB en disco. Sistema operativo Windows 7, Windows server 2008 o 2012 • Los equipos deben estar en red. • Conexiones transferencia de datos probados • Impresora(s) instaladas • Facturas, Retenciones y Notas de Crédito listas para configurar impresión.

Esperamos que esta propuesta cumpla con las expectativas que usted ha fijado. Estamos a sus órdenes para cualquier duda o aclaración a la presente.

METALES PERFORADOS
Industrias Metálicas Carrión Quezada
 Av. Universitaria Y Azuay
 telf: 072-563209; 072-574-451; 0986637410



*Todo en muebles metálicos
 para su necesidad*



MIGUEL ANGEL CARRION QUEZADA
 RUC: 1103344808001

Srs: **Marco Sanchez**
 RUC: 1104958846
 Dirección: C/da Inmaculada 2

Fecha: Loja, 13 de Agosto de 2015
 Telefono: *0986242408

PROFORMA

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
	Por la venta de las siguientes estanterias metálicas reforzadas:		
52	gondolas centrales	270,00	14040,00
8	cabeceras de gondola	170,00	1360,00
36	perchas metálicas	52,00	1872,00
2	puentes de cobre	750,00	1500,00
	PLAZO DE ENTREGA 15 DIAS LABORABLES		
	FORMA DE PAGO 50% A LA FIRMA DEL CONTRATO 50% A LA ENTREGA DEL MOBILIARIO		
	nota : en esta cotizacion incluye traslado e instalacion a la ciudad de Chaguarpamba		
	 Carrión Quezada Miguel Ángel R.U.C. 1103344808001 DIR: Av. Universitaria s/n Y A. 11 Ma - Ecuador Telf: 072-563209 / 072-574451		
	Subtotal		18772,00
	12% IVA		2252,64
	TOTAL		21024,64

SON: VEINTE Y UN MIL VEINTE Y CUATRO CON 64/100 DOLARES AMERICANOS.

ING. MIGUEL ANGEL CARRION QUEZADA
 Industrias Metálicas Carrión Quezada

En cuanto a esta proforma es necesario aclarar, que no se va a adquirir las góndolas centrales, sino las perchas metálicas, esto por el costo que tienen, es por ello que se necesitaría un total de 144 perchas metálicas, datos con los cuales se realizó los cálculos para el estudio financiero.

ANEXO 29
PROYECTO DE TESIS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA
CREACIÓN DE UN AUTOSERVICIO EN EL
CANTÓN CHAGUARPAMBA DE LA PROVINCIA
DE LOJA”**

Proyecto de Tesis previo a
optar el Grado de Ingeniero en
Banca y Finanzas

AUTOR:

Marco Vinicio Sánchez Condoy

DIRECTOR:

Ing. Sergio Leonardo Pardo Quezada Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR
2014

a. TEMA

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN
AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA DE LA
PROVINCIA DE LOJA”**

b. PROBLEMÁTICA

Un proyecto de inversión es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos, que permiten al emprendedor y las instituciones que apoyan esta iniciativa saber si es viable, si se puede realizar y si generara utilidad.

La comercialización de productos de primera necesidad a través del tiempo se ha desarrollado de la forma en como la civilización ha ido avanzando, antes se realizaba las compras en los mercados comunales, bodegas de abastos, y en si cada cosa que necesitaban; buscar e ir a cada tienda que lo ofrecían, esto ocasionaba pérdida de tiempo a las personas que lo requerían.

Con del pasar del tiempo se fueron creando supermercados con un mayor stock de productos y mejorando el servicio hacia el consumidor, también surgen los autoservicio independientes y los autoservicios cadena que dentro de sus establecimientos ofrecen todo tipo de productos que va desde los productos de la canasta familiar hasta, herramientas, papelería, bazar y en conclusión ya los consumidores no tienen que ir a distintas partes sino que lo encuentran todo en mismo lugar con un servicio personalizado y en ocasiones con servicio a domicilio.

En la ciudad de Loja hoy en día encontramos un sinnúmero de autoservicio tanto locales como las cadenas a nivel nacional, que cuentan con programas computarizados de facturación, nuevas formas de pago, lo que beneficia a los consumidores, los mismos que son satisfechos al ser atendidos de forma ágil y directa.

En algunos cantones de la provincia de Loja no cuentan con este tipo de servicio tal es el caso del cantón Chaguarpamba que pese al auge y crecimiento de su población no se encuentra apropiadamente atendido con un autoservicio que ofrezca variedad de productos, calidad, infraestructura adecuada, limpieza, buena atención, seguridad, promociones y precios competitivos que compense los requerimientos de este sector es por ello que surge la necesidad de **Crear un Autoservicio en el Cantón Chaguarpamba de la Provincia de Loja** con el único propósito de ofrecer a sus clientes un servicio oportuno, personalizado y coadyuvar al desarrollo del cantón y la región sur del país.

c. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica como paso preliminar para optar al grado de Ingeniero en Banca y Finanzas y como medio para demostrar el dominio de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera de especialización. La investigación tiene como objetivo realizar los estudios de mercado, técnico, organizacional y, financiero al **PROYECTO DE INVERSIÓN, PARA LA CREACIÓN DE UN AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN CHAGUARPAMBA DE LA PROVINCIA DE LOJA.**

También se justifica en el ámbito académico ya que la misión de la carrera de ingeniería en Banca y finanzas es formar profesionales capacitados en el ámbito económico – financiero y del emprendimiento para el ejercicio integral, ya que aplicando los conceptos obtenidos en las aulas universitarias se culminara con éxito el presente trabajo.

Ámbito socio – económico

Se justifica porque es una idea innovadora que ayudara al desarrollo en la zona de impacto, mejorando el confort de la ciudadanía, como fuente de empleo, y también formando parte de la cadena de comercialización hacia los supermercados y tiendas de la localidad.

Ámbito político

En este ámbito se justifica por que se acogerá a las diferentes normas establecidas por los diferentes organismos de control como son, SRI, IEES, Ministerio de Relaciones Laborales, Ministerio de Salud, Superintendencia de Compañías entre otras, que una u otra manera supervisan y controlan el accionar de estas empresas.

d. OBJETIVOS

Objetivo General

- ⇒ Determinar la viabilidad del proyecto de inversión para la creación de un Autoservicio en el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

Objetivos Específicos

- ⇒ Desarrollar el estudio de mercado para determinar la viabilidad del proyecto de inversión para la creación de un Autoservicio en el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.
- ⇒ Realizar el estudio técnico para determinar la capacidad instalada y utilizada del proyecto de inversión para la creación de un Autoservicio en el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.
- ⇒ Formular alternativas administrativas y organizacionales para el proyecto de inversión creación de un Autoservicio en el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.
- ⇒ Aplicar los diferentes indicadores financieros como: Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna Retorno (TIR), Período de Recuperación del Capital (PRC), relación Beneficio -Costo, y el Análisis de sensibilidad para determinar la factibilidad del proyecto.

e. MARCO TEÓRICO

1. Autoservicio

Un autoservicio es un establecimiento comercial urbano que vende bienes de consumo como alimentos, ropa, artículos de higiene, perfumería y limpieza, estas tiendas ofrecen a los compradores diversidad de productos y la facilidad para que ellos mismos los tomen de acuerdo sus necesidades.

2. Factibilidad

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

3. Proyecto

Es un plan capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social, lo cual implica desde el punto de vista económico, proponer la producción de algún bien o la prestación de un servicio, con el empleo de una técnica y con miras a obtener un determinado resultado o ventaja económica social.

4. Estudio de Mercado

El **estudio de mercado** es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los **clientes**, competidores y el mercado, sus usos incluyen ayudar a crear un **plan de negocios**, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. También puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

4.1. Servicio

Desde el punto de vista del mercadeo y la economía los servicios son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios son definidos como heterogéneos ya que los servicios prestados nunca podrán ser idénticos por diversas variables, también como intangibles por que el usuario no puede tocarlos, este es el caso de las líneas telefónicas de atención al cliente.

4.2. Cliente

Un cliente es aquella persona que recibe cierto servicio o bien, a cambio de alguna compensación monetaria o cualquier otro objeto de valor. Un cliente

puede ser catalogado en dos categorías principales: como **cliente final**, que es el que adquiere el producto por el simple deseo de poseerlo y utilizarlo, o como **cliente intermedio**, que es el que compra el producto con el fin de volverlo a vender para obtener una ganancia.

4.3. Demanda

"Es la Cantidad de un producto o servicio que un individuo desea comprar en un periodo determinado, es una función que depende de muchos factores como ser del precio del producto, del ingreso monetario de la persona, de los precios de otros productos o servicios y de los gustos. Manteniendo la ley de la Demanda en la cual a menor precio mayor Demanda."¹³

4.4. Demanda Actual

Previsión que se efectúa tras analizar las peticiones de los clientes o las que se han hecho a proveedores para cualquier análisis que incluya una producción planificada.

¹³ <http://www.slideshare.net/MONIKKK/evaluacion-de-proyectos-estudio-de-mercado-gabriel-baca-urbina>

4.5. Demanda Efectiva

Se halla constituida por el segmento de Demandantes que tienen las condiciones materiales necesarias para consumir un determinado producto.

4.6. Demanda Potencial

Se llama Demanda Potencial a la Demanda que existe en el Mercado para el consumo de diversos productos y que, por diversos factores, no ha llegado a cubrir las necesidades del Consumidor.

4.7. Oferta

La cantidad ofrecida de un bien o servicio es la cantidad que los productores planean vender durante un periodo dado, a un precio en particular. La cantidad ofrecida no es necesariamente la misma que en efecto se venderá. A veces la cantidad ofrecida es mayor que la cantidad demandada, así que la cantidad comprada es menor que la cantidad ofrecida.

4.8. Demanda Insatisfecha

Se llama Demanda Insatisfecha a 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.

4.9. Plan De Marketing

Un plan de marketing es, un documento previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde, entre otras cosas, se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos.

4.10. Producto

Es todo aquello tangible o intangible que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad.

4.11. Precio

Es el monto de intercambio asociado a la transacción, es la valoración del producto. En Economía el precio se conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio.

4.12. Plaza o Distribución

Es como se distribuye el producto, como llegara al cliente, donde comercializarlo, canales logísticos y de venta para lograr que el producto llegue hasta los compradores.

4.13. Promoción

Son todas las acciones hechas para que el mercado conozca la existencia del producto o marca como: la comunicación, la publicidad, promoción de venta, relaciones públicas, la venta.

4.14. Publicidad

La publicidad es una herramienta poderosa de la promoción que puede ser utilizada por empresas, organizaciones, instituciones del estado y

personas individuales, para dar a conocer sus productos, servicios a un determinado grupo.”¹⁴

5. Estudio Técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas; lo que permita analizar e identificar los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto.



¹⁴ <http://www.monografias.com/trabajos15/plan-marketing/plan-marketing.shtml#ixzz2zT57FFTT>

5.1. Macro Localización

Se la puede definir como la descripción del medio ambiente relacionado, por ejemplo comunidad (usos y costumbres), infraestructura vigente, escuelas, hospitales, si cuenta con servicios de agua, luz, etc.¹⁵

5.2. Micro Localización

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.

5.3. Capacidad Instalada

La capacidad instalada se establece por la cantidad de producción o de prestación de servicios por unidad de tiempo, que corresponde al nivel máximo posible de producción o de prestación de servicio.¹⁶

¹⁵ Nuevas Tendencias en negocios electrónicos. Oscar Reyes Ramos

¹⁶ Formulación y evaluación de proyectos. Marcial Córdova Padilla

5.4. Capacidad Utilizada

Corresponde a la fracción de capacidad instalada que se está empleando y se mide en porcentaje. Se la define como la cantidad de producción que satisface la demanda. Es aconsejable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90%, porque, en condiciones normales, no podrán atender pedidos extraordinarios y si lo hace, puede verse alterado significativamente su estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salvo que acudan al proceso de maquila, que es contratar parte de la producción con otras personas o empresas, solucionando parcialmente el problema de capacidad instalada.¹⁷

5.5. Ingeniería del Proyecto

El objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, lo que determina la distribución óptima, hasta definir la planta productiva.

¹⁷Proyecto de inversión para las PYME. Creación de empresas. Juan Antonio Flores Uribe. Pág. 47

5.6. Flujograma

Un flujograma también denominado diagrama de flujo, es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado. Es decir, el flujograma consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo a partir de símbolos.

5.7. Ingeniería de la Planta

Una vez que se ha tomado la decisión de fabricar un producto, su diseño se ha completado y el proceso está razonablemente decidido, ya se puede empezar la instalación de los medios de producción. Aunque parte del equipo del proceso propiamente dicho puede ser instalado por el proveedor se requerirá por parte de la empresa un considerable trabajo.

5.8. Maquinaria y Equipo

Maquinaria y equipo son bienes tangibles que tiene por objeto; ser aprovechados en beneficio de la entidad, para la producción de artículos o para el uso de la misma, también para la prestación de servicios de la organización y de sus clientes.

6. Estudio Administrativo

El estudio organizacional y administrativo del proyecto considera la planeación e implementación de una estructura organizacional para la empresa o negocio, egresos de inversión y operación en la organización, estudio legal, aspectos comerciales, aspectos técnicos, aspectos laborales, aspectos tributarios y contratación.

Se determinan las jerarquías y responsabilidades organizacionales, a través del organigrama del negocio, y analiza aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va a implementar y cuál es la normativa que debe cumplir el negocio acorde al giro de la misma.¹⁸

6.1. Tipos de Compañía

6.1.1. Sociedad o Compañía

Es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades, están conformadas mediante el aporte de dos o más personas naturales o jurídicas. Estas sociedades deben de ser:

¹⁸<http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2009/01/estudio-organizacional-y-administrativo.html>

6.1.2. De Personas

Compañías en nombre colectivo y en comandita simple

6.1.3. Compañía En Nombre Colectivo

La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón social.

La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía".¹⁹

6.1.4. Compañía en Comandita Simple

La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.²⁰

¹⁹ LEY DE COMPAÑIAS, Art 36

²⁰ LEY DE COMPAÑIAS, Art 59

6.2. De Capital

Compañía de responsabilidad limitada y compañía anónima.

6.2.1. Compañía De Responsabilidad Limitada

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.²¹

6.2.2. Compañía Anónima

Es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. La Compañía anónima es de expresión jurídica por la que se encauza una actividad de índole económica o empresarial y que

²¹ LEY DE COMPAÑIAS, Art 92

se define por algunas singularidades en el área de las sociedades mercantiles.

6.3. Estructuras Organizacionales

Una estructura organizacional es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un objetivo común. Esta organización puede estructurarse de diferentes maneras y estilos, dependiendo de sus objetivos, el entorno y los medios disponibles; la estructura de una organización determinará los modos en los que opera en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar.²²

6.4. Manuales Empresariales

Son aquellos instrumentos de información en los que se consignan, en forma metódica, los pasos y operaciones que deben seguirse para la realización de las funciones de una unidad administrativa.

Los manuales empresariales, como instrumentos administrativos que apoyan el quehacer institucional, están considerados como elementos

²² <http://www.encyclopediainanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>

básicos para coordinación, dirección y control administrativo, y que facilitan la adecuada relación entre las distintas unidades administrativas de la organización.

6.5. Constitución de Compañías

6.5.1. Requisitos:

- ⇒ Copia de Cedula a color (mínimos dos personas para conformar una compañía anónima o limitada).
- ⇒ Copia a color de los certificados de votación.
- ⇒ Planilla de servicio básico.
- ⇒ Copia de Cedula y certificado de votación a color de la persona que vaya a ejercer la representación legal de la compañía, en cuyo caso puede ser también uno de los accionistas.

6.5.2. Proceso:

- ⇒ Reserva del nombre: el abogado patrocinador, solicita la reserva de denominación de la compañía, siempre es bueno llevar consigo varias denominaciones, esta reserva vence en el plazo de 30 días que pueden ser renovables por el mismo tiempo.

- Apertura de la Cuenta de Integración de Capitales: consiste en abrir una cuenta de inversión en un banco, mediante el cual los accionistas o socios aportan y pagan el mínimo del capital suscrito y se inscriben el nombre de todos los socios.
- Redacción de la minuta, Derechos notariales de la minuta (escritura de constitución): se procede a redactar la minuta de la constitución de la compañía, en este caso el Notario la eleva a escritura pública.
- Aprobación de la Superintendencia de Compañías: una vez obtenida la escritura de constitución de compañía se ingresan mínimo tres testimonios certificados de la escritura en Superintendencia de Compañías para su aprobación.
- Marginación: una vez obtenida la aprobación de la Superintendencia de Compañías, se la ingresa a la Notaria para que haga las marginaciones correspondientes.
- Registro mercantil: se ingresan los testimonios de las escrituras en el Registro Mercantil, después de registrados se procede a realizar e ingresar en dicha institución los nombramientos respectivos del o los representantes legales de la compañía.
- Publicación: en los diarios de mayor circulación del cantón donde se encuentre la compañía, se procede a publicar el extracto que otorga la Superintendencia de Compañías al momento de aprobar la compañía.

- ⇒ Número de expediente en la superintendencia de Compañías: entregando la publicación del extracto, el formulario del RUC, la planilla de servicio básico donde vaya a funcionar la compañía, testimonio de la escritura ingresada en el Registro Mercantil y nombramiento del representante legal.

6.6. Permisos

El permiso de funcionamiento es la autorización que otorga la municipalidad para el desarrollo de cualquier actividad económica con o sin fines de lucro en un establecimiento determinado, a favor del titular de la misma.

6.7. Patentes

La Patente es una habilitación o “permiso” que otorga la Municipalidad para desarrollar una actividad empresarial, esta autorización tiene un costo que tiene la forma de un impuesto a favor del municipio

6.8. Organigramas

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la

posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

6.9. Organigramas Estructurales

Estos organigramas presentan solamente la estructura administrativa de la organización y tiene características claves como entender que los cuadros representan cada uno de los puestos de la estructura organizacional y las líneas, la cadena de autoridad y la comunicación que los une.



6.10. ORGANIGRAMAS FUNCIONALES

Los organigramas Funcionales incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo

de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.



7. Evaluación Financiera

El estudio financiero tiene por objetivo determinar si se justifica o no la realización de esta propuesta, es decir, la viabilidad económica del proyecto en la que permite cuantificar y establecer los beneficios que se obtendrán, por lo que se elabora un flujo de caja para determinar la situación financiera.

7.1. Activo Fijo

Constituye aquellos bienes permanentes y derechos exclusivos que la empresa utiliza sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas.

Los bienes o derechos cumplirán los siguientes requisitos:

- No estar dispuestos a la venta.
- Poseer una vida útil más o menos duradera (por lo menos 1 año).
- Tener costo relativamente representativo o significativo.
- Que se encuentre en uso o actividad y por ende ayude a la consecución de la renta empresarial.
- Ser propiedad de la empresa.²³

7.2. Activo Diferido

Está integrado por valores cuya posibilidad de recuperar está condicionada habitualmente, por la duración del Tiempo, es el caso de inversiones realizadas por la Empresa y que en un lapso se convertirán en Gastos. Se pueden mencionar en este concepto los Gastos de Instalación, las primas de seguro, etc.

²³ ZAPATA, Pedro. Contabilidad general 4. Capítulo III. Pág. 153

7.3. Activo Circulante

Son los derechos, Bienes materiales o créditos que están destinados a la operación mercantil o procedente de ésta, que se tienen en operación de modo más o menos continuo y que, como operaciones normales de una negociación pueden venderse, transformarse, convertirse fácilmente en efectivo, darse en pago de cualquier clase de Gastos u obligaciones o que por lo general se espera convertir en efectivo dentro de los próximos doce meses.²⁴

7.4. Gastos

Desembolso de dinero que tiene como contrapartida una contraprestación en bienes o servicios, la cual contribuye al proceso productivo; en el momento en que se origina en un gasto se produce, por tanto, una doble circulación

7.5. Costos

En economía el costo es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio. Todo proceso de producción de un bien

²⁴http://www.eco-finanzas.com/diccionario/A/ACTIVO_CIRCULANTE.htm

supone el consumo o desgaste de una serie de factores productivos, el concepto de coste está íntimamente ligado al sacrificio incurrido para producir ese bien

7.6. Estados Financieros

Los Estados financieros son una fotografía organizada o una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una empresa, en otras palabras, el resultado de la contabilidad.

7.7. Balance General

Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un tiempo determinado. Consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero.

7.8. Estado de Resultados

Es un documento complementario y anexo al balance general donde nos informa en forma detallada y ordenadamente si la empresa obtuvo utilidad o pérdida durante el ejercicio contable.

Es uno de los documentos más importantes ya que del resultado que arroje el mismo nos dará la pauta de como opero la empresa en un periodo determinado.

7.9. Flujo de Caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

7.10. Proyección De Ingresos

Una proyección de ventas es la cantidad de ingresos que una empresa espera ganar en algún momento en el futuro, también una predicción que es sinónimo de una previsión de ventas. Estas dos ayudan a determinar la salud de una empresa y si las tendencias de ventas están a la alza o a la baja, las empresas utilizan varias inversiones para determinar las proyecciones de ventas.

7.11. Evaluación Económica

En esta parte se propone describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa

interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y son comparados con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y en ambos se muestra su aplicación práctica

7.12. Valor Actual Neto

Se define como la sumatoria de los flujos netos anuales actualizados menos la Inversión inicial. Este indicador de evaluación representa el valor del dinero actual que va reportar el proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado.²⁵

El VAN se determina de la expresión:

$$VAN = -I_0 + \sum_{k=1}^{k=n} \frac{B_k - C_k}{(1+i)^k}$$

Dónde:

I₀ : Inversión inicial

B_k : Beneficio o ingresos netos del periodo k (año k)

C_k: Costos netos del periodo K

i : Tasa de interés (llamada tasa de descuento)

²⁵ LÓPEZ DUMRAUF, G. (2006), Cálculo Financiero Aplicado, un enfoque profesional, 2a edición, Editorial La Ley, Buenos Aires.

n : Años de duración del Proyecto

La tasa de descuento es aquella medida de rentabilidad mínima exigida por el proyecto y que permite recuperar la Inversión inicial, cubrir los costos efectivos de producción y obtener beneficios. La tasa de descuento representa la tasa de interés a la cual los valores futuros se actualizan al presente.

Los criterios para la toma de decisión son:

- VAN > 0, el proyecto es rentable
- VAN = 0, es indiferente realizar
- VAN < 0, el proyecto no es rentable

7.13. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto. En la medida de las condiciones y alcance del proyecto estos deben evaluarse de acuerdo a sus características, con unos sencillos ejemplos se expondrán sus fundamentos. Esta es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones financiera dentro de las organizaciones.

En virtud a que la TIR proviene del VAN, primero se debe calcular el valor actual neto. La TIR se determina mediante aproximaciones sucesivas hasta acercarnos a un $VAN = 0$.

Los indicadores relevantes son:

$TIR > i$, el proyecto es rentable

$TIR = i$, es indiferente su realización

$TIR < i$, el proyecto no es rentable

En general las decisiones no se toman sólo con un indicador sino que con ambos y bajo la condición:

$VAN > 0$

$TIR > i$

7.14. Relación Beneficio Costo

La relación beneficio costo es lo contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada ó "dólar" que se ha invertido.

Para el cómputo de la Relación Beneficio Costo (B/c) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo.

En la relación de beneficio/costo, se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos.

7.14.1. Relación B/C >0

Este índice, se lo interpreta que por cada dólar de costos invertidos se obtenga más de un dólar de beneficio o cero, el proyecto debe aceptarse.

7.14.2. Relación B/C < 0

Este índice determina que por cada dólar de costos invertidos, generen menos de un dólar de beneficio el proyecto debe rechazarse.

El valor de la Relación Beneficio/Costo cambiará según la tasa de actualización seleccionada, o sea, que cuanto más elevada sea dicha tasa, menor será la relación en el índice resultante.

La fórmula que se utiliza es:

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{V_i}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+i)^n}}$$

Dónde:

B/C = Relación Beneficio / Costo

V_i = Valor de la producción (beneficio bruto)

C_i = Egresos (i = 0, 2, 3,4...n)

i = Tasa de descuento

7.15. Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión (PRI), es uno de los métodos e instrumentos que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

7.16. Punto de Equilibrio

Cuando los ingresos y gastos son iguales se produce el punto de equilibrio cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas es decir si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio tendremos utilidades.²⁶

7.17. Análisis de Sensibilidad

Se denomina Análisis de sensibilidad de un proyecto de inversión porque muestra cuán sensible es, el presupuesto de caja a determinados cambios, como la disminución de ingresos o el aumento de costos (ejemplo la tasa de interés, el volumen y/o el precio de ventas, el costo de la mano de obra, el de las materias primas, el de la tasa de impuestos, el monto del capital, etc.) y, a la vez, mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales cambios de tales variables en el mercado.

7.18. Análisis de sensibilidad con incremento en costos

Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante

²⁶VARIOS AUTORES. Tesis de administración de empresas “Estudio de factibilidad para la instalación de una empresa procesadora y comercializadora de mermelada de guayaba en la provincia de sucumbios”. 2007

trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos, luego de lo cual se procede de la siguiente manera.

↗ Se obtiene una nueva TIR

↗ Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante. TIR, R

↗ $TIR, R = TIR, O - TIR, N$

Dónde:

TIR, O = TIR original (antes del incremento de costos)

TIR, N = TIR nueva (después del incremento de costos)

TIR, R = TIR resultante

a. Se calcula el porcentaje de variación

$$V = \frac{TIR, R}{TIR, O} \times 100\%$$

b. Se calcula en coeficiente de sensibilidad

$$S = \frac{\%V}{TIR, N}$$

7.18.1. Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos

Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante

trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos, luego de lo cual se procede de la siguiente manera.

- ⇒ Se obtiene una nueva TIR
- ⇒ Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante. TIR, R
- ⇒ $TIR, R = TIR, O - TIR, N$

Dónde:

TIR, O = TIR original (antes de disminución de ingresos)

TIR, N = TIR nueva (después de disminución de ingresos)

TIR, R = TIR resultante

Se calcula el porcentaje de variación

$$\%V = \frac{TIR, R}{TIR, O} \times 100$$

Se calcula en coeficiente de sensibilidad

$$S = \frac{\%V}{TIR, N}$$

f. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS

1. MÉTODOS

1.1. Método Deductivo

Este método se lo utilizara en el planteamiento de la problemática, en el estudio administrativo – organizacional; dentro de este las leyes, permisos de funcionamiento que deberá cumplir este proyecto.

1.2. Método Inductivo

A partir de premisas particulares, se lo utilizara para desarrollar el estudio de mercado como la segmentación de la población, determinar la demanda, conclusiones, recomendaciones

1.3. Método Analítico

Permitirá realizar un análisis de cuadros estadísticos desde su tabulación hasta llegar a explicar el porqué de los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas. También este método será el más utilizado tanto en el estudio de mercado, técnico, y en el financiero con mayor influencia por que amerita un análisis minucioso.

1.4. Método Científico

Este método contribuirá para el planteamiento del problema, revisión de bibliografía, para la elección de técnicas, para la recolección de información, interrelación y análisis de datos y poder determinar conclusiones y recomendaciones acertadas.

1.5. Método Sintético

Este método se lo utilizara a partir de los anteriores, porque es un método que integra un todo en un resumen final análisis e interpretación de los datos obtenidos. Conclusiones y recomendaciones

2. Técnicas

2.1. La Entrevista

La entrevista se la aplicara a los diferentes dueños de las bodegas de abastos y tiendas de la localidad, para determinar el número aproximado de demandantes que esperamos tener.

2.2. La Encuesta

Se aplicará encuestas a los jefes de hogar en este caso puede ser papá o mamá de la familia a encuestar, que nos servirá para determinar la demanda insatisfecha del proyecto.

2.3. Técnica de Recopilación Bibliográfica.

Esta técnica servirá para recopilar datos y fuentes de información como libros, documentos, folletos, revistas páginas web entre otros sobre el tema a estudiar, los mismos que ayudaran a la realización del proyecto de inversión para la creación de auto servicio en el cantón Chaguarpamba de la provincia de Loja.

2.4. Muestra

Con el fin de determinar el tamaño de la muestra a la que se le aplicara las encuestas se toma como base la población del cantón Chaguarpamba la misma que es de 7.020 personas según censo 2010 con un promedio de 4 miembros por hogar, estos datos se obtuvieron del INEC Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV 2010)

2.4.1. Proyección de la muestra al 2014

$$Pf = Pa (1 + i)^n$$

Pf = Población final

Pa = Población actual

I = Tasa de crecimiento

N= tiempo

$$Pf = Pa (1 + i)^n$$

$$Pf = 7.020 (1 + 0.0104)^4$$

$$Pf = 7.316$$

2.4.2. Número de hogares del cantón Chaguarpamba

$$Ph = \frac{pf}{4}$$

Ph = promedio de hogares

Pf = población final

4 = promedio constante

$$Ph = \frac{7316}{4}$$

$$Ph = 1.829 \text{ hogares}$$

2.4.3. Tamaño de la muestra

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

N= Población

e= Margen de error

N= Tamaño de la muestra

$$N = \frac{1829}{1 + (0.05)^2 * 1829}$$

$$N = \frac{1829}{1 + 0.0025 * 1829}$$

$$N = \frac{1829}{1 + 4.57} N = 328 \text{ Encuesta}$$

2.4.4. Segmentación Muestral

Tabla 1
Segmentación Muestral

Parroquias	Número de familias por Parroquia	Muestra	Constante
CHAGUARPAMBA	933	167	51
BUENAVISTA	293	52	16
EL ROSARIO	146	26	8
SANTA RUFINA	293	52	16
AMARILLOS	165	30	9
Total familias	1.829	328	100

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV) 2010

Elaborado: El autor

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Tabla 2
Presupuesto

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Adquisición de bibliografía	50
Suministros y materiales de oficina	150
Gastos de movilización	100
Digitación e impresión de textos	150
Derechos papeles valorados	50
Anillados y empastados	150
Copias (encuestas, entrevistas)	50
Flash memory	20
Borrador del proyecto	100
Internet	100
Imprevistos	180
Total	1100

Fuente: Autor

Elaboración: Autor

Los costos detallados en el presupuesto serán financiados con recursos propios.

Recursos Institucionales

↗ Universidad Nacional de Loja

↗ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Recursos Humamos

- ⇒ Autor del trabajo de grado
Marco Sánchez
- ⇒ Tutor
Ing. Sergio Pardo
- ⇒ Autoridades del Área Jurídica Social Administrativa
- ⇒ Autoridades y maestros de la Carrera de Banca y Finanzas.

Recursos materiales

- ⇒ Materiales de oficina
- ⇒ Materiales bibliográficos e internet
- ⇒ Equipos de computación
- ⇒ Equipos de comunicación.

i. BIBLIOGRAFÍA

- ⇒ INEC censo de población y vivienda 2010, número de hogares del cantón Chaguarpamba.
- ⇒ Ley De Compañías
- ⇒ GARCIA, O. (2010). Administración Financiero Fundamentos y Aplicaciones. Editorial Fe de Erratas. Cuarta Edición. Colombia
- ⇒ SOTO, H. (2011). Estados de Flujo de Efectivo, Clasificación y Metodología. The European Business School.
- ⇒ Castillo, M. (2007) Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación. México, Naucalpan de Juárez. Pearson Educación de México S.A de C.V.
- ⇒ Eliana, G. (2011). Estudio para la creación de un supermercado integral ubicado en la parroquia de Carcelén (DMQ). Escuela Politécnica del Ejército. Sangolquí
- ⇒ Betty, Guamán. (2013). Evaluación financiera al proyecto de inversión de un supermercado en la ciudad de Catacocha. Universidad nacional de Loja. Loja
- ⇒ Ramos, Gonzales Mónica. (2010). *evaluación de proyectos*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/MONIKKK/evaluacion-de-proyectos-estudio-de-mercado-gabriel-baca-urbina>.
- ⇒ LÓPEZ DUMRAUF, G. (2006), Cálculo Financiero Aplicado, un enfoque profesional, 2a edición, Editorial La Ley, Buenos Aires.

- VARIOS AUTORES. Tesis de administración de empresas “Estudio de factibilidad para la instalación de una empresa procesadora y comercializadora de mermelada de guayaba en la provincia de sucumbíos”. 2007
- <http://www.monografias.com/trabajos15/plan-marketing/plan-marketing.shtml#ixzz2zT57FFTT>
- <http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2009/01/estudio-organizacional-y-administrativo>.
- <http://www.encyclopediainanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>
- http://www.eco-inanzas.com/diccionario/A/ACTIVO_CIRCULANTE.htm

ÍNDICE

<u>CONTENIDO</u>	PÁG.
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRAC.....	5
c. INTRODUCCIÓN.....	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	40
MATERIALES.....	40
MÉTODOS.....	40
TÉCNICAS.....	41
MUESTRA.....	42
f. RESULTADOS.....	46
ESTUDIO DE MERCADO.....	60
ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	61
ESTUDIO DE TÉCNICO.....	74
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	83
ESTUDIO FINANCIERO.....	99
g. DISCUSIÓN.....	128
h. CONCLUSIONES.....	131
i. RECOMENDACIONES.....	133
j. BIBLIOGRAFÍA.....	134
k. ANEXOS.....	136